

Wahyudiono  
Maria Widyastuti  
Aminatuzzuhro

# PEREKAYASAAN SOSIAL

Model Optimalisasi Peran Stakeholder

Dalam Pengelolaan UMKM

Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur

Merumuskan model optimalisasi peran stakeholder dalam pengelolaan UMKM, agar dapat meningkatkan kualitas manajerial dan daya saing UMKM, sehingga akan mendorong pemanfaatan sumberdaya ekonomi yang lebih efektif dan efisien serta berkontribusi riil pada pengembangan UMKM dan kesejahteraan bagi masyarakat.

# PEREKAYASAAN SOSIAL

## Model Optimalisasi Peran Stakeholder Dalam Pengelolaan UMKM

### Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur

**B**uku ini merupakan pengembangan hasil riset yang bertujuan merumuskan Model optimalisasi peran stakeholder dalam pengelolaan UMKM, oleh karena itu peran dari stakeholder yang meliputi aspek birokrasi, pelaku bisnis dan kalangan akademik turut mendukung pengembangan dalam pengelolaan UMKM pada seluruh aspek manajerial. Intisari buku ini adalah memberi gambaran secara komprehensif tentang optimalisasi peran stakeholder dalam pengelolaan UMKM, dimana aspek ini akan berhasil manakala optimalisasi peran stakeholder dalam pengelolaan UMKM dilakukan secara ter-integrated melalui tiga tahapan yaitu redesain, sinkronisasi dan perumusan model, dimana model optimalisasi peran stakeholder ini dirumuskan dengan pola mensinergikan peran dinas Koperasi, dinas Pariwisata, lembaga perbankan dan Peran perguruan tinggi, dimana peran ini difokuskan pada pengembangan manajerial dan bisnis UMKM.

Buku ini juga mengupas tentang kebutuhan pengembangan model usaha UMKM melalui pengembangan relasi atau bina mitra, legalitas kelembagaan dan pengembangan manajemen usaha berbasis teknologi informasi, dengan cara melakukan optimalisasi peran stakeholder dan pemberdayaan sumberdaya secara ter-integrated. Peran stakeholder dapat disinergikan untuk merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang dinamis dalam rangka menghadapi era persaingan pasar global khususnya dalam merumuskan model pengelolaan UMKM yang kuat dan mandiri, sehingga berkontribusi pada perekonomian masyarakat serta terciptanya integritas ekonomi suatu bangsa.

## BIOGRAFI PENULIS



Wahyudiono, dilahirkan di Magetan, menyelesaikan pendidikan program sarjana akuntansi pada tahun 1986, mengikuti program magister manajemen dengan spesialis pemasaran pada tahun 1996, dilanjutkan program pendidikan doktor bidang ekonomi manajemen lulus pada tahun 2006 pada lembaga yang sama di Universitas Airlangga Surabaya. Karier sebagai dosen dimulai pada tahun 1983 sebagai asisten dosen sampai akhirnya meraih jabatan akademik lektor kepala dan dosen tersertifikasi.



Maria Widyastuti, lahir di kota Klaten, menempuh pendidikan program sarjana bidang manajemen lulus tahun 1984 di Universitas Negeri Surakarta, Program Magister Manajemen lulus tahun 2002 di Universitas Putra Bangsa Surabaya serta mengikuti program doktor ilmu manajemen lulus pada tahun 2017 di STIE-Indonesia Surabaya. Kariernya di bidang pendidikan dimulai pada tahun 1988, pada saat ini telah meraih jabatan akademik lektor kepala dan dosen tersertifikasi serta asesor dosen tersertifikasi.



Aminatuzzuhro, lahir di kota Surabaya, mengikuti pendidikan program sarjana Akuntansi lulus pada tahun 1996, dilanjut program Magister Akuntansi pada tahun 2006 di Universitas Airlangga Surabaya. Karier di bidang pendidikan dimulai sebagai dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Putra Surabaya sejak tahun 1998 sampai sekarang dan disusul sebagai dosen profesional sejak tersertifikasi pada tahun 2012. Jabatan struktural yang pernah diembannya adalah sebagai Ketua Program Studi Akuntansi sejak tahun 2000 sampai sekarang.



# **Perekayasaan Sosial:**

**Model Optimalisasi Peran Stakeholder Dalam Pengembangan  
UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur**

**Wahyudiono  
Maria Widyastuti  
Aminatuzzuhro**

**PERPUSTAKAAN NASIONAL REPUBLIK INDONESIA  
KATALOG DALAM TERBITAN (KDT)**

**PEREKAYASAAN **SOSIAL**:**

**Model Optimalisasi Peran Stakeholder Dalam Pengelolaan UMKM  
Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur**

**Penulis**

Wahyudiono  
Maria Widyastuti  
Aminatuzzuhro

Desain Cover  
Anna

Layout Isi  
Wahyudiono

Copyright © 2018 Putra Media Nusantara Surabaya

Diterbitkan & Dicetak Oleh  
CV. Putra Media Nusantara (PMN) Surabaya 2019  
Jl. Griya Kebraon Tengah Blok F1 – 11 Surabaya  
Telp/wa: 085645678944  
E-mail: [perwiramedia.nusantara@yahoo.com](mailto:perwiramedia.nusantara@yahoo.com)  
Anggota IKAPI No. 125/JTI/2010

**ISBN : 978-602-1187-51-7**

**Hak cipta di lindungi oleh undang undang  
Ketentuan Pidana Pasal 112 - 119  
Undang undang Nomor 28 Tahun 2014**

Dilarang keras menerjemahkan, memfotocopy, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas segala rahmat dan nikmat yang telah ALLAH limpahkan, khususnya nikmat iman dan Islam, atas ijin dan ridhoNYA kami tim peneliti hibah Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) Universitas Narotama Surabaya berhasil menyelesaikan tahapan penelitian sesuai dengan rencana. **Perekayasaan Sosial: Model Optimalisasi Peran *Stakeholder* Dalam Pengelolaan UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur**, merupakan salah satu luaran yang telah dirumuskan seiring dengan tahapan proses penelitian yang telah selesai, sesuai dengan kontrak Penelitian 007/P2H/P/K7/KM/2018 pada tanggal, 26 Februari 2018

Perekayasaan Sosial “Model Optimalisasi Peran *Stakeholder* Dalam Pengelolaan UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur” bertujuan untuk merekonstruksi satu model yang meliputi tiga tahapan a) redesain optimalisasi peran *stakeholder*, b) sinkronisasi peran *stakeholder* dan c) model optimalisasi peran *stakeholder*. Melalui model perekayasaan sosial ini di harapkan peran *stakeholder* menjadi optimal dalam mendukung pengembangan pengelolaan UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur, sehingga dapat berkontribusi riil dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar kawasan tersebut.

Pada kesempatan ini tim peneliti hibah PTUPT ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada Pemerintah Republik Indonesia cq. Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi melalui DIPA Nomor: 042.06.1.401516/2018 pada tanggal 05 Desember 2017 yang telah berkenan untuk mengalokasikan dana penelitian hibah, sehingga luaran penelitian berupa perekayasaan sosial ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM ini dapat bermanfaat bagi lembaga pendidikan tinggi dan masyarakat, khususnya bagi *stakeholder*, pelaku UMKM dan pengelolaan UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur.

Surabaya, Oktober 2018  
Ketua Tim Peneliti,  
Universita Narotama Surabaya

Wahyudiono

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penyusunan Model.....	9
1.4 Manfaat Penyusunan Model.....	9
BAB 2. KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Nilai Sumber Daya.....	11
2.2 Pemanfaatan Sumber Daya.....	13
2.3 Memilih Sumber Daya.....	14
2.4 Optimalisasi Sumber Daya.....	16
2.5 Peran Stakeholder Dalam Mengelola Sumber Daya.....	19
2.6 Nilai Tambah Sumber Daya.....	21
2.7 Peran Stakeholder Dalam Pengembangan UMKM.....	28
2.7.1 Klinik Manajemen UMKM.....	28
2.7.2 Pelatihan Manajemen UMKM.....	31
2.7.3 Pendampingan UMKM.....	34
2.7.4 Bina Mitra dan Pengembangan UMKM.....	38
2.7.5 Pendampingan Pengelolaan Kredit.....	42
2.7.6 Mengenalkan UMKM.....	45
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Obyek dan Nara Sumber.....	50
3.3 Instrumen Penelitian.....	51
3.4 Sampel Sumber Data.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	53
3.7 Satuan Kajian (fokus amatan).....	55
3.7.1 Peran Dinas Koperasi.....	55
3.7.2 Peran Dinas Pariwisata.....	56
3.7.3 Peran Lembaga Perbankan.....	57
3.7.4 Peran Perguruan Tinggi.....	57
3.8 Teknik Analisis Data.....	59

3.8.1 Rancangan dan Metode Penelitian.....	60
3.8.2 Langkah Langkah Perumusan Model.....	61
<b>BAB 4. GAMBARAN OBYEK PENELITIAN.....</b>	<b>63</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek.....	63
4.2 Karakteristik Sentra UMKM.....	66
4.2.1 Pelaku UMKM.....	67
4.2.2 Lokasi Sentra UMKM.....	68
4.2.3 Komoditi Barang Dagangan.....	71
4.2.4 Siklus Kunjungan Wisatawan.....	72
4.2.5 Infrastruktur Kawasan Wisata.....	73
<b>BAB 5. PERUMUSAN MODEL.....</b>	<b>75</b>
5.1 Aspek Perumusan Model.....	75
5.2 Tahapan Perumusan Model.....	76
5.2.1 Identifikasi Peran <i>Stakeholder</i> .....	76
5.2.1.1 Peran Dinas Koperasi dan UMKM.....	78
5.2.1.2 Peran Dinas Pariwisata.....	82
5.2.1.3 Peran Lembaga Perbankan.....	86
5.2.1.4 Peran Perguruan Tinggi.....	90
5.2.2 Mapping Peran <i>Stakeholder</i> Dalam Pengelolaan UMKM.....	96
5.2.2.1 Peran Dinas Koperasi dan UMKM.....	97
5.2.2.2 Peran Dinas Pariwisata.....	101
5.2.2.3 Peran Lembaga Perbankan.....	105
5.2.2.4 Peran Perguruan Tinggi.....	109
5.2.3 Merumuskan Model Optimalisasi Peran <i>Stakeholder</i> .....	117
5.2.3.1 Penentuan Titik Krusial.....	117
5.2.3.2 Rumusan Model.....	121
5.2.4 Pengujian Efektivitas Model.....	123
5.2.5 Mengevaluasi Efektivitas Rumusan Model.....	129
5.3 Pembahasan Model Optimalisasi Peran <i>Stakeholder</i> .....	130
5.3.1 Redesain Optimalisasi Peran <i>Stakeholder</i> .....	131
5.3.1.1 Kalangan Birokrasi.....	132
5.3.1.2 Kalangan Bisnis.....	133
5.3.1.3 Kalangan Akademik.....	137
5.3.2 Sinkronisasi Peran <i>Stakeholder</i> .....	137
5.3.3 Model Optimalisasi Peran <i>Stakeholder</i> .....	139
5.3.3.1 Peran Dinas Koperasi dan UMKM.....	140
5.3.3.2 Peran Dinas Pariwisata.....	142
5.3.3.3 Peran Lembaga Perbankan.....	145
5.3.3.4 Peran Perguruan Tinggi.....	147
5.3.3.5 Kebutuhan Pengembangan Model Usaha.....	149
<b>BAB 6. PENUTUP.....</b>	<b>155</b>

6.1 Kesimpulan.....	155
6.2 Rekomendasi.....	156
..	
DAFTAR PUSTAKA.....	159
BIODATA PENULIS.....	161



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Penyerapan Tenaga Kerja Per Sektor.....	6
Tabel 2.1 : Rancangan dan Metode Rumusan Model.....	60
Tabel 5.1 : Karakteristik Peran Dinas Koperasi.....	79
Tabel 5.2 : Karakteristik Peran Dinas Pariwisata.....	82
Tabel 5.3 : Karakteristik Peran Lembaga Perbankan.....	86
Tabel 5.4 : Karakteristik Peran Perguruan Tinggi.....	90
Tabel 5.5 : <i>Mapping Peran</i> Dinas Koperasi.....	97
Tabel 5.6 : <i>Mapping Peran</i> Dinas Pariwisata.....	102
Tabel 5.7 : <i>Mapping Peran</i> Lembaga Perbankan.....	106
Tabel 5.8 : <i>Mapping Peran</i> Perguruan Tinggi.....	110
Tabel 5.9 : Persepsi atas Model Optimalisasi Peran <i>Stakeholder</i> .....	124

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 5.1 : Peran Dinas Koperasi Dalam Pengelolaan UMKM.....	101
Gambar 5.2 : Peran Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan UMKM.....	105
Gambar 5.3 : Peran Dinas Lembaga Perbankan Dalam.....	109
Gambar 5.4 : Peran Dinas Perguruan Tinggi Dalam Pengelolaan.....	116
Gambar 5.5 : Model Optimalisasi Peran <i>Stakeholder</i> Dalam.....	121
Gambar 5.6 : Persepsi Responden terhadap Rumusan Model.....	128

# **BAB. 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Jawa Timur memiliki banyak petilasan yang erat kaitannya dengan sejarah perkembangan dan penyebaran agama Islam masuk di tanah Jawa yang dibawah oleh para perantauan dari India, Gujarat, timur tengah. Beliau datang ke tanah Jawa untuk berdagang sekaligus berdawah agama Islam, namun ada juga yang datang secara khusus untuk syiar agama Islam yang selanjutnya dikenal dengan sebutan Wali Songo (sembilan ulama penyebar ajaran Islam di Jawa), sebenarnya masih banyak ulama ulama besar yang menyebarkan ajaran Islam di nusantara ini baik di pulau Sumatra, Kalimantan, Sulawesi dan kota lainnya, namun nama beliau tidak sepopuler para ulama ulama yang menyebarkan dakwah di tanah Jawa.

Para ulama yang menyebarkan ajaran Islam di Jawa Timur adalah para wali yang dikenal dengan sebutan wali Limo yaitu Sunan Maulana Malik Ibrahim, Sunan Ampel, Sunan Giri, Sunan Bonang dan Sunan Drajad. Kebetulan lima wali ini memiliki garis keturunan dan kekerabatan yang sangat kental antara yang satu dengan lainnya, namun dakwah beliau tersebar pada wilayah yang berbeda beda, walaupun tetap terkoordinasi dengan garis komando yang jelas yaitu oleh tokoh wali yang dituakan dan sangat dihormati kearifannya yaitu Sunan Ampel. Lima Wali yang menyebarkan ajaran agama Islam di Jawa Timur ini kebetulan terdiri dari ayah, anak dan menantu, tetapi cara dakwahnya memiliki karakteristik yang berbeda beda karena para wali telah memasukkan unsur kearifan lokal yang masih dianut dan hidup ditengah masyarakat, ini yang menjadi kata kunci keberhasilan dakwah para wali di nusantara yaitu menghormati nilai nilai keraifan lokal yang hidup ditengah masyarakat, sehingga pelan tapi pasti ajaran Islam telah melalui satu proses transformasi dengan budaya lokal, penuh toleran dengan budaya yang dianut oleh masyarakat akhirnya agama Islam diterima dengan penuh keyakinan dan bukan pemaksaan.

Lima wali di Jawa Timur meninggalkan situs sejarah sebagai bukti autentik bahwa pada jamannya beliau telah melakukan dakwah ajaran Islam dengan cara yang khas yaitu membangun padepokan atau pesantren yang digunakan oleh para santri atau pengikutnya untuk belajar dan ingin mendalami ajaran agama Islam secara baik dan benar. Strategi dan metode yang dipergunakan oleh para wali di Jawa Timur rupanya merupakan suatu konsep yang dibakukan oleh para wali yang menyebarkan ajaran agama Islam di nusantara, ini terbukti adanya situs sejarah berupa masjid dan pondok pesantren yang berada di lokasi pusat dakwah para wali, bahkan makam para walipun berada pada tempat yang sama.

Model dakwah yang dilakukan oleh para wali songo telah diadopsi oleh para tokoh agama dan masyarakat di Indonesia untuk meneruskan jejak pengembangan syiar agama Islam yang ditandai dengan munculnya berbagai pondok pesantren yang tersebar luas di berbagai wilayah nusantara. Berbagai situs peninggalan wali limo di Jawa Timur sangat menginspirasi masyarakat untuk meneruskan syiar perjuangan beliau dengan cara mempertahankan pola dakwahnya serta menjaga nilai-nilai budaya yang sudah menyatu dengan ajaran agama Islam seperti ziarah wali yang sudah dikemas menjadi wisata religi, maleman terkait dengan sepuluh hari terakhir di bulan ramadhan, tadarus Al Quran, talilan dan lainnya. Upaya ini ternyata mampu mengedukasi masyarakat sekitar kawasan wisata religi untuk turut menjaga kelestarian peninggalannya dengan cara menjaga situs sejarah yang ditinggalkan termasuk budaya dan nilai ajarannya.

Mengacu pada kultur masyarakat Jawa, bahwa para wali dianggap memiliki karisma tersendiri yang disebut karomah (kelebihan batin), sehingga walaupun para wali telah wafat ratusan tahun yang lalu makamnya tetap dikunjungi oleh masyarakat seluruh pelosok nusantara dengan berbagai motif dan tujuan yang berbeda, namun mempunyai satu kesamaan yaitu ziarah makam wali. Berbagai motif kehadiran masyarakat ini telah membuka peluang baru bagi masyarakat di sekitar makam wali limo untuk menyediakan berbagai keperluan para peziarah dengan cara berjualan, menyediakan fasilitas masyarakat dan keperluan lainnya.

Kondisi ini terbentuk tanpa disadari oleh masyarakat sendiri, oleh karena itu telah terjadi transformasi budaya dan bisnis di kalangan masyarakat bahwa wisata religi dan bisnis di sekitar kawasan wisata religi merupakan simbiosis mutualisma yang saling mendukung satu dengan lainnya karena peziarah ditunggu kehadirannya oleh masyarakat sedang peziarah mengharapkan hadirnya layanan dan fasilitas yang memadai dari masyarakat yang tinggal dikawasan wisata religi.

Wali lima merupakan bagian syiar agama Islam yang menempati wilayah di Jawa Timur, secara kebetulan kelimanya masih dalam satu lingkungan keluarga yaitu orang tua, anak dan menantu. Wali lima juga merupakan bagian dari wali songo yang melakukan syiar agama Islam di pulau Jawa, bahkan wali songolah yang mendorong berdirinya kerajaan Islam pertama kali di pulau Jawa, dimana saat itu masih kokoh pengaruh kerajaan Hindu di Mojopahit, namun kerajaan Islam pertama ini mampu berdampingan dengan kerajaan Hindu di Jawa. Wali limo memiliki peninggalan situs di empat kota yaitu Surabaya (makam sunan Ampel), kota Gresik (makam Sunan Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri), kota Lamongan (makam Sunan Drajad) dan kota Tuban (makam Sunan Bonang). Makam para wali lima yang berada di empat kota Surabaya, Gresik, Lamongan dan Tuban telah di kunjungi sebanyak 7.640.747 pengunjung/tahun (24,38%) dari rata rata total pengunjung di Jawa Timur sebanyak 31.338.277/tahun sampai pada akhir tahun 2015.

Secara kebetulan makam para wali lima memiliki satu korelasi yang positif dengan kunjungan wisatawan di kota tersebut, hal ini menunjukkan bahwa ziarah kemakam wali lima memberi dukungan kepada wisatawan untuk mengarahkan kunjungannya ke daya tarik wisata lain yang ada di kota tersebut, sebaliknya daya tarik wisata yang ada di kota tersebut juga mendorong wisatawan untuk melanjut berkunjung dan berziarah ke makam wali lima yang ada di kota tersebut (lihat tabel 1.1). Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa kota Surabaya terdapat satu makam wali lima yaitu Sunan Ampel pada tahun 2013 telah dikunjungi peziarah sebanyak 1.768.661 pengunjung (32,7% dari total pengunjung di kota surabaya), sedangkan pada tahun 2014 telah dikunjungi sebanyak 1.950.539 orang

(35,3%) dan tahun 2015 telah dikunjungi sebanyak 2.040.365 (29,2%), jumlah kunjungan peziarah ke makam Sunan Ampel mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (2013-2015).

Kunjungan ziarah ke makam Sunan Ampel secara tidak langsung juga dapat mempengaruhi wisatawan untuk melanjutkan perjalanannya menuju ke arah daya tarik wisata lain yang berada di kota Surabaya. Pada tahun 2013 daya tarik wisata lain di kota Surabaya juga dikunjungi oleh wisatawan sebanyak 3.648.108 orang (67,3%), tahun 2014 sebanyak 3.580.155 orang (64,7%) sedangkan di tahun 2015 dikunjungi sebanyak 4.944.896 orang (70,8%).

Kota Lamongan terdapat satu makam wali lima yaitu makam Sunan Drajad, dimana pada tahun 2013 makam Sunan Drajad telah diziarahi sebanyak 465.267 orang (25,3% dari total wisatawan di kota Lamongan), sedangkan pada tahun 2014 dikunjungi sebanyak 477.080 orang (20,2%) dan tahun 2015 dikunjungi sebanyak 480.885 (20,4%). Jumlah kunjungan wisata religi di kota Lamongan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (2013-2015). Kunjungan ziarah makam wali di kota Lamongan memiliki dampak yang besar terhadap wisatawan untuk melanjutkan perjalanannya menuju daya tarik wisata lainnya, hal ini memang didukung oleh kota Lamongan yang memiliki daya tarik wisata lebih bervariasi dan banyak pilihannya khususnya wisata alam seperti wisata bahari, wisata goa yang jumlahnya memadai dan sangat mempesona. Pada tahun 2013 daya tarik wisata lain di kota Lamongan dikunjungi oleh wisatawan sebanyak 1.374.635 orang (74,7%), tahun 2014 sebanyak 1.881.000 orang (79,8%) sedangkan di tahun 2015 dikunjungi sebanyak 1.879.857 orang (79,6%). Kunjungan terhadap daya tarik wisata lain di kota Lamongan memang tidak mengalami kenaikan signifikan dalam persentasenya namun secara kuantitas mengalami kenaikan cukup baik, hal ini menunjukkan juga pada kunjungan wisata religi tetap mengalami kenaikan dalam jumlah kunjungannya.

Kota Tuban terdapat satu makam wali lima yaitu makam Sunan Bonang yang kebetulan sebagai putra dari Sunan Ampel sekaligus saudara kandung dari Sunan Drajad, dimana pada tahun 2013 makam Sunan

Bonang telah dikunjungi sebanyak 1.529.706 orang (40,2% dari total wisatawan di kota Tuban), sedangkan pada tahun 2014 dikunjungi sebanyak 1.781.536 orang (42,4%) dan tahun 2015 dikunjungi sebanyak 2.078.453 (43,6%). Jumlah kunjungan wisata religi di kota Tuban mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (2013-2015) baik dalam jumlah pengunjung maupun prosentasenya. Kunjungan ziarah makam wali di kota Tuban memiliki dampak yang positif bagi wisatawan untuk melanjutkan perjalanannya menuju daya tarik wisata lainnya, hal ini memang didukung oleh kota Tuban yang memiliki daya tarik wisata lebih bervariasi dan banyak pilihannya khususnya wisata alam seperti wisata bahari dan pabrik besar yang beroperasi di kota ini yang memadai dan sangat mempesona. Pada tahun 2013 daya tarik wisata lain di kota Tuban dikunjungi oleh wisatawan sebanyak 2.277.137 orang (59,8%), tahun 2014 sebanyak 2.418.804 orang (57,6%) sedangkan di tahun 2015 dikunjungi sebanyak 2.693.803 orang (56,4%). Kunjungan terhadap daya tarik wisata lain di kota Tuban tidak mengalami kenaikan signifikan dalam prosentase namun secara kuantitas jumlah wisatawan yang berkunjung mengalami kenaikan cukup baik.

Empat kota di Jawa Timur yaitu kota Surabaya, Gresik, Lamongan dan Tuban secara geografis merupakan kota yang saling berdekatan serta memiliki sejarah syiar agama Islam yang sama karena para tokohnya wali lima yang ada di Jawa Timur bersumber pada tempat yang sama yaitu Sunan Ampel. Geografis dan karakteristik ekonomi ke empat kota santri tersebut cenderung sama yaitu maritim dan perdagangan. Empat kota yang ditempati makam para wali lima dalam kurun waktu lima tahun terakhir telah dikunjungi wisatawan lokal sebanyak 11.766.159 orang ditahun 2011, secara berturut turut pengunjungnya mengalami kenaikan yaitu 13.312.727 orang (2012), 13.724.285 orang (2013), 16.213.541 orang(2014) dan 17.255.681 orang (2015). Jumlah wisatawan lokal pada empat kota tersebut merupakan 43,12% dari total wisata lokal Di Jawa Timur sebanyak 27.297.828 orang pada tahun 2011, secara berturut turut jumlah wisatawan lokal adalah sebesar 40,07% (2012), 34,59% (2013), 35,52% (2013) dan 33,53% (2015). Jika dilihat angka prosentasenya rata rata

hanya berkisar 37,37% dari total wisatawan lokal yang berkunjung pada berbagai daya tarik wisata yang ada di Jawa Timur.

Kota Surabaya sebagai ibu kota propinsi Jawa Timur karakteristik UMKM-nya lebih didominasi sektor perdagangan/hotel, industri pengolahan dan sektor jasa/transportasi. Karakteristik UMKM ini juga memberi pengaruh pada sektor pengembangan pariwisata yang ada di kotanya. Wisatawan yang datang di kota Surabaya tentu memiliki pilihan pada daya tarik wisata yang lebih bervariasi di banding ke tiga kota lainnya. Sedangkan kota Gresik, Lamongan dan Tuban lebih kental nuansa keagamaannya dibanding dengan kota Surabaya karena ikon yang disandang dengan sebutan kota santri. Karakteristik UMKM yang ada di tiga kota santri ini lebih didominasi oleh sektor pertanian, nelayan dan perdagangan, hal ini tentu selaras dengan kondisi geografinya.

Pelaku UMKM di empat kota ini memiliki aktivitas usaha yang tersebar pada berbagai sektor kegiatan yang relevan dan mendukung karakteristik geografi, budaya dan kondisi wilayahnya. Kota Gresik dan Tuban wisatawan yang datang lebih banyak berkunjung pada wisata religi dibanding kota Surabaya yang lebih di dominasi pada daya tarik wisata budaya, alam dan buatan. Pilihan masyarakat terhadap daya tarik wisata suatu daerah tentu akan mempengaruhi perilaku pada masyarakatnya dalam mengembangkan sektor ekonomi yang selaras dan sesuai dengan potensi yang dimilikinya, oleh karena itu struktur ekonomi yang ada pada suatu daerah akan mempengaruhi jumlah penyerapan tenaga kerja yang berbeda, jenis lapangan kerja yang berbeda, tingkat pendidikan dan keterampilan yang beda tentu juga mempengaruhi terhadap distribusi pendapatan pada masyarakat dan kontribusinya pada pendapatan domestik regional bruto (PDRB) dan pertumbuhan ekonomi daerah (lihat tabel 1.1)

Tabel 1.1: Penyerapan Tenaga Kerja Menurut Sektor dan Kota Di Jawa Timur

No	Sub Sektor Usaha	Surabaya	Gresik	Lamongan	Tuban	Total Jatim
1	Industri Pengolahan	38.325	33.866	33.025	23.580	944.599
2	Perdagangan/hotel	290.483	82.496	95.939	80.189	2.791.426
3	Transportasi	23.892	5.144	5.527	7.621	231.825
4	Jasa	102.132	25.097	19.227	15.828	739.448
5	Sektor Lainnya	11.947	92.579	268.107	243.319	6.410.141



Total Penyerapan TK	466.779	239.182	421.825	370.537	11.117.439
Prosentase total Jatim	<b>4,20%</b>	<b>2,15%</b>	<b>3,79%</b>	<b>3,33%</b>	-

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur (2015: 37)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM ternyata mengikuti pola struktur ekonomi yang ada pada suatu daerah. UMKM kota Surabaya yang didominasi oleh sektor perdagangan/hotel, jasa/transportasi dan industri pengolahan telah mampu menyerap tenaga kerja hampir 97,4% dari total penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM, sedangkan pada sektor yang sama di kota Gresik hanya menyerap tenaga kerja sekitar 61,3% dari total penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM, kota Lamongan sekitar 36,4% dan kota Tuban sekitar 34,3% dari total penyerapan tenaga kerja sektor UMKM. Tabel 1.5 juga menggambarkan bahwa struktur sektor UMKM turut menentukan pola struktur tenaga kerja yang diperlukan oleh suatu daerah, oleh karena itu rencana pengembangan struktur sektor UMKM memerlukan konsep strategis dan selaras dengan karakteristik masing masing daerah, sehingga seluruh potensi daerah dapat dioptimalkan dalam rangka mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi serta peningkatan kesejahteraan bagi masyarakatnya.

Masyarakat kawasan wisata religi di Jawa Timur yang menjadi pelaku dan penggiat di Sentra UMKM memiliki karakteristik yang unik karena usaha yang di jalani masih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan hidup bagi keluarganya dan bisnis yang ditekuni ini juga sudah berjalan secara turun temurun dari lingkungan keluarganya tanpa ada upaya untuk berinovasi dan melakukan kreativitas usaha yang lebih berorientasi pada kepuasan konsumen. Hal ini tentunya tidak mampu memberi nilai tambah yang optimal pada usahanya, oleh karena itu dibutuhkan upaya konkrit dan riil dari para *stakeholder* dan penggiat sektor UMKM untuk membantu merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang lebih memadai dan terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar tanpa harus meniadakan nilai nilai budaya dan kearifan lokal setempat. Saat ini pengelolaan sentra UMKM di kawasan wisata religi masih belum

memadai, terkesan kumuh dan tidak nyaman bagi pengunjung, oleh karena itu perlu pembenahan secara menyeluruh dan terpadu agar sentra UMKM di kawasan wisata religi ini mampu memberi kontribusi riil bagi peningkatan pendapatan masyarakat.

Kendala yang dihadapi pelaku sektor UMKM pada kawasan wisata religi pada umumnya masalah klasik yang sering dihadapi oleh kelompok usaha sektor informal lainnya antara lain : (a) aspek pengadaan bahan baku produksi, (b) aspek teknologi proses produksi, (c) aspek pemasaran produk, (d) aspek ketenagakerjaan, (e) aspek permodalan, (f) aspek sarana dan prasarana serta (g) aspek manajerial. Ketujuh aspek tersebut sampai saat ini belum memperoleh solusi secara holistik baik dari kalangan birokrasi/pemerintah, perguruan tinggi dan penggiat UMKM, sedangkan yang dilakukan saat sekarang adalah solusi yang bersifat parsial dan tidak dilakukan secara terpadu dan berkesinambungan sehingga permasalahan yang terjadi tidak dapat tuntas.

Mengacu pada uraian latar belakang tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi dan struktur ekonomi di Jawa Timur lebih dipengaruhi dan ditentukan oleh karakteristik masyarakatnya baik menyakut wilayah, budaya dan alamnya, oleh karena itu pengembangan ekonomi suatu daerah harus menyelaraskan dengan karakteristik masing masing daerahnya. Setiap daerah di Jawa Timur dianugerahi keindahan alam dan pesonanya yang eksotis, sehingga berbagai daya tarik wisata yang di miliki oleh daerah harus dikelola secara memadai dan mampu memberi nilai tambah bagi kesejahteraan masyarakatnya. Secara umum daya tarik wisata di kelompokkan menjadi tiga yaitu: a) wisata buatan, b) wisata budaya dan c) wisata alam. Wisata alam dan budaya di Jawa Timur memiliki daya guna tak ternilai harganya karena semua ini sudah ada sejak bumi nusantara ini tercipta dan tinggal bagaimana para *stakeholder* ini mampu mengoptimalkan dan memanfaatkan bagi kesejahteraan masyarakatnya.

Salah satu daya tarik wisata budaya di Jawa Timur adalah situs makam para wali lima yang berada di kota Surabaya, Gresik, Lamongan dan kota Tuban. Keberadaan makam para wali lima ini memberi berkah tersendiri bagi warga yang berada pada kawasan tersebut, karena ziarah

makam para wali, auliyah dan ulama sudah menjadi budaya bagi masyarakat. Wisata religi mampu mendorong aktivitas bisnis bagi masyarakat yang bermukim pada kawasan tersebut, namun keberadaan UMKM tersebut belum memberi nilai tambah secara optimal karena pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur belum berjalan secara efektif, oleh karena itu *stakeholder* yang memainkan peran strategis dalam rangka pengembangan usaha UMKM harus dilakukan perekayasaan sosial dalam bentuk rumusan yaitu: “**Model Optimalisasi Peran Stakeholder Dalam Pengelolaan UMKM yang Efektif Pada Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur**”, sehingga sentra UMKM pada kawasan wisata religi mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat yang mandiri serta meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat.

## 1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan uraian yang tersaji pada latar belakang tersebut, maka dapat peneliti kemukakan rumusan masalah sebagai berikut:  
Bagaimanakah model optimalisasi peran *stakeholder* yang efektif dalam pengelolaan UMKM pada Kawasan Wisata Religi di Jawa timur ?

## 1.3 Tujuan Penyusunan Model

Mengacu pada rumusan masalah tersebut diatas, dapat dikemukakan tujuan dari perekayasaan sosial model sebagai berikut:  
Merumuskan model optimalisasi peran stakeholder dalam pengelolaan UMKM yang Efektif pada Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur

## 1.4 Manfaat Perumusan Model

Berdasarkan pada tujuan tersebut diatas, maka rumusasn model ini memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi *stakeholder*, memberi alternatif model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi yang lebih efektif, sehingga dapat digunakan sebagai panduan dalam mengelola usaha UMKM yang lebih baik, dalam rangka mendorong

peningkatan usahanya menjadi tumbuh berkembang serta meningkatkan daya saing usahanya menjadi lebih unggul.

- b. Bagi Pemerintah Daerah, memberi solusi dalam rangka mengoptimalkan peran *stakeholder* yang berada di wilayah agar mengambil peran yang lebih efektif dalam mendorong pengelolaan UMKM menjadi lebih produktif dan berdaya saing tinggi, sehingga memberi kontribusi dalam pengentasan kemiskinan sekaligus meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. Kawasan wisata religi dapat menjadi pengungkit pertumbuhan ekonomi kawasan, manakala pengelolaan UMKM yang berada pada kawasan tersebut dikelola secara memadai dan efektif.
- c. Bagi Peneliti, menyumbangkan pemikiran dan solusi atas berbagai problem dan isu-isu yang sedang berkembang ditengah masyarakat kita, khususnya yang terkait dengan pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, mengingat kawasan ini menjadi rujukan daya tarik wisata bagi masyarakat yang memiliki budaya ziarah ke makam para wali, auliyah dan ulama besar yang dipercaya memiliki karomah ataupun nilai spiritual yang tinggi pada jamannya, sehingga budaya masyarakat ini dapat mendorong kunjungan wisatawan di kawasan wisata religi terus meningkat, sehingga mendorong pengelolaan UMKM yang efektif dan efisien sehingga mampu meningkatkan kenyamanan wisatawan religi di makam wali di Jawa Timur.
- d. Bagi Masyarakat, memberikan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang sedang tumbuh dan berkembang pada kawasan lainnya, karena model ini memiliki pola yang cenderung sama dengan karakteristik sentra UMKM yang berada di tengah masyarakat. Dengan memanfaatkan model diharapkan mengurangi ketidakpastian pengelolaan UMKM dibanding dengan tidak memiliki suatu model pengelolaan yang memadai.

## **BAB. 2**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Nilai Sumber Daya**

Momentum globalisasi ekonomi yang kini diikuti revolusi industri 4.0 serta bonus demografi yang akan dirasakan Indonesia dalam beberapa tahun ke depan menjadi faktor pendorong bangsa Indonesia untuk mampu melesat menjadi sebuah negara dengan kekuatan ekonomi yang lebih besar. Hanya saja Indonesia perlu melihat potensi-potensi yang dimiliki terutama dalam perspektif ekonomi dimana peran UMKM menjadi salah satu faktor penentu majunya perekonomian Indonesia. Saat ini pelaku UMKM perlu fokus untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada di dalam rangka untuk mendongkrak tingkat pertumbuhan yang tinggi serta harus mampu melakukan pengembangan usaha fokus pada satu produk. Untuk itu sektor UMKM di Indonesia perlu didorong untuk menghasilkan produk yang unik dan spesifik yang kualitasnya berbeda dari yang lain dan dapat menasar pasar tertentu khususnya di tingkat internasional maupun global.

Sumber daya utama pelaku bisnis UMKM adalah berkaitan dengan ketersediaan SDM yang berkualitas dan mempunyai kompetensi dalam menjalankan kegiatan usahanya, selain sumber daya lain seperti bahan baku dan modal usaha. Sumber daya manusia (SDM) sebagai sumber daya utama sektor UMKM perlu ditingkatkan nilainya sehingga memiliki *added value* dan bisa menjadi faktor pembeda apabila dibandingkan dengan pelaku usaha pada sektor UMKM yang lain. Agar dapat memiliki *added value*, maka SDM pada sektor UMKM sebagai sumber daya utama haruslah mendapatkan pelatihan, pendampingan, dan pembinaan secara berkelanjutan sehingga akan mampu meningkatkan baik pengetahuan maupun kompetensinya seiring dengan perkembangan pasar dan lingkungan yang sifatnya dinamis dan terus mengalami perubahan.

Berkaca pada nilai sumber daya yang dimiliki sektor UMKM pada umumnya saat ini, maka sangatlah diperlukan optimalisasi peran *stakeholder* didalam rangka untuk ikut mendorong pelaku UMKM untuk

menggali nilai-nilai sumber dayanya masing-masing secara terus menerus, karena nilai sumber daya pada pelaku UMKM satu dengan yang lainnya, daerah satu dengan yang lainnya sangatlah berbeda dan biasanya memiliki sifat yang spesifik. Hal ini biasanya tercermin pada kearifan lokal masing-masing.

Kearifan lokal dapat diartikan sebagai pandangan hidup dan pengetahuan serta sebagai strategi kehidupan yang berwujud aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pendapat di atas dapat diartikan bahwa kearifan lokal merupakan adat dan kebiasaan yang telah mentradisi dilakukan oleh sekelompok masyarakat secara turun temurun yang hingga saat ini masih dipertahankan keberadaannya oleh masyarakat hukum adat tertentu di daerah tertentu. Berdasarkan pengertian di atas dapat diartikan bahwa *local wisdom* (kearifan lokal) dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat lokal yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Ada anggapan lain yang berpandangan bahwa kearifan lokal merupakan cara orang bersikap dan bertindak dalam menanggapi perubahan dalam lingkungan fisik dan budaya. Suatu gagasan konseptual yang hidup dalam masyarakat, tumbuh dan berkembang secara terus-menerus dalam kesadaran masyarakat dari yang sifatnya berkaitan dengan kehidupan yang sakral sampai dengan yang profan (bagian keseharian dari hidup dan sifatnya biasa-biasa saja). Kearifan lokal atau *local wisdom* dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat lokal yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakat. Berdasarkan beberapa pandangan mengenai di atas, dapatlah penulis ambil benang merah bahwa kearifan lokal merupakan gagasan yang timbul dan berkembang secara terus-menerus di dalam sebuah masyarakat berupa adat istiadat, tata aturan/norma, budaya, bahasa, kepercayaan, dan kebiasaan sehari-hari (Carroll, 1991, Donaldson, 1995).

Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa nilai kearifan lokal merupakan salah satu asset yang bisa dijadikan sebagai salah satu ciri khas kedaerahan atau tempat tertentu, Nilai kearifan lokal ini tentunya akan

berbeda antara satu daerah dengan daerah lainnya. Dalam sektor UMKM, nilai kearifan lokal ini perlu digali dan ditonjolkan untuk menghasilkan produk-produk yang spesifik dan mencerminkan sifat kedaerahan. Melalui optimalisasi peran *stakeholder* dalam ikut mendorong pelaku UMKM untuk menggali nilai-nilai sumber dayanya, maka diharapkan keberadaan *stakeholder* ini akan mampu memberi kontribusi secara riil dalam mewujudkan pengembangan dan pengelolaan UMKM di masa-masa mendatang, dan pada gilirannya pelaku UMKM yang memiliki nilai sumber daya yang spesifik dan superior akan dapat naik kelas menjadi pelaku usaha yang lebih besar dan mandiri.

## **2.2 Pemanfaatan Sumber Daya**

Kearifan lokal (*local genius/local wisdom*) merupakan pengetahuan lokal yang tercipta dari hasil adaptasi suatu komunitas yang berasal dari pengalaman hidup yang dikomunikasikan dari generasi ke generasi. Kearifan lokal dengan demikian merupakan pengetahuan lokal yang digunakan oleh masyarakat lokal untuk bertahan hidup dalam suatu lingkungannya yang menyatu dengan sistem kepercayaan, norma, budaya dan diekspresikan di dalam tradisi dan mitos yang dianut dalam jangka waktu yang lama. Keyakinan tradisional mengandung sejumlah besar data empiris yang berhubungan dengan fenomena, proses dan sejarah perubahan lingkungan sehingga membawa implikasi bahwa system pengetahuan tradisional dapat memberikan gambaran informasi yang berguna bagi perencanaan dan proses pembangunan. Kearifan tersebut banyak berisikan gambaran tentang anggapan masyarakat yang bersangkutan tentang hal-hal yang berkaitan dengan kualitas lingkungan manusia dengan lingkungan alamnya.

Dengan adanya potensi sumber daya lokal sebagai kearifan lokal yang cukup besar ini, maka sudah selayaknya para stakeholder yang ada di Probolinggo untuk terus menggali dan memanfaatkan nilai kearifan lokal ini sebagai potensi usaha yang bisa dikembangkan dan mempunyai nilai jual yang tinggi dari setiap buah mangga yang di panen pada musimnya dengan membuat aneka olahan makanan dan camilan berbahan baku

mangga. Melalui usaha-usaha berupa pelatihan dan pendampingan usaha bagi pelaku UMKM yang ada di Probolinggo, stakeholder dapat berperan serta untuk pengembangan dan pengelolaan UMKM agar menjadi lebih baik dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan memanfaatkan potensi sumber daya lokal yang ada berupa buah mangga untuk diolah agar bisa menjadi aneka olahan makanan dan camilan. Melalui peran *stakeholder* ini, maka potensi sumber daya atau nilai kearifan lokal yang ada dapat dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal bagi pengembangan sektor UMKM yang ada (Tambunan, 2002: 122)

### **2.3 Memilih Sumber Daya**

Indonesia memiliki kekayaan budaya, salah satunya adalah budaya kuliner yang dapat dijumpai di seluruh penjuru Nusantara. Pembuatan kuliner berupa makanan dan minuman dilakukan melalui cara-cara tradisional dengan berbasis pada kearifan lokal. Kearifan lokal (*local wisdom*) dapat diartikan sebagai tindakan pemecahan masalah yang dilakukan oleh masyarakat lokal guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Kearifan lokal adalah strategi kehidupan yang merupakan kebijakan setempat “*local wisdom*” atau pengetahuan setempat “*local knowledge*” atau kecerdasan setempat “*local genius*”. Kearifan lokal dapat juga diartikan sebagai pandangan hidup sebuah masyarakat dan ilmu pengetahuan yang mereka miliki (Michael, 1990: 241)

Tindakan yang mengacu pada kearifan lokal, dapat dijumpai pada pada produksi makanan dan minuman tradisional dengan memanfaatkan bahan baku dan cara yang berasal dari kebaikan di lingkungan alam. Hal tersebut dapat dicontohkan misalnya pada proses produksi, pengemasan, pengawetan makanan dan minuman dengan memanfaatkan kebaikan-kebaikan alam yang ada disekitar mereka atau cara yang digunakan dalam sistem produksi. Kearifan lokal bisa juga disebut sebagai pandangan hidup yang menjadi acuan nilai yang digunakan dalam tindakan masyarakat lokal.

Keberagaman nilai-nilai budaya lokal yang ada di daerah yang diakui sebagai unsur kearifan lokal, kiranya perlu mendapatkan perhatian



di era persaingan usaha sekarang ini. Kiranya upaya-upaya untuk menggali nilai budaya lokal sebagai kearifan lokal daerah di masa-masa mendatang perlu dioptimalkan, agar pelaku usaha UMKM yang ada di daerah bisa bertahan dalam persaingan usaha dan mempertahankan perekonomian daerah. Sumber daya alam pada hakikatnya memiliki nilai ekonomis bila dikelola menjadi barang baru. Namun, pengelolaan dan pengolahan yang dilakukan oleh manusia cenderung mengeksploitasi secara besar-besaran tanpa mempertimbangkan dampak yang akan terjadi di masa mendatang. Mengingat setiap orang memperoleh akses yang sama maka sumber daya alam dieksploitasi dengan cara yang berlebihan.

Pengelolaan sumber daya alam berbasis kearifan lokal berarti dalam mengeksploitasi sumber daya alam harus dilaksanakan konsep kearifan lokal yaitu dengan cara menetapkan wilayah-wilayah yang dijadikan sebagai wilayah yang harus dijaga kelestariannya dan tidak dapat dieksploitasi untuk dimanfaatkan sebagai penjaga ekosistem hutan disamping adanya hutan yang dimanfaatkan sebagai lokasi pembudidayaan hasil produksi hutan khususnya rotan. Selain itu, pengelolaan sumber daya alam harus mempertimbangkan dampak yang akan terjadi di masa depan yang diakibatkan oleh tindakan pengelolaan sumber daya alam saat ini. Hal tersebut didukung oleh teori aksi dan reaksi. Suatu aksi akan mempengaruhi reaksi yang akan terjadi.

Upaya untuk mengatasi hal-hal yang buruk dan mempunyai dampak negatif terhadap lingkungan dan kehidupan manusia, pemilihan dan penggunaan nilai kearifan lokal sebagai salah satu sumber daya unggulan bagi UMKM harus benar-benar mendapatkan perhatian, khususnya dari stakeholder yang berasal dari kalangan pemerintahan selaku regulator, fasilitator sekaligus inisiator dalam pemilihan sumber daya lokal untuk sektor UMKM. Dalam hal ini, jangan sampai pelaku UMKM salah dalam melakukan pemilihan sumber daya lokal sebagai representasi nilai kearifan lokal yang akan digunakan dalam pengembangan dan pengelolaan UMKM.

Untuk itu pemerintah selaku regulator, diharapkan secara terus menerus mendorong dan memotivasi pelaku UMKM untuk selalu

menggali dan mengembangkan nilai-nilai kearifan lokal yang ada untuk dikembangkan dan diwujudkan dalam suatu produk yang mempunyai daya saing. Upaya-upaya untuk menggali dan mengembangkan sumber daya lokal yang memiliki nilai kearifan lokal, selama ini sebenarnya sudah banyak dilakukan oleh berbagai kalangan, baik dari kalangan birokrasi maupun bisnis, dengan mengembangkan suatu program berbasis kerakyatan dan kedaerahan yang umumnya dikenal dengan nama “*One Village One Product*” (OVOP).

Satu Desa Satu Product atau *One Village One product* adalah pendekatan pengembangan Potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Satu desa sebagaimana dimaksud dapat diperluas menjadi kecamatan, kabupaten/kota, maupun kesatuan wilayah lainnya sesuai dengan potensi dan skala usaha secara ekonomis. OVOP adalah pendekatan pengembangan potensi daerah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik dan khas dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Strategi OVOP inilah yang mungkin dapat dikembangkan dan dilakukan dalam mendorong pelaku UMKM untuk pemilihan dan penggunaan sumber daya lokal untuk pengembangan dan pengelolaan sektor UMKM di Indonesia untuk masa-masa mendatang.

#### **2.4 Optimalisasi Sumber Daya**

Optimalisasi sumber daya yang dalam hal ini merepresentasikan nilai-nilai kearifan lokal dan budaya masyarakat merupakan nilai peradaban suatu kelompok warga yang tetap terjaga dipelihara dalam komunitasnya, karena memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakatnya. Nilai kearifan lokal dan budaya yang berkembang pada suatu tempat akan turut mewarnai dalam semua aspek kehidupan masyarakatnya dan tercermin dalam perilaku sehari-hari baik dalam kehidupan maupun dalam menjalankan aktivitas usahanya. Oleh karena itu, nilai kearifan lokal dan budaya masyarakat sebenarnya merupakan salah satu sumber daya yang sangat strategis dan dapat dikembangkan secara optimal sehingga mampu memberikan kontribusi yang riil bagi

warga atau masyarakatnya dalam menjalankan kegiatan usahanya, termasuk sektor UMKM. Hal ini dilandasi pemikiran bahwa nilai-nilai kearifan lokal dan budaya memiliki nilai spirit yang mampu dalam mendorong kehidupan yang lebih baik dan sejahtera, usaha yang lebih berkembang dan selalu menjaga serta melestarikan norma-norma dan etika dalam kehidupan.

Nilai-nilai kearifan lokal dan budaya ini apabila digali secara terus menerus tentunya akan dapat mewarnai corak kehidupan warga dan masyarakatnya baik dalam komunitas warga sebagai makhluk sosial maupun dalam aktivitas bisnis yang dijalankan. Diantara fenomena atau wujud kearifan lokal, yang merupakan bagian inti kebudayaan adalah nilai-nilai dan konsep-konsep dasar yang memberikan arah bagi berbagai tindakan. Menggali dan menanamkan kembali kearifan lokal secara inheren dapat dikatakan sebagai gerakan kembali pada basis nilai budaya daerahnya sendiri sebagai bagian upaya membangun identitas suatu daerah, yang memiliki korelasi menciptakan langkah-langkah strategis dan nyata dalam memberdayakan dan mengembangkan potensi (sosial, budaya, ekonomi, politik dan keamanan) daerah secara optimal serta sebagai filter dalam menyeleksi berbagai pengaruh budaya dari luar.

Optimalisasi nilai kearifan lokal ini, bisa dilakukan pemerintah daerah bersama-sama dengan masyarakat yang ada di daerah melalui berbagai macam upaya, salah satunya adalah pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui program “*one village one product*” (OVOP). OVOP (*One Village One Product*) adalah suatu program berbasis *community development*, dengan pendekatan pembangunan ekonomi berdasarkan pasar. Inisiatif OVOP dimaksudkan untuk membantu pengembangan kemampuan masyarakat desa pada produk tertentu dan meningkatkan ekonomi pedesaan melalui peningkatan pendapatan masyarakat pada level *grassroot*. Kekhasan pendekatan ini adalah pencapaian pembangunan ekonomi regional melalui peningkatan nilai tambah produk dengan menggunakan sumberdaya lokal yang tersedia melalui pengolahan, kontrol mutu dan pemasaran. OVOP adalah upaya dan langkah strategis untuk

mengidentifikasi produk lokal dan perluasan pasar. Landasan Hukum dalam implementasi program OVOP di Indonesia, didasarkan pada :

1. Undang-undang Nomor 25 tahun 1992, Tentang Perkoperasian. Dan Undang-undang Nomor 20 tahun 2008, Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.
2. Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 Tentang Percepatan Sektor Riil dan Pembangunan Usaha Mikro Kecil dan Menengah tanggal 8 Juni 2007 yang mengamanatkan pengembangan sentra melalui pendekatan *One Village One Product* (OVOP).

Tujuan utama OVOP adalah Peningkatan pendapatan, kebanggaan dan kemandirian masyarakat (Pemerintah membantu siapa yang berusaha mandiri). Sedangkan sasaran yang ingin ditunjukkan dalam implementasi program OVOP, antara lain :

1. Pertumbuhan Koperasi dan UKM yang mandiri di daerah
2. Penguatan koperasi dan UKM sebagai motor penggerak ekonomi daerah dan nasional
3. Peningkatan kemampuan pemasaran dan daya saing produk Koperasi dan UKM sesuai standar internasional
4. Penciptaan peran koperasi dan UKM dalam penciptaan lapangan kerja
5. Peningkatan perolehan nilai tambah bagi produk unggulan untuk meningkatkan pendapatan
6. Peningkatan Pemerataan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat ke Seluruh wilayah Indonesia.

Dalam implementasi program OVOP terdapat 3 prinsip utama yang harus diikuti, antara lain :

1. Lokal Tapi Global (*Local Yet Global*), Pengembangan gerakan OVOP ditujukan membuat kekhususan produk lokal yang dapat dipasarkan bukan saja di Indonesia, tetapi juga di pasaran global dan dapat menjadi sumber kebanggaan masyarakat setempat.
2. Kemandirian dan Kreativitas (*Self Reliance Creativity*), sebagai penghela dari gerakan OVOP adalah warga sendiri dan yang harus

menentukan produk spesifik lokal yang harus dipilih dan dikembangkan sebagai pilihan masyarakat itu sendiri, Gerakan OVOP merupakan kampanye untuk memfasilitasi pembangunan regional melalui penyadaran akan potensi lokal untuk dikembangkan semangat kemandirian/*self help* akan menyebabkan *self reliant* dan *self respect*, dan kreativitas dengan spirit kemandirian.

3. Pengembangan Sumberdaya Manusia *terintegrated (Human Resources Development)*, merupakan komponen terpenting dari kampanye gerakan ini. Agar warga masyarakat dapat menghasilkan produk khas dan berkualitas. Dan mendorong terwujudnya sumberdaya manusia yang kreatif dan inovatif yang mampu menghadapi tantangan baru dan memanfaatkan peluang bisnis di sektor pertanian, pemasaran, pariwisata dan bidang lainnya.

## **2.5. Peran Stakeholder Dalam Mengelola Sumber Daya**

Dalam pengelolaan sumber daya sektor UMKM tentunya sangat dibutuhkan peran *stakeholder* agar pengelolaan sumber daya dapat berhasil guna dan berdaya guna. Kehadiran stakeholder, antara lain dari kalangan Perguruan Tinggi (PT), Birokrasi (*Government*), serta Bisnis (*Business*), diharapkan akan dapat membantu pengembangan dan pengelolaan sumber daya sektor UMKM ini secara optimal melalui kolaborasi diantara ketiganya. Optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sumber daya sektor UMKM ini tentunya akan sangat dibutuhkan dalam pengembangan dan pengelolaan sektor UMKM ini dimasa mendatang. *Stakeholder* dalam hal ini dapat mengambil peran melalui upaya kolaborasi, koordinasi, dan sinkronisasi program pelatihan, pendampingan usaha, serta pemberdayaan di dalam upaya untuk membangun sinergi bersama dalam rangka mendorong penerapan manajemen dan pengelolaan UMKM yang lebih layak dan lebih baik.

Kalangan bisnis, yang terdiri dari berbagai macam profesi dapat memainkan peran dan fungsinya dalam membantu sektor UMKM untuk pengembangan dan pengelolaan usahanya melalui berbagai macam program kemitraan. Dalam hal ini, unsur dari kalangan bisnis dapat berupa

lembaga perbankan atau lembaga pembiayaan lainnya yang ada pada sektor mikro seperti koperasi yang sekarang ini masuk dalam kategori lembaga keuangan mikro dapat melakukan program kemitraan dengan pelaku UMKM dalam penyediaan kebutuhan pemodal usaha, perusahaan-perusahaan besar dapat juga menjalin program kemitraan melalui program pembinaan usaha untuk mengangkat sektor UMKM agar dapat menjadi usaha besar (UB). Sedangkan dari kalangan BUMN, BUMD, maupun perusahaan-perusahaan swasta dapat membantu sektor UMKM ini melalui penggunaan dana-dana *corporate social responsibility* (CSR) yang tersedia. Penggunaan dana-dana CSR untuk membantu pengembangan usaha sektor UMKM ini hendaknya dilakukan melalui program yang jelas dan tepat sasaran serta berkelanjutan, sehingga pelaku UMKM yang memperoleh bantuan program dana CSR ini dapat benar-benar dapat merasakan manfaatnya.

Sedangkan kalangan perguruan tinggi (PT) yang dikenal sebagai *agent of development* dapat membarikan sumbangsih pemikiran-pemikirannya lewat pengetahuan, hasil-hasil riset yang telah dilakukan untuk dapat diaplikasikan dan diimplementasikan dalam dunia usaha senyatanya yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Kalangan perguruan tinggi (PT) dapat juga melakukan kolaborasi dalam penyelenggaraan program-program pelatihan manajemen dan manajerial usaha bagi pelaku UMKM, pendampingan usaha dan pemberdayaan usaha dengan stakeholder yang lainnya seperti dari unsur birokrasi yang ada pada dinas-dinas yang mempunyai keterkaitan dengan keberadaan sektor UMKM, kalangan bisnis dan perbankan. Hal ini dilakukan untuk menghindari tumpang tindih (*overlap*) penyelenggaraan program-program pengembangan UMKM yang selama ini dilakukan oleh kalangan birokrasi, dimana selama ini kita melihat masing-masing birokrasi sebagai unsur stakeholder memiliki dan menyelenggarakan program sendiri-sendiri dalam upaya pengembangan sektor UMKM, dan juga sering terjadi penyelenggaraan program yang ada hanya dilakukan secara parsial dan tidak berkelanjutan, sehingga manfaat program yang diterima oleh pelaku sektor UMKM tidak ada.

Selain kolaborasi, maka kegiatan koordinasi dan sinkronisasi program-program pengembangan UMKM perlu dilakukan oleh para stakeholder yang ada. Sinkronisasi merupakan upaya untuk mensinergikan berbagai macam kegiatan yang dilakukan oleh para stakeholder, dengan sasaran untuk mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM menjadi lebih baik, efektif dan efisien. Oleh karena itu, para pemangku kepentingan yang ada pada level stakeholder perlu untuk memikirkan dan menyusun program yang diselenggarakan secara bersama-sama dalam bentuk program klinik layanan manajemen, program bina mitra, atau program pelatihan dan pendampingan usaha, sehingga manfaatnya bisa diterima secara utuh oleh pelaku sektor UMKM daripada program-program kegiatan tersebut dilaksanakan secara sendiri-sendiri, seperti yang terjadi selama ini. Inilah sebenarnya bentuk nyata sumbangsih yang datangnya dari para stakeholder yang sangat diperlukan dan didambakan oleh pelaku sektor UMKM agar mereka dapat lebih berdaya saing dalam menjalankan kegiatan usahanya.

## **2.6 Nilai Tambah Sumber Daya**

Daya saing adalah kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara, atau antar daerah menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional. Oleh karena itu dalam konteks kabupaten/kota sebagai sebuah organisasi, daya saing diartikan sebagai kemampuan kabupaten/kota untuk mengembangkan kemampuan ekonomi-sosial wilayahnya guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayahnya. Dalam teori manajemen strategik, setidaknya dikenal dua pandangan yang dapat digunakan untuk melandasi pemilihan industri. Pandangan pertama adalah pandangan yang dikenal sebagai pandangan berbasis pasar (*market based view*). Suatu organisasi hendaknya memilih industri yang produk-produknya sudah jelas diterima pasar. Selanjutnya, pemilihan suatu industri hendaknya diorientasikan pada upaya pemenuhan permintaan pasar. Pandangan berbasis-pasar akan mengarahkan kabupaten/kota hanya

menghasilkan produk-produk yang pasarnya sudah ada dan dengan demikian meminimalkan risiko produk tidak terjual.

Pandangan kedua adalah pandangan berbasis sumber daya (*resource-based view*). Pandangan ini mengatakan bahwa seharusnya kabupaten/kota memilih industri yang sesuai dengan sumber daya yang tersedia. Cikal-bakal *resource-based view* adalah *resourcefulness-based view*. *Resource* dalam bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi sumber daya, sementara *resourcefulness* adalah kepandaian, kecerdikan, atau kelihaian. Dalam kebudayaan lokal ada yang disebut dengan kearifan lokal yang menjadi nilai-nilai bermakna, antara lain, diterjemahkan ke dalam bentuk fisik berupa produk kreatif daerah setempat. Ekonomi kreatif tidak bisa dilihat dalam konteks ekonomi saja, tetapi juga dimensi budaya. Ide-ide kreatif yang muncul adalah produk budaya. Karenanya, strategi kebudayaan sangat menentukan arah perkembangan ekonomi kreatif. Mengembangkan ekonomi kreatif berbasis budaya dan kearifan lokal adalah solusi alternatif untuk menstimulus perkembangan ekonomi kreatif untuk bisa mandiri dan bisa mengembangkan usaha terutama di daerah. Pada umumnya setiap daerah memiliki potensi produk yang bisa diangkat dan dikembangkan. Keunikan atau kekhasan produk lokal itulah yang harus menjadi intinya kemudian ditambah unsur kreatifitas dengan sentuhan teknologi.

Oleh karenanya, upaya menumbuh kembangkan ekonomi kreatif tidak bisa lepas dari budaya setempat. Budaya harus menjadi basis pengembangannya, sehingga dengan demikian produk-produk yang dihasilkan melalui ekonomi kreatif akan tetap mencerminkan budaya lokal dan kearifan lokal suatu daerah tertentu. Industri yang berbasis ekonomi kreatif sekarang ini juga mulai berkembang dan banyak dilakukan oleh masyarakat. Industri kreatif yang berkembang di Indonesia, sangat sarat dengan ciri-ciri khas kedaerahan, seperti kerajinan. Dengan memiliki ciri khas kedaerahan ini, maka unsur kearifan lokal dalam industri kreatif yang ada di daerah-daerah Indonesia sangat mencerminkan kearifan lokalnya.

Peran ekonomi kreatif dalam perekonomian nasional memiliki ciri karakteristik Indonesia yang terkenal dengan keragaman sosio-budaya



yang tersebar di seluruh pelosok nusantara tentunya dapat menjadi sumber inspirasi dalam melakukan pengembangan industri kreatif. Keragaman budaya Indonesia menandakan tingginya kreatifitas yang telah tertanam dalam masyarakat Indonesia. Belum lagi dukungan keragaman etnis dalam masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan Indonesia memiliki faktor pendukung yang kuat dalam melakukan pengembangan ekonomi kreatif.

Menumbuh kembangkan ekonomi kreatif tidak bisa lepas dari budaya setempat. Budaya harus menjadi basis pengembangannya. Dalam kebudayaan lokal ada yang disebut dengan kearifan lokal yang menjadi nilai-nilai bermakna, antara lain, diterjemahkan ke dalam bentuk fisik berupa produk kreatif daerah setempat. Berkembangnya industri/ekonomi kreatif yang terjadi di Indonesia sekarang ini tidak terlepas dari upaya menggali budaya lokal sebagai unsur kearifan lokal daerah yang sangat beragam yang terdapat hampir di seluruh daerah pelosok Indonesia.

Telah kita sepakati bersama bahwa Indonesia kaya akan ragam budaya, dimana masing-masing budaya mempunyai ciri khas kedaerahan secara tersendiri. Dengan keberagaman budaya ini, maka tidak mengherankan kalau nilai kearifan lokal yang ada sangat beragam dan banyak jumlahnya. Keragaman budaya yang didasarkan atas ciri khas kedaerahan ini pada hakikatnya mencerminkan nilai kearifan lokal daerah dan sudah semestinya hal ini dapat dijadikan sebagai sumber daya saing daerah yang ada di Indonesia.

Kenyataan menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya lokal yang ada dan berkembang di suatu daerah yang pada dasarnya merupakan unsur kearifan lokal dapat dimanfaatkan secara strategis bagi pemerintah sebagai pengambil kebijakan dan masyarakat sebagai pelaku ekonomi yang ada di daerah. Sangat kurangnya perhatian dalam menggali nilai-nilai kearifan lokal daerah ini memang tidak bisa dipungkiri sebagai akibat dari perkembangan perekonomian yang bersifat global. Dimana orang pada berusaha mengadopsi nilai-nilai budaya baru yang berasal dari luar. Padahal, adanya daya tarik budaya lokal yang unik sebagai bagian dari unsur nilai kearifan lokal daerah, sesungguhnya dapat dipandang sebagai peluang yang menjanjikan sepanjang mampu menggali dan menggarapnya

dengan optimal secara sinergis semua potensi yang dimiliki dan pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Upaya menggali kembali dan mengembangkan budaya lokal daerah secara bijak dengan tidak meninggalkan kearifan lokal, sesungguhnya semakin strategis posisinya dalam memperkuat perekonomian daerah karena dapat menciptakan lapangan berusaha dan lapangan pekerjaan dengan melibatkan hajat hidup masyarakat disekitarnya yang lebih banyak. Dengan demikian, apabila upaya menggali dan mengembangkan budaya lokal tidak diberdayakan secara optimal melalui program pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan dibiarkan mati maupun hilang karena hadirnya budaya-budaya luar, maka sudah dapat dipastikan potensi pengangguran akan terus bertambah dan pada gilirannya akan membebani pemerintah.

Dalam struktur perekonomian Indonesia era reformasi, memasukkan unsur nilai kearifan lokal menjadi kecenderungan umum masyarakat Indonesia yang telah menerima otonomi daerah sebagai pilihan politik. Membangkitkan nilai-nilai daerah untuk kepentingan pembangunan menjadi sangat bermakna bagi perjuangan daerah untuk mencapai kinerja yang tinggi dalam bidang perekonomian, sehingga akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selama ini, kearifan lokal tiarap bersama kepentingan pembangunan yang bersifat sentralistik dan *top down*. Karena itu, sudah saatnya untuk menggali lebih banyak nilai-nilai kearifan lokal yang ada di daerah sebagai alat atau cara mendorong pembangunan daerah sesuai daya dukung daerah dalam menyelesaikan masalah-masalah daerahnya secara bermartabat.

Kearifan lokal juga merupakan usaha manusia, perjuangan setiap orang atau kelompok dalam menentukan hari depannya dan merupakan aktivitas yang dapat diarahkan dan direncanakan. Oleh sebab itu dituntut adanya kemampuan, kreativitas, dan penemuan-penemuan baru. Manusia tidak hanya membiarkan diri dalam kehidupan lama melainkan dituntut mencari jalan baru dalam mencapai kehidupan yang lebih manusiawi. Dasar dan arah yang dituju dalam perencanaan kebudayaan adalah manusia sendiri sehingga humanisasi menjadi kerangka dasar dalam strategi kebudayaan.

Budaya yang berkembang di Indonesia merupakan akulturasi dari berbagai macam budaya. Hal ini karena Indonesia merupakan lalu lintas perdagangan dan tempat persinggahan mereka yang melakukan penjelajahan, sehingga dapat dikatakan bahwa percampuran budaya di Indonesia itu adalah percampuran budaya yang sangat beranekaragam. Dengan melihat nilai kearifan lokal sebagai bentuk produk kebudayaan maka ia akan mengalami *reinforcement* secara terus-menerus menjadi yang lebih baik.

Adanya banyak peluang untuk menggali dan mengembangkan wacana nilai kearifan lokal masyarakat nusantara dan menjadikannya sebagai model pendekatan dalam pembangunan ekonomi tentunya akan dapat dijadikan sebagai penguat (*re-inforcement*) dalam mendorong dan mengungkit kinerja perekonomian daerah lebih tinggi lagi di masa-masa mendatang. Hal ini dapat dilakukan melalui program OVOP, dimana program ini telah banyak menempatkan daerah memiliki produk-produk unggulan yang sifatnya spesifik dan unik, memiliki kualitas yang superior, dan yang tidak kalah pentingnya adalah bersifat *marketable*.

Dalam implementasi program OVOP tentunya sangatlah dibutuhkan strategi sebagai alat dan penuntun untuk mencapai tujuan. Beberapa strategi yang dapat ditempuh dalam implementasi OVOP, antara lain :

- 1 Kolaborasi aktif antara pemerintah pusat, pemda, swasta dan masyarakat lokal
- 2 Memanfaatkan pengetahuan, tenaga kerja dan sumber daya lokal lainnya yang memiliki keunikan daerah
- 3 Perbaikan mutu dan penampilan produk
- 4 Promosi dan pemasaran secara aktif baik pada tingkat nasional maupun global
- 5 Koperasi dan UKM menghasilkan produk terbaik untuk ditingkatkan kualitasnya dan akses pasarnya.

Akhir-akhir ini di beberapa daerah di Indonesia sudah mulai digencarkan program OVOP oleh banyak pemerintahan daerah. Program OVOP ini diyakini merupakan salah satu solusi yang bisa ditempuh untuk meningkatkan perekonomian daerah melalui pemberdayaan ekonomi

masyarakatnya yang berbasis budaya lokal (kearifan lokal). Sebagai wujud dari implementasi pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis kearifan lokal melalui program OVOP ini, bisa kita lihat beberapa contoh yang ada dan berkembang di daerah-daerah di Indonesia. Satu Desa Satu Product atau *One Village One product* adalah pendekatan pengembangan Potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Satu desa sebagaimana dimaksud dapat diperluas menjadi kecamatan, kabupaten/kota, maupun kesatuan wilayah lainnya sesuai dengan potensi dan skala usaha secara ekonomis. OVOP adalah pendekatan pengembangan potensi daerah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik dan khas dengan memanfaatkan sumber daya lokal.

Lalu apa sebenarnya yang menjadi tujuan dari *one village one product* ini. Ada beberapa tujuan yang ingin dicapai melalui program OVOP ini di daerah, antara lain :

- 1 Untuk menggali dan mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal, dari sumber daya, yang bersifat unik khas daerah, bernilai tambah tinggi, dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan, memiliki image dan daya saing yang tinggi.
- 2 Pengembangan IKM yang berdaya saing tinggi di pasar domestik dan global dan Mencari komoditas potensial di satu sentra yang memanfaatkan Potensi Lokal.

Dalam pelaksanaan program OVOP ini harus memenuhi beberapa kriteria. Tiga kriteria yang harus dimiliki lokasi pengembangan program *One Village One Product* (OVOP) atau satu desa satu produk, dalam rangka pengembangan IKM yang berdaya saing tinggi di pasar domestik dan global. Daerah yang menjadi pengembangan program OVOP harus ada keseragaman jenis usaha, memiliki tata ruang yang jelas, serta memiliki infrastruktur yang bagus, antara lain :

- 1 Produk unggulan daerah dan/atau produk kompetensi inti daerah
- 2 Unik khas budaya dan keaslian local
- 3 Berpotensi pasar domestik dan ekspor

- 4 Bermutu dan berpenampilan baik
- 5 Diproduksi secara kontinyu dan konsisten

Dalam rangka kampanye OVOP tiga hal yang diperlukan, yaitu selain *fulfilling* desa-desa yang potensial sekaligus penduduknya; menyeleksi produk-produk competitive yang berasal dari bahan-bahan lokal dengan menggunakan kearifan lokal dan keterampilan – keterampilan yang unik untuk menghasilkan produk-produk asli, unik dan bernilai yang ditujukan untuk pasar domestik maupun global serta asli juga termasuk komitmen dan campur tangan pemerintahan lokal dan pusat. Dalam mengadopsi program OVOP ini, ada 3 aspek dasar yang harus dipenuhi yaitu :

- 1 Lokalitas produk mampu memenuhi pasar global
- 2 Masyarakatnya mampu bekerja secara mandiri
- 3 SDM memiliki mental siap dididik dan dibina.

Pendekatan OVOP di Indonesia tidak jauh berbeda dengan apa yang telah dilakukandi Jepang dan Thailand. Implementasi OVOP di negara kita mengikuti suatu konsep program membangun suatu regional, mungkin bisa tingkat desa ,kecamatan, kota dan selanjutnya memilih satu produk utama yang dihasilkan dari kreatifitas masyarakat desa. Pendekatan OVOP juga menggunakan sumberdaya lokal, memiliki kearifan lokal dan bernilai tambah tinggi. Produk-produk yang dipilih menjadi gerakan OVOP tidak hanya dalam bentuk *tangible product*, tetapi juga dalam wujud *intangibile product*, misalnya produk-produk budaya dan kesenian khas daerah yang memiliki nilai jual tinggi secara global. OVOP dalam bentuk konsep SAKA SAKTI (Satu kabupaten/kota Satu kompetensi Inti) yaitu suatu konsep yang dikembangkan dalam rangka membangun daya saing suatu daerah dengan menciptakan kompetensi inti bagi daerah tersebut agar dapat bersaing di tingkat global. Konsep ini sangat diperlukan agar sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh daerah diarahkan untuk menciptakan kompetensi inti. Ada dua konsep dalam membangun kompetensi inti melalui pendekatan gerakan OVOP. Pertama, konsep

membangun produk unggulan yaitu mengembangkan produk lokal yang memiliki keunggulan dari sisi keunikan, kekhasan, kemanfaatan yang lebih besar bagi pengguna produk serta memberikan keuntungan yang besar penghasil produk tersebut. Kedua, konsep membangun kompetensi inti daerah, dalam hal ini daerah harus memilih kompetensi inti daerah yang bersangkutan dilihat dari keunikan, kekhasan daerah, kekayaan sumber daya alam, peluang untuk menembus pasar internasional dan dampaknya.

Gerakan OVOP di Indonesia telah menjadi prioritas pembangunan nasional. Hal ini didukung dengan ditetapkannya Inpres No. 5 Tahun 2008 tentang Fokus Program Ekonomi Tahun 2008 - 2009 sebagai kelanjutan dari Inpres No. 6 Tahun 2007 Tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha (Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)). Inpres tersebut ditujukan untuk mendorong efektivitas pengembangan *One Village One Product* (OVOP). Sasaran gerakan OVOP di Indonesia adalah berkembangnya sinergi produksi dan pasar.

Dalam rangka menindaklanjuti Inpres tersebut, pada tahun 2007 Menteri Perindustrian telah menerbitkan Peraturan Menteri Perindustrian No.78/M/IND/PER/9/2009 tentang peningkatan efektivitas pengembangan industri kecil dan menengah (IKM) melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (OVOP). Sasaran program pendekatan OVOP yang dilakukan Kementerian Perindustrian adalah industri kecil dan menengah (IKM) di sentra-sentra IKM yang menghasilkan produk-produk terbaik. Gerakan OVOP merupakan suatu gerakan nasional dan bersifat lintas sektoral, serta melibatkan instansi-instansi terkait.

## **2.7 Peran Stakeholder Dalam Pengembangan UMKM**

### **2.7.1 Klinik Manajemen**

Secara umum, banyak tantangan, kendala dan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh sektor usaha UMKM di Indonesia. Berbagai upaya telah banyak ditempuh oleh pemerintah melalui

Kementerian Koperasi dan UKM dalam membantu untuk memberdayakan sektor usaha UMKM ini untuk bisa mandiri secara ekonomi melalui program pelatihan, pendampingan usaha, dan pemberdayaan. Namun demikian, hasil yang dicapai masih belum maksimal, dikarenakan oleh beberapa penyebab, hal ini tentunya membutuhkan kehadiran peran yang lebih besar dari para *stakeholder* dalam rangka pengembangan dan pengelolaan sektor UMKM yang lebih baik di masa mendatang.

Kendala yang dihadapi pelaku sektor UMKM pada umumnya merupakan masalah klasik yang sering dihadapi oleh kelompok usaha sektor informal lainnya, diantaranya : (1) aspek pengadaan bahan baku untuk keperluan produksi, (2) aspek teknologi produksi, (3) aspek pemasaran produk, (4) aspek ketenagakerjaan (SDM), (5) aspek permodalan, (6) aspek sarana dan prasarana, (7) aspek manajerial. Ketujuh aspek tersebut sampai saat ini belum memperoleh solusi yang konkrit secara holistic, baik dari kalangan birokrasi/pemerintahan, perguruan tinggi (PT), penggiat UMKM, maupun dari kalangan bisnis yang lain. Upaya-upaya yang selama ini dilakukan dan ditempuh hanya sebatas mencari solusi yang sifatnya parsial dan tidak dilakukan secara konsisten dan berkesinambungan, sehingga permasalahan yang terjadi sampai sekarang tidak dapat diselesaikan secara tuntas.

Klinik manajemen adalah media dan sarana konsultasi bagi pelaku koperasi dan UMKM untuk mengatasi masalah-masalah manajemen dan pengelolaan usahanya. Klinik manajemen UMKM ini merupakan terobosan inovatif yang digagas untuk pengembangan wirausahawan dan UMKM dalam pengembangan usaha mereka. Klinik UMKM ini dapat memberikan 8 jasa layanan bagi para pelaku UMKM secara gratis yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi & UMKM Jawa Timur atau bisa bekerjasama dengan kalangan perguruan tinggi (PT) yang memiliki laboratorium manajemen, yakni layanan:

- 1 Konsultasi usaha
- 2 Informasi usaha
- 3 Pendampingan usaha
- 4 Pelatihan

- 5 Akses pembiayaan/permodalan
- 6 Akses pemasaran produk UMKM
- 7 Pusat informasi/pustaka kewirausahaan
- 8 Klinik Koperasi dan UMKM keliling

Dengan layanan ini, Klinik UMKM memberikan bimbingan kepada pelaku UMKM mulai dari hulu hingga ke hilir, dari sisi produksi melalui berbagai pelatihan dan bimbingan, sisi akses permodalan serta sisi pemasaran. Untuk menunjang layanan yang komprehensif ini, Klinik UMKM didukung para konsultan yang saat ini berjumlah 76 konsultan berasal dari seluruh kabupaten/kota di Jatim. Para konsultan ini melalui proses seleksi yang ketat bekerja sama dengan asosiasi *business development services* (BDS) Jawa Timur terus memperluas layanan klinik, sehingga telah dioperasikan klinik di 38 kabupaten/kota di Jatim sebagai bagian dari jejaring Klinik Koperasi dan UMKM Provinsi Jatim.

Layanan yang diberikan oleh Klinik UMKM adalah konsultasi usaha yang bermanfaat membantu para pelaku UMKM terutama yang masih pemula dalam mengidentifikasi kondisi usaha, mengetahui permasalahan yang dihadapi dan mencari solusi bagi pemecahan masalah. Kegagalan UMKM sering kali disebabkan oleh kegagalan dalam pengelolaan atau manajemen usaha. Walaupun pelaku UMKM sudah memahami cara produksi, tetapi bila tidak mengetahui bagaimana pengelolaan usaha yang baik, seperti menghitung harga pokok penjualan dan biaya-biaya yang terkait, maka pelaku usaha salah dalam menghitung harga jual, dan akhirnya usaha mereka kemudian merugi dan terpaksa gulung tikar. Dalam hal ini, para konsultan klinik bertugas untuk melayani para pelaku UMKM dengan membantu mereka memahami permasalahan dan bersama-sama mencari solusi untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh pelaku UMKM.

Disisi yang lain, penguatan pelaku UMKM juga dilakukan melalui pemberian informasi usaha agar pelaku UMKM mengetahui usaha yang tepat sesuai dengan peluang dan kapasitas masing-masing. Para pelaku UMKM juga perlu mendapatkan bantuan dalam membuat studi kelayakan



sebuah usaha, mencari lokasi yang tepat, membuat rencana usaha dan proposal permodalan, sehingga pelaku UMKM tidak bingung lagi dalam memulai usahanya. Dalam kegiatan pendampingan, melalui klinik manajemen ini, para pelaku UMKM juga akan memperoleh pendampingan dalam pengurusan kredit, pengurusan HAKI, pengurusan legalitas usaha, maupun pendampingan wirausaha baru, serta pendampingan manajemen usaha dan pemasaran.

Penguatan pelaku UMKM juga dilaksanakan melalui pelatihan singkat yang menggabungkan teori dan praktek dengan beragam materi keilmuan. Selain memberikan pelatihan dan informasi usaha, Klinik UKM juga memberikan layanan akses pembiayaan melalui kerja sama dengan berbagai lembaga keuangan perbankan. Konsultan klinik UMKM juga mendampingi pelaku UMKM agar dana kredit yang diperoleh dapat dimanfaatkan secara optimal. Klinik UMKM juga memfasilitasi dan menjembatani pelaku UMKM untuk mendapatkan akses permodalan dari berbagai sumber kredit dari BRI, Bank Mandiri, BNI, BPD Jatim serta lembaga keuangan non bank yaitu koperasi dan BMT. Dari sisi hilir, Klinik UMKM juga membantu akses pemasaran produk - produk UMKM melalui promosi baik dalam skala lokal, nasional maupun internasional.

### **2.7.2 Pelatihan Manajemen UMKM**

Usaha kecil memiliki potensi yang nyata dalam menunjang pembangunan di sektor ekonomi, antara lain: (1) Menyerap tenaga kerja, (2) Penghasil barang dan jasa pada tingkat harga yang terjangkau bagi kebutuhan rakyat banyak yang berpenghasilan rendah, dan (3) Penghasil devisa negara yang potensial, karena keberhasilannya dalam memproduksi komoditi non migas. Karena perannya tersebut, maka usaha kecil perlu terus menerus dilatih dan dibina secara berkelanjutan agar dapat lebih berkembang dan maju.

Untuk mengembangkan usaha kecil, tentu saja dibutuhkan pelatihan. Menurut Sikula, 1976 dalam Susilo et.al (2014), pelatihan merupakan proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir sehingga tenaga kerja non manajerial mempelajari

pengetahuan dan ketrampilan teknis untuk tujuan tertentu. Soeprihanto, 2001 dalam Alhempri, Raden (2013) menyatakan bahwa pelatihan adalah seperangkat kegiatan untuk memperbaiki kemampuan karyawan dengan cara meningkatkan pengetahuan dari ketrampilan operasional dalam menjalankan suatu pekerjaan. Pelatihan merupakan bagian dari suatu proses pendidikan yang tujuannya untuk meningkatkan kemampuan atau memperoleh keterampilan khusus bagi seseorang atau sekelompok orang. Hamalik (2007) menambahkan bahwa pelatihan merupakan suatu fungsi manajemen yang perlu dilaksanakan terus menerus dalam rangka pembinaan ketenagakerjaan suatu organisasi. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelatihan merupakan suatu proses pembinaan, pengertian dan pengetahuan terhadap sekelompok fakta, aturan, serta metode yang terorganisasikan dengan mengutamakan pembinaan kejujuran dan ketrampilan operasional.

Menurut Hamalik (2007), tujuan umum dalam pelatihan antara lain meliputi :

1. Untuk mengembangkan keahlian, sehingga tingkat pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan lebih efektif.
2. Untuk mengembangkan pengetahuan, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara rasional.
3. Untuk mengembangkan sikap, sehingga menimbulkan kemauan kerjasama dengan teman-teman pegawai dan manajemen (pimpinan).

Adapun tujuan khusus pelatihan adalah :

1. Tujuan latihan induksi, yaitu untuk membantu pegawai menyelesaikan pekerjaannya yang baru dan untuk memberikan beberapa ide mengenai perusahaan dan latar belakang pekerjaannya.
2. Tujuan latihan kerja, yaitu untuk memberikan instruksi khusus guna melaksanakan tugas-tugas dari suatu jabatan tertentu.
3. Tujuan latihan pengawas, yaitu untuk memberikan pelajaran kepada pegawai tentang bagaimana memeriksa dan mengawasi serta melatih pegawai-pegawai lainnya.

4. Tujuan latihan manajemen, yaitu untuk memberikan latihan yang diperlukan dalam jabatan manajemen puncak (misal : akuntan, sekretaris, dll).
5. Tujuan latihan pengembangan pemimpin adalah untuk mengembangkan dan menambah kemampuan pemimpin-pemimpin yang sudah ada.

Menurut Hamalik (2007) program pelatihan meliputi unsur-unsur sebagai berikut :

1. Peserta latihan. Penetapan calon peserta latihan erat kaitannya dengan keberhasilan proses pelatihan yang nantinya turut menentukan efektifitas pekerjaan. Oleh karena itu perlu dilakukan seleksi yang teliti untuk memperoleh peserta yang baik berdasarkan kriteria antara lain : jenjang pendidikan dan keahlian, jabatan, pengalaman kerja, motivasi dan minat, pribadi serta intelektual;
2. Pelatih (instruktur). Pelatih memegang peran penting terhadap kelancaran dan keberhasilan program pelatihan. Itu sebabnya perlu dipilih pelatih yang ahli, berkualifikasi dan profesional. Beberapa syarat sebagai pertimbangan adalah: telah disiapkan secara khusus sebagai pelatih, ahli di bidang spesialisasi tertentu, berkepribadian baik, berasal dari lingkungan dalam organisasi (lebih baik daripada berasal dari luar organisasi);
3. Lamanya pelatihan. Lamanya masa pelatihan berdasarkan pertimbangan tentang: jumlah dan mutu kemampuan yang hendak dipelajari di pelatihan tersebut, kemampuan belajar para peserta dalam pelatihan, serta media pengajaran;
4. Bahan latihan. Bahan latihan sebaiknya disiapkan secara tertulis agar mudah dipelajari peserta. Cara penulisannya agar disesuaikan dengan buku pedoman penulisan karya ilmiah yang berlaku; dan
5. Bentuk pelatihan. Bentuk pelatihan yang digunakan untuk mengembangkan kemampuan pegawai antara lain : *learning on the job*, *problem solving*, belajar melalui observasi, kuliah, latihan, penyuluhan, kursus studi, seminar, pengajaran dengan mesin, permainan bisnis,

rotasi jabatan, program pengembangan manajemen, *task force*, dan lain-lain.

Pada usaha sektor UMKM, pelatihan manajemen juga sangatlah diperlukan. Pelatihan manajemen pada pelaku UMKM bertujuan untuk mengembangkan keahlian, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan efektif dan untuk mengembangkan pengetahuan, sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara rasional. Kegiatan pelatihan pada dasarnya dilaksanakan untuk menghasilkan perubahan tingkah laku dari orang-orang yang mengikuti pelatihan. Perubahan tingkah laku yang dimaksud adalah dapat berupa tambahnya pengetahuan, keahlian, keterampilan dan perubahan sikap dan perilaku. Pelatihan sangatlah penting untuk meningkatkan kreativitas, keterampilan dan pengetahuan para pemilik dan karyawan usaha kecil menengah dalam menjalankan bisnisnya agar dapat mengembangkan usahanya lebih maju lagi.

### **2.7.3 Pendampingan UMKM**

Pemberdayaan UMKM melalui pendampingan merupakan langkah strategis untuk memajukan UMKM agar tumbuh dan berkembang secara matang. Munculnya berbagai permasalahan dalam mengelola sebuah usaha hendaknya bisa dijadikan sarana pembelajaran untuk menemukan solusi terbaik. Tidak satupun UMKM yang tidak mengalami kendala dalam pertumbuhannya. Akan tetapi setiap kendala hendaknya dijadikan sebagai tantangan untuk melakukan perbaikan dalam semua aspek manajemen di dalamnya.

Timbulnya beragam permasalahan sangat berkaitan erat dengan keberadaan pendamping atau fasilitator dalam mendampingi UMKM. Minimnya bimbingan menjadikan UMKM sulit untuk berkembang karena factor-faktor tersebut diatas. Dengan kata lain, kemajuan UMKM sangat ditentukan oleh besar kecilnya peran pendamping di lapangan.

Berdasarkan pengamatan dan pengalaman dalam memberikan konsultasi atau pendampingan, terdapat beberapa jenis kendala atau permasalahan yang sering dikeluhkan oleh UMKM, yaitu:

1. Kualitas sumber daya manusia UMKM yang masih rendah serta minimnya pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan mengakibatkan rendahnya produktivitas usaha dan tenaga kerja. Hal tersebut juga tampak pada ketidakmampuan mereka dalam hal manajemen usaha, terutama dalam hal tata tertib pencatatan / pembukuan.
2. Banyak UMKM yang belum memiliki badan hukum yang jelas. Sebagian UMKM juga kurang memiliki pengetahuan tentang aspek legalitas dan perizinan, termasuk persyaratan yang harus dipenuhi dan prosedur yang ditempuh dalam proses pengurusannya.
3. Kurangnya inovasi produk. UMKM dinilai masih kurang menguasai teknologi, manajemen, informasi dan pasar. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, UMKM memerlukan biaya yang relatif besar, apalagi jika dikelola secara mandiri.
4. UMKM juga masih menghadapi kendala dalam hal akses modal dan pendanaan. Akibatnya, UMKM kesulitan dalam meningkatkan kapasitas usahanya atau mengembangkan produk-produk yang mampu bersaing. Sebagian besar UMKM belum cukup tersentuh oleh pelayanan lembaga keuangan formal (bank). Sehingga tidak sedikit dari UMKM terpaksa memanfaatkan jasa lembaga keuangan mikro yang tradisional meskipun dengan beban dan resiko yang cukup memberatkan demi mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.
5. Kurangnya tenaga pendamping di lapangan menyebabkan banyak UMKM yang belum tersentuh layanan konsultasi dan pendampingan. Dengan demikian, sangat dibutuhkan kehadiran lembaga pengembangan bisnis untuk memfasilitasi pelaku UMKM dan memberikan layanan sesuai kebutuhan mereka.

Yang dimaksud dengan pendampingan UMKM adalah kegiatan penguatan organisasi, kelembagaan dan usaha oleh Pendamping terhadap pelaku UMKM sehingga mampu meningkatkan produktifitas dan daya saing UMKM sehingga mampu tumbuh menjadi usaha yang berkelanjutan dengan skala yang lebih besar (naik kelas atau *scaling up*). Pendamping

UMKM adalah Tenaga terlatih yang bertugas melakukan penguatan terhadap Pelaku UMKM dalam mengatasi permasalahannya.

Pendampingan merupakan strategi yang umum yang dilakukan oleh lembaga baik instansi pemerintah, swasta maupun LSM untuk mendukung kesuksesan program. Pada kementerian Koperasi dan UKM, kita mengenal beberapa program yang hampir sama dengan program Pendampingan, seperti; Petugas Penyuluh Koperasi Lapangan (PPKL), BDS, dan Konsultan PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu). Jika dicermati fungsi dan peran PLUT maupun PPKL pada prinsipnya tidak berbeda jauh dengan peran Pendamping. Konsultan pendamping PLUT merupakan Tenaga profesional yang kompeten dibidang Perkoperasian dan Kewirausahaan serta terampil dalam melakukan mediasi, fasilitasi, advokasi, dan edukasi terhadap pembinaan dan pengembangan KUMKM. Kegiatan Pendampingan merupakan penyebaran informasi dan pemahaman perkoperasian dan kewirausahaan, melalui berbagai strategi dan metode guna mewujudkan praktek tata kelola perkoperasian dan UMKM yang profesional, serta memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi anggota (pemilik) pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Pendampingan adalah suatu proses relasi sosial antara pendamping dengan korban dalam bentuk pemberian kemudahan (fasilitasi) untuk mengidentifikasi keutuhan dan memecahkan masalah serta mendorong tumbuhnya inisiatif dalam proses pengambilan keputusan sehingga kemandirian korban berkelanjutan dapat diwujudkan.

Dalam hal ini, fungsi pendampingan dapat dibedakan dalam beberapa kategori berikut ini :

- 1 Fungsi Penyembuhan (*healing*). Fungsi ini dipakai untuk membantu orang yang didampingi menghilangkan gejala-gejala yang disfungsi, mengembalikan menjadi normal kembali seperti semula
- 2 Fungsi Membimbing (*guiding*). Fungsi ini dipakai untuk membantu klien membimbing proses pengambilan keputusan
- 3 Fungsi Menopang (*sustaining*). Fungsi dipakai bila klien tidak mungkin kembali ke kondisi semula. Fungsi menopang digunakan

sebagaimana adanya kemudian diatas kaki sendiri dalam keadaan baru, bertumbuh secara penuh dan utuh

- 4 Fungsi memperbaiki hubungan (*renconcilin*). Fungsi ini dipakai untuk membantu klien jika mengalami konflik batin dengan pihak lain yang mengakibatkan putus dan rusaknya hubungan
- 5 Fungsi membebaskan (*liberating, empowering, capacity building*). Fungsi ini dapat juga disebut sebagai membebaskan (*liberating*) atau memampukan (*empowering*) atau memperkuat (*capacity building*).

Program pendampingan UMKM adalah model pengembangan UMKM yang menitikberatkan pada upaya perbaikan sistem kelembagaan (*capacity building*) dan aspek manajerial UMKM, dilakukan secara intensif dan berkelanjutan dengan melibatkan secara aktif konsultan-konsultan UMKM profesional. Konsultan-konsultan tersebut bertugas memberikan nasehat (*advisory*) dan konsultasi, khususnya yang berkaitan dengan kegiatan operasional UMKM sehari-hari.

Program pendampingan UMKM dipandang cukup berhasil oleh banyak kalangan karena memiliki 3 keunggulan dibandingkan dengan model lain, yaitu :

1. Bersifat proaktif dan intensif, artinya konsultan-konsultan pelaksana program secara aktif, *day to day*, terjun ke lapangan untuk membantu pelaku UMKM. Bersama-sama mencari dan menemukan solusi dari setiap permasalahan UMKM di lapangan. Terkadang konsultan turut ke luar kota mendampingi pelaku UMKM untuk kepentingan *lobby* atau penyelesaian masalah dengan mitra usahanya.
2. Pendekatan aktif dan aplikatif, artinya berbagai strategi dan kebijakan konsultan secara langsung diujicobakan pada tataran praktis. Sehingga dapat langsung diukur seberapa efektif ide atau *problem solving* konsultan bagi kemajuan UMKM. Tidak lagi sebatas pada konsep atau wacana yang bersifat pandangan saja.
3. Menekankan pada keberhasilan pendekatan personil, artinya program ini amat sangat membutuhkan kemampuan konsultan dalam mengambil hati pelaku UMKM. Bagaimana pelaku UMKM bisa percaya dan mau

mengikuti berbagai saran dan masukan konsultan tanpa terkesan menggurui mereka.

Dalam melakukan pendampingan UMKM ini, tenaga pendamping bisa berasal baik dari kalangan perguruan tinggi (*academic*), birokrasi (*government*), maupun bisnis (*business*). Dalam pelaksanaan program pendampingan UMKM, ketiga unsur dari *stakeholder* tersebut dapat melakukan kolaborasi dan sinergi kompetensinya untuk membantu pelaku UMKM yang akan didampingi. Melalui cara ini maka kegiatan pendampingan akan lebih efektif dan bermanfaat bagi pelaku UMKM, karena dalam program pendampingan, pelaku UMKM didampingi oleh tenaga-tenaga konsultan yang mempunyai latar belakang pengetahuan maupun kompetensi yang beragam, sehingga dapat membantu memberikan solusi yang sifatnya kompleks yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

Efektivitas program pendampingan akan sangat menentukan arah pengembangan usaha pelaku UMKM dimasa mendatang. Oleh karenanya menurut hemat penulis agar program pendampingan dapat memperoleh keberhasilan dan bermanfaat bagi pelaku UMKM, maka seyogyanya program pendampingan ini dikaitkan dengan program pelatihan. Artinya, program-program pelatihan yang diperuntukkan bagi pelaku UMKM dilakukan secara bersama-sama dengan program pendampingan usaha. Hal ini dapat dilakukan dengan cara pelatihan sekaligus pendampingan usaha yang dilakukan di tempat pelaku UMKM melaksanakan kegiatan usahanya. Dengan cara demikian, maka materi-materi pelatihan yang diberikan sekaligus dapat diaplikasikan dan diimplementasikan secara langsung oleh pelaku UMKM di tempat usahanya.

#### **2.7.4 Bina Mitra Dan Pengembangan UMKM**

Program Kemitraan (PK) adalah program untuk meningkatkan kemampuan UMKM agar menjadi tangguh dan Mandiri. Program kemitraan ini dapat dilakukan antara perusahaan besar, BUMN atau BUMN dengan pelaku UMKM untuk bisa meningkatkan kapasitas



usahanya melalui berbagai skim kemitraan. Maksud dan tujuan daripada program kemitraan antara kalangan bisnis/BUMN terhadap para pengusaha kecil adalah sebagai wadah kepedulian perusahaan besar dan BUMN terhadap perkembangan dan kemajuan para pengusaha kecil dalam memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha yang diharapkan dapat menumbuhkan dan mengembangkan para wiraswasta dalam berbagai sektor.

Kemitraan adalah perihal hubungan – jalinan kerja sama dan sebagainya sebagai mitra. Menurut Undang-Undang (UU) No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Pasal 8 ayat 1 yang berbunyi; “Kemitraan adalah kerja sama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan usaha oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan”.

Kemitraan adalah upaya yang melibatkan berbagai sektor, kelompok masyarakat, lembaga pemerintah maupun bukan pemerintah, untuk bekerja sama dalam mencapai suatu tujuan bersama berdasarkan kesepakatan prinsip dan peran masing-masing. Dengan demikian untuk membangun kemitraan harus memenuhi beberapa persyaratan yaitu; persamaan perhatian, saling percaya, dan saling menghormati, harus saling menyadari pentingnya kemitraan, harus ada kesepakatan misi, visi, tujuan, dan nilai yang sama, harus berpijak pada landasan yang sama, kesediaan untuk berkorban.

Pola kemitraan usaha antara UMKM dengan kelompok Usaha Besar (UB) ini pada intinya adalah untuk menghadapi berbagai tantangan yang seringkali dihadapi oleh kelompok usaha UMKM dalam kegiatan usaha, dan lingkungan bisnis yang terus mengalami perubahan.

Sementara itu, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 1 ayat 13 mengatakan bahwa yang dimaksud dengan kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku UMKM dengan Usaha Besar.

Kemitraan memiliki sejumlah prinsip-prinsip dalam pelaksanaannya, diantaranya adalah :

1. Kesetaraan atau keseimbangan (*equity*), pendekatannya bukan *top down* atau *bottom up*, bukan juga berdasarkan kekuasaan semata, namun hubungan yang saling menghormati, saling menghargai dan saling percaya. Untuk menghindari antagonisme perlu dibangun rasa saling percaya.
2. Transparansi, diperlukan untuk menghindari rasa saling curiga antar mitra kerja, yang meliputi transparansi pengelolaan informasi dan transparansi pengelolaan keuangan.
3. Saling menguntungkan, suatu kemitraan harus membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Pada dasarnya maksud dan tujuan dari kemitraan adalah “*win-win solution partnership*”. Kesadaran dan saling menguntungkan disini tidak berarti para partisipan dalam kemitraan tersebut harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama, tetapi yang lebih dipentingkan adalah adanya posisi tawar yang setara berdasarkan peran masing-masing. Berdasarkan pendekatan cultural, kemitraan bertujuan agar mitra usaha dapat mengadopsi nilai-nilai baru dalam berusaha seperti perluasan wawasan, prakarsa, kreativitas, berani mengambil resiko, etos kerja, aspek manajerial, bekerja atas dasar perencanaan yang berwawasan kedepan.

Dalam kondisi yang ideal, tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kemitraan secara lebih konkrit adalah:

1. Meningkatkan pendapatan usaha kecil dan masyarakat
2. Meningkatkan nilai tambah bagi pelaku kemitraan
3. Meningkatkan dan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil
4. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan, wilayah dan nasional;
5. Memperluas lapangan kerja
6. Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional

Menurut Undang-Undang Nomor. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pasal 11, tujuan program kemitraan yaitu :

1. Mewujudkan kemitraan antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
2. Mewujudkan kemitraan antar Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar
3. Mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
4. Mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar
5. Mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
6. Mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen
7. Mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan pasar oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Disamping itu, ada banyak prasyarat dalam melakukan kemitraan usaha antara UMKM dan UB, diantaranya adalah harus adanya komitmen yang kuat diantara pihak-pihak yang bermitra. Kemitraan usaha memerlukan adanya kesiapan yang akan bermitra, terutama pada pihak UMKM yang umumnya tingkat manajemen usaha dan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang rendah, agar mampu berperan sebagai mitra yang handal. Pembinaan manajemen, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan pematangan organisasi usaha mutlak harus diserasikan dan diselaraskan, sehingga kemitraan usaha dapat dijalankan memenuhi kaidah-kaidah yang semestinya.

Kegagalan kemitraan pada umumnya disebabkan oleh fondasi dari kemitraan yang kurang kuat dan hanya didasari oleh belas kasihan semata atau atas dasar paksaan pihak lain, bukan atas kebutuhan untuk maju dan berkembang bersama dari pihak-pihak yang bermitra. Kalau kemitraan tidak didasari oleh etika bisnis (nilai, moral, sikap, dan perilaku) yang baik, maka dapat menyebabkan kemitraan tersebut tidak dapat berjalan

dengan baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berjalan tidaknya kemitraan usaha, dalam hal ini antara UMKM dan UB, tergantung pada kesetaraan nilai-nilai, moral, sikap, dan perilaku dari para pelaku kemitraan. Atau dengan perkataan lain, keberhasilan kemitraan usaha tergantung pada adanya kesetaraan budaya organisasi.

### **2.7.5 Pendampingan Pengelolaan Kredit**

Salah satu aspek dalam pemberdayaan UMKM (usaha mikro, kecil menengah termasuk koperasi) telah sering diungkapkan sebagai permasalahan klasik adalah kekurangan permodalan. Hal ini disebabkan kendala keterbatasan akses ke sumber-sumber permodalan, terutama akses ke lembaga keuangan formal seperti Bank. Faktor lain adalah keterbatasan kemampuan dalam melengkapi persyaratan perbankan. Hal ini memberikan peluang bagi praktek pelepas uang (rentenir) untuk memberikan jasanya dalam menyediakan dan memberikan pinjaman dengan bunga tinggi tetapi disertai pelayanan yang mudah, cepat dan tepat waktu sesuai kebutuhan.

Belajar dari pengalaman masa lalu dimana dimana telah banyak dilakukan program bantuan pendanaan kepada UMKM masih belum memberikan hasil yang optimal. Karena faktor persyaratan dan prosedur untuk mendapatkan pinjaman merupakan hal yang mendasar yang sangat sulit dipenuhi oleh sebagian besar usaha kecil, maka faktor ini menjadi hal yang sangat penting dilakukan pendekatan baru dalam membangun sistem pembiayaan untuk usaha skala mikro dan perlunya ada segmentasi kebutuhan dari masing-masing usaha kecil. Interaksi antara lembaga keuangan (Bank) dan Non Perbankan dengan UMKM terdapat dua aspek penting yaitu : kepentingan dan manfaat dengantujuan yang sama.

Tujuan tersebut yaitu terwujudnya layanan keuangan yang efisien dan efektif. Walaupun tujuan sama dalam interaksi tersebut tetapi berbeda dalam sisi pandang, sehingga menimbulkan ketidak harmonisan interaksi diantara lembaga keuangan dan UMKM. Peminjam atau nasabah (UMKM) mengharapkan terpenuhinya kebutuhan modal dalam waktu yang tepat, dengan persyaratan dan prosedur yang mudah serta dengan

biaya murah. Sedangkan Lembaga keuangan apapun (formal atau informal dan lembaga non perbankan) atau kreditor tidak menjadi masalah, asal dapat memenuhi harapan tersebut.

Kreditor (lembaga keuangan) mengharapkan dapat memberikan layanan keuangan sesuai persyaratan dan prosedur tertentu untuk menghasilkan profit secara proporsional, jaminan keamanan atas uang yang dipinjamkan. Persyaratan dan prosedur ini menjadi parameter baku yang harus dipenuhi. Sementara usaha kecil tidak selalu dapat memenuhi ketentuan ini. Dengan demikian faktor penentu dalam program bantuan pembiayaan bagi UMKM adalah proses pelayanan yang mendasarkan pada aspek kepercayaan, kemudahan prosedur dan persyaratan, kedekatan serta pelayanan jemput-bola. Aspek-aspek tersebut adalah cocok dan dapat dipenuhi oleh usaha mikro dan kecil dalam tataran akar rumput. Walaupun juga banyak UMKM memperoleh sukses pembiayaan walaupun dengan persyaratan dan prosedur yang ketat yang ditetapkan Bank, lembaga non perbankan formal.

**Kendala pada sisi usaha mikro antara lain:**

1. Lokasi usaha sering kali jauh dari jangkauan Bank
2. Volume usaha dan kebutuhan kredit rata-rata per nasabah masih kecil sehingga perbankan menganggap biaya transaksi terlalu tinggi dan tidak efisien
3. Kelemahan dalam aspek pengelolaan usaha dan administrasi keuangan;
4. Kelemahan dalam aspek legal dan formalitas (perijinan)
5. Tidak memiliki kekayaan sebagai jaminan kredit sehingga oleh Bank dipandang beresiko tinggi.

**Kendala pada sisi perbankan adalah:**

1. Bank kurang pengalaman berhubungan dengan debitur pengusaha mikro
2. Bank enggan mengalokasikan tenaga dan kredit untuk melayani kredit mikro karena dianggap tidak efisien dan beresiko tinggi.

Untuk mengatasi kendala tersebut diatas dan agar perbankan dapat melayani sektor riil, maka Bank Indonesia telah menyelenggarakan program Pengembangan Hubungan Bank dengan Kelompok Swadaya Masyarakat (PHBK) sejak tahun 1989. Melalui program PHBK ini diharapkan akses sumber-sumber pembiayaan yang sangat diperlukan bagi pelaku usaha UMKM dapat terfasilitasi sehingga pelaku UMKM dapat memenuhi kebutuhan modalnya dalam menjalankan kegiatan usaha. Konsep PHBK adalah suatu pola pelayanan keuangan yang diperkenalkan dan disediakan oleh BI kepada perbankan dan sektor riil untuk mengembangkan hubungan keuangan antara bank dan usaha mikro dengan pendekatan kelompok.

Tujuan PHBK adalah: (1) Mengembangkan, memperluas dan membudayakan layanan keuangan komersial perbankan kepada pengusaha mikro agar dapat meningkatkan pendapatannya, (2) Membantu perbankan untuk memperluas segmen pasar usaha mikro secara aman dan saling menguntungkan.

Partisipan dalam program PHBK antara lain terdiri dari beberapa lembaga, antara lain :

1. Bank, yaitu Bank Umum dan BPR sebagaimana disebutkan dalam UU tentang Perbankan.
2. LPSM atau Lembaga Pengembangan Swadaya Masyarakat, yaitu lembaga nir-laba yang memiliki program pengembangan sosial ekonomi khususnya bagi UMK.
3. Instansi Pemerintah, yaitu lembaga Pemerintah pada berbagai tingkatan yang memiliki atau terkait dengan program pengembangan sosial ekonomi khususnya bagi UMK.
4. Koordinator kelompok, yaitu suatu lembaga informasi atau program yang mempunyai kepedulian terhadap pengembangan dan pembinaan kelompok masyarakat dalam rangka memajukan sosial ekonomi.

Sedangkan sasaran daripada program PHBK, antara lain terdiri dari :

1. Sasaran PHBK adalah Pengusaha mikro yang tergabung dalam kelompok Swadaya Masyarakat (KSM).

2. Pengusaha mikro adalah pelaku usaha di semua sektor ekonomi dengan kekayaan di luar tanah dan bangunan maksimum Rp 25 juta. Pengusaha mikro terdiri dari petani kecil, peternak, pengrajin, nelayan, industri kecil, pedagang kaki lima, bakulan di pasar, pengusaha mikro dibidang jasa dan lain-lain baik di kota maupun di pedesaan, termasuk masyarakat yang berpenghasilan tetap/pensiunan sepanjang anggota tersebut mengelola usaha produktif, baik yang belum maupun yang sudah akses terhadap kepada layanan perbankan.
3. Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) adalah sekumpulan orang yang melakukan kegiatan usaha skala mikro yang tergabung dalam satu ikatan pemersatu, yang saling mengenal dan percaya satu sama lain serta bersepakat untuk bekerjasama meningkatkan pendapatannya.

#### **2.7.6 Mengenalkan UMKM**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor penting perekonomian Indonesia dewasa ini, dimana jumlah pelaku UMKM setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan, apalagi ditambah dengan banyaknya bermunculan start-up baru yang sekarang ini lagi nge-trend di masyarakat, khususnya kaum milenial. Namun demikian, keberadaan usaha pelaku UMKM ini masih ada kendala yang menghadang. Salah satunya dari sisi promosi sehingga kurang mendapat perhatian masyarakat. Selain itu, banyak pelaku yang lokasinya yang tidak strategis dan sulit diakses. Kondisi ini pada dasarnya disebabkan karena para pelaku UMKM sendiri belum atau kurang memperkenalkan diri dengan kehadirannya di pasar bisnis.

Kehadiran dan keberadaan usaha pelaku UMKM di pasar bisnis pada dasarnya dapat dilihat dari bagaimana sebenarnya cara-cara atau upaya-upaya yang mereka tempuh untuk memberi tahu, menginformasikan kehadiran mereka di pasar bisnis diantara pelaku usaha lainnya yang lebih dahulu masuk ke pasar. Banyak cara-cara yang bisa dipergunakan bagi pelaku UMKM untuk memberitahukan, menginformasikan, dan mengenalkan kehadirannya di pasar bisnis kepada masyarakat, salah satu diantaranya adalah melalui kegiatan promosi, pameran atau expo.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM, dewasa ini juga banyak dilakukan melalui berbagai alat dan sarana. Promosi melalui iklan, dalam bentuk brosur, katalog dan lainnya merupakan alat dan sarana promosi yang sudah umum dan banyak dipakai oleh kebanyakan kalangan bisnis dalam memperkenalkan produk, merk, atau perusahaannya selama ini. Selain itu ada berbagai alat dan sarana promosi lainnya yang dapat dipergunakan oleh pelaku UMKM dalam mengenalkan produk, merk, atau perusahaannya, yang menurut sebagian besar kalangan di pandang cukup efektif dan efisien, yakni dengan menggunakan aplikasi teknologi informasi yang cukup pesat perkembangannya saat sekarang ini.

Berbagai aplikasi berbasis teknologi informasi sekarang ini cukup banyak beredar di pasar yang dapat dipergunakan sebagai alat dan sarana untuk memperkenalkan dan menginformasikan konten mengenai apa dan siapa pelaku UMKM dengan menggunakan aplikasi tersebut. Diantara aplikasi yang ada sebut saja misalnya, Aplikasi CariAja. CariAja, adalah merupakan aplikasi pencarian tempat berdasarkan posisi GPS yang ingin memberikan solusi bagi pelaku usaha UMKM untuk membantu mempromosikan dan meningkatkan jumlah kunjungan di toko atau tempat melakukan kegiatan usaha. Pelaku UMKM yang usahanya belum terdaftar di aplikasi CariAja bisa langsung *“add place”* dan segera melakukan *“claim as owner”* agar calon konsumen bisa mendapatkan informasi terbaru mengenai apa dan siapa pelaku UMKM yang ada di dalamnya. Cari Aja adalah aplikasi pencarian tempat di sekitar yang dilengkapi dengan beberapa fitur unggulan. Fitur pertama adalah *“Tambah Tempat”* atau *“Add Place”* yang memungkinkan Anda untuk mendaftarkan usaha Anda di aplikasi CariAja. Fitur ini gratis, tanpa dipungut biaya, dan prosesnya pun sangat mudah. Di aplikasi CariAja pengguna juga dapat melakukan panggilan telepon ke toko Anda untuk melakukan reservasi ataupun pemesanan langsung. Apabila toko/usaha Anda sudah terdaftar di aplikasi CariAja, Anda dapat memanfaatkan fitur kedua, yakni melakukan *“Klaim Sebagai Pemilik”* atau *“Claim as Owner”* yang memberikan Anda akses khusus sebagai mitra CariAja untuk mengelola sendiri toko Anda, seperti update foto dan harga, jadwal buka/tutup, memberikan informasi



promo, dan masih banyak lagi. Toko yang sudah diklaim sebagai pemilik akan mendapatkan icon contreng biru sebagai penanda. Ini tentunya akan memudahkan konsumen untuk terus mendapat informasi terbaru dari toko Anda, yang memancing mereka untuk datang langsung ke toko Anda.

Dengan adanya *market place* TUKUO ini, maka informasi mengenai pelaku UMKM yang ada di kabupaten Sidoarjo akan mudah dicari dan diakses oleh siapa saja yang membutuhkan, apakah untuk mencari informasi produk, informasi tentang dimana dapat dibeli, dan lain sebagainya. Sedangkan manfaat yang didapat dari sisi pelaku UMKM, keberadaan *market place* TUKUO ini dapat dijadikan sebagai sarana tempat promosi dan mengenalkan produknya. Disamping kedua contoh diatas, menurut hemat penulis, masih banyak cara-cara yang bisa digunakan oleh pelaku UMKM didalam memperkenalkan dan mempromosikan produknya agar dapat diketahui oleh masyarakat sebagai calon pembeli atau yang menjadi sasaran target pemasaran bagi pelaku UMKM dalam memasarkan produknya.



## **BAB. 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan alasan bahwa penelitian ini ingin menyelesaikan satu permasalahan yang terkait dengan pengelolaan UMKM yang bersifat holistik melalui pola optimalisasi peran *stakeholder*, oleh karena itu fokus terhadap permasalahan menjadi sangat penting. Penelitian ini memerlukan pendalaman kajian/fokus dengan nara sumber secara langsung sehingga tidak memungkinkan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. *Stakeholder* dalam pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi memerlukan keterlibatan secara langsung sebagai aktor utama, bertemu langsung ditempatnya dan dapat mengungkap peranan yang dilakukan dalam pengelolaan UMKM, agar mampu memaknai hal tersebut secara lengkap dengan sang pelaku/*stakeholder* tentang sejauhmana peran yang telah terjadi saat amatan dilakukan, khususnya dalam rangka memberi satu andil terhadap pengelolaan UMKM khususnya aspek manajerial dalam pengembangan sentra UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur.

Penentuan fokus menjadi sangat penting, agar penelitian dapat mengarah target yang diinginkan yaitu merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. *Stakeholder* memiliki peran strategis dalam pengembangan pengelolaan UMKM yang terdiri dari dinas Koperasi dan UMKM, dinas pariwisata, lembaga perbankan, lembaga perguruan tinggi dan masyarakat. Secara umum empat *stakeholder* tersebut peran strategis yang meliputi: a) kebijakan pengembangan UMKM, b) layanan sentra UMKM, c) pelatihan UMKM, d) pendampingan bisnis UMKM, e) bina mitra untuk pengembangan UMKM, f) penyaluran dan pengelolaan kredit, g) riset dan pengembangan usaha UMKM, h) kebijakan kurikulum kewirausahaan/magang mahasiswa, i) publikasi ilmiah terkait UMKM, sehingga optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dapat di pergunakan sebagai acuan bagi pelaku UMKM untuk mengelola

usahanya menjadi lebih efektif, sehingga dapat mendorong kemandirian UMKM sebagai kekuatan ekonomi alternatif masyarakat dan memberi kontribusi riil bagi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan bagi warga kawasan wisata religi di Jawa Timur.

### **3.2 Obyek dan Nara Sumber**

Obyek dalam penelitian ini adalah situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen yaitu tempat, pelaku dan aktivitas (Spradley dalam Sugiyono, 2016: 215), dengan demikian yang menjadi obyek penelitian ini adalah model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengembangan pengelolaan sentra UMKM yang berada pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. Peran *stakeholder* yang dimaksud dalam penelitian ini terdiri dari Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas pariwisata, lembaga keuangan bank, lembaga pendidikan tinggi serta peran masyarakat, dengan lokasi pengelolaan UMKM kawasan wisata makam Sunan Ampel, Syeh Maulana Malik Ibrahim, Sunan Giri, sunan Drajad dan Sunan Bonang.

Nara sumber atau informan merupakan pihak yang terkait dengan obyek penelitian, oleh karena itu penentuan nara sumber menjadi sangat penting untuk menjamin validitas data yang diperlukan. Kualitas nara sumber ditentukan oleh sampel sumber datanya yaitu bagaimana memilih nara sumber yang mumpuni dan layak memberikan data yang diperlukan untuk mengungkap model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang berada pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. Untuk memenuhi syarat kualitas nara sumber, maka dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai sampel sumber data terdiri dari kepala dinas/ kepala sub bagian dinas koperasi dan UMKM, kepala dinas/kepala sub bagian dinas pariwisata, pimpinan cabang/anak cabang bank serta dekan/ketua program studi dari lembaga perguruan tinggi yang kesemuanya berkedudukan di Surabaya, Gresik, Lamongan dan Tuban, dimana keempat kota tersebut merupakan lokasi UMKM kawasan wisata Religi makam sunan Ampel, sunan Giri, Syeh Maulana Malik Ibrahim, sunan Drajad dan sunan Bonang.

### 3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri, oleh karena itu peneliti harus memenuhi kriteria validasi yaitu sejauhmana peneliti siap untuk melakukan penelitian lapangan, memahami metode penelitian, memahami obyek penelitian baik secara akademik maupun logika. Instrumen penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok peneliti yaitu instrumen peneliti dari kalangan *stakeholder* yang berkedudukan sama dengan keberadaan kawasan wisata religi yang terdiri pimpinan dinas koperasi, dinas pariwisata, pimpinan bank serta ketua program studi. Sedangkan instrumen peneliti kedua dari kalangan akademisi dalam hal ini diwakili oleh Universitas Narotama yang lebih banyak berperan dalam mendesain konsep penelitian, menyiapkan kerangka berpikir, menentukan obyek dan nara sumber serta melakukan pengumpulan dan analisis data.

Instrumen penelitian harus tertuang dalam organisasi yang jelas, agar penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan mekanisme kerja dan jadwal yang telah ditentukan. Peneliti dari kalangan akademisi harus bermitra dan berkolaborasi untuk menghasilkan suatu penelitian kerjasama, agar permasalahan yang bersifat holistik dapat dipecahkan secara komprehensif, oleh karena itu kedua pihak harus memiliki kompetensi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan permasalahan sosial tersebut. Kedua pihak peneliti akan melakukan fungsi penelitian sesuai dengan domain yang dikuasainya, sehingga dapat dihasilkan penelitian yang sangat besar manfaatnya yaitu berupa perumusan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengembangan pengelolaan UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa Timur yaitu kawasan makam Sunan Ampel, Sunan Maulana Malik Ibrahim, Sunan Giri, sunan Drajad dan Sunan Bonang.

### 3.4 Sampel Sumber Data

Sampel sumber data merupakan proses pemilihan sumber data/informan yaitu bagaimana cara menentukan orang-orang yang akan menjadi sumber data. Sumber data adalah pihak-pihak yang akan diamati dan digali informasinya, beliau di pandang layak mengetahui tentang

situasi sosial yang diamati. Sampel sumber data dilakukan secara *purposive* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Sampel sumber data dalam penelitian ini adalah kepala dinas/ kepala sub bagian dinas koperasi dan UMKM, kepala dinas/kepala sub bagian dinas pariwisata, pimpinan cabang/anak cabang bank serta dekan/ketua program studi dari lembaga perguruan tinggi yang dipandang mengetahui dengan benar tentang pihak *stakeholder* yang berperan dalam pengembangan pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi. Dalam sampel ini tidak ditentukan jumlah orang tetapi sejauhmana data dianggap valid untuk menjelaskan berbagai aspek yang terkait dengan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengembangan pengelolaan UMKM kawasan wisata religi. Sampel sumber data diperlukan untuk memperoleh data yang valid, oleh karena itu sumber data harus berasal dari *stakeholder* yang terkait perannya dalam pengembangan pengelolaan UMKM kawasan wisata religi. Kompilasi kedua sumber data tentu akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengembangan pengelolaan UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan setting alamiah (*natural setting*) yaitu pengumpulan data dilakukan dengan cara langsung dari nara sumber yang relevan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data diperoleh melalui empat metode yaitu:

1. Observasi yaitu memperoleh data dengan cara mengamati langsung terhadap hal-hal yang terkait dengan penelitian yakni mengamati peranan *stakeholder* dalam pengembangan pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, sehingga dapat diperoleh gambaran secara riil dan alami tanpa adanya intervensi dari sisi manapun.

2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data tertulis yang berasal dari berbagai sumber dokumen yang terkait dengan peran *stakeholder* dalam pengembangan pengelolaan UMKM atau dokumen lainnya yang relevan dengan keperluan data. Metode dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data sekunder, yakni dengan mempelajari dan menganalisa sejumlah bahan-bahan tertulis, baik yang berasal dari pendapat para ahli, peraturan yang berlaku serta literatur literatur yang dianggap memiliki relevansi dengan penelitian dan dokumen yang terkait dengan masalah yang dikaji yang mana dokumen tersebut dapat berupa catatan, gambar/photo dan sumber lainnya.
3. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui wawancara terstruktur yaitu dengan menggunakan panduan kuesioner yang telah disediakan guna untuk memperoleh data kuantitatif serta dilakukan pendalaman melalui wawancara agar dapat menggali informasi lebih dalam dengan kuesioner terbuka untuk memperoleh data kualitatif.
4. Triangulasi, yaitu cara pengumpulan data melalui penggabungan tiga metode tersebut di atas dengan harapan akan terjadi crosscek data dan dihasilkan data yang berkualitas dan valid.

Nara sumber dalam penelitian adalah pimpinan atau pihak lain yang memiliki kualifikasi untuk memberikan informasi yang valid terkait dengan peran para *stakeholder* dalam pengembangan pengelolaan UMKM terutama pihak yang di pandang sangat mumpuni dan layak memberikan data yang diperlukan untuk merumuskan solusi atas permasalahan yang sedang diteliti, baik yang terkait dengan informasi kuantitatif maupun kualitatif.

### **3.6 Teknik Pengujian keabsahan Data**

Untuk menjamin tingkat kepercayaan data yang telah dikumpulkan dengan teknik teknik tertentu, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengecekan terhadap keabsahan data. Tohirin (2012: 71) menyatakan bahwa kebenaran data penelitian kualitatif dapat ditentukan dengan cara: 1) *credibility* 2) *transferability*, 3) *dependability* dan 4) *confirmability*.

### **1. *Credibility* (derajat kepercayaan)**

Kredibilitas adalah suatu kriteria yang harus dipenuhi agar data yang diperoleh peneliti benar benar mengandung kebenaran, kredibilitas dapat di peroleh melalui kegiatan memeriksa keabsahan data sampai seberapa jauh tingkat kepercayaannya dengan cara melakukan *member check* (pengecekan anggota), *triangulation* (trianggulasi), dan diskusi teman sejawat. Kegiatan pengecekan anggota adalah kegiatan memeriksa kembali catatan lapangan yang peneliti berikan, baik berupa hasil observasi maupun wawancara agar data yang di berikan menjadi lebih sesuai dengan apa yang dimaksud kemudian diperiksa, diperbaiki, ditambah dan dikurangi setelah itu responden menandatangani hasil wawancara. Untuk menjamin validitas data di uji dengan “*trianggulasi data*“. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan : a) triangulasi metode, yaitu data yang sama dicari dengan metode yang berbeda, b) triangulasi sumber yaitu data yang sama dicari dengan sumber yang berbeda. Diskusi dengan teman sejawat dilakukan dengan membicarakan data dari temuan-temuan yang didapat dengan rekan sejawat.

### **2. *Transferability* (keteralihan)**

Transferabilitas, yaitu sejauh mana hasil penelitian dapat dialihkan pada situasi lain atau suatu hasil penelitian berpeluang untuk dialihkan pada konteks lain. Peneliti akan mencari dan mengumpulkan kejadian empiris sehingga tersedia data deskriptif tentang situasi penelitian yang dilakukan secara utuh, menyeluruh, lengkap, mendalam dan terinci.

### **3. *Dependability* (ketergantungan)**

*Dependability*, dalam penelitian kualitatif konsep *dependability* menjadi bahan pertimbangan dalam menilai keilmiahan suatu penelitian kualitatif, yaitu sejauh mana temuan kualitatif memperlihatkan konsistensi hasil temuan ketika hal yang sama dilakukan oleh peneliti lain dengan waktu yang berbeda tetapi di lakukan dengan metode yang sama. Agar penelitian ini dapat dipertahankan, dipercaya serta dipertanggung jawabkan hasilnya secara ilmiah, maka dalam pelaksanaannya memerlukan uji keakuratan capaian hasil penelitian yang akan memberikan pertimbangan khusus.



Dependabilitas akan dipergunakan untuk menilai proses yang telah ditempuh dan dilakukan oleh *dependent auditor*.

#### **4. Confirmability (kepastian)**

*Confirmability*, dalam penelitian kualitatif lebih dimaknai sebagai suatu konsep inter-subjektivitas atau konsep transparansi, yaitu kesediaan peneliti untuk mengungkap secara terbuka tentang proses dan elemen elemen penelitiannya sehingga memungkinkan pihak lain atau peneliti lain melakukan penilaian tentang hasil-hasil temuannya. Beberapa peneliti kualitatif lebih mengarahkan kriteria konfirmabilitas dalam rangka menemukan kesamaan pandangan dan pendapat terhadap topik yang diteliti atau menitik beratkan pada pertanyaan sejauh mana dapat diperoleh persetujuan diantara beberapa peneliti mengenai aspek yang sedang dipelajari (Long & Jhonson, 2000).

Keabsahan data merupakan upaya peneliti untuk menemukan data yang valid (terpercaya akurasi), agar data yang dikumpulkan dapat dipergunakan untuk mendiskripsikan kondisi riil yang diamati oleh peneliti dan menjadi satu dasar untuk merumuskan suatu model yang baik.

### **3.7 Satuan Kajian (fokus amatan)**

Penelitian kualitatif lebih bersifat holistik, oleh karena itu perlunya dibatasi masalah penelitiannya dengan cara menentukan fokus amatannya dengan langkah berikut: a) identifikasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM kawasan wisata religi serta b) merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang Efektif pada kawasan wisata religi, oleh karena itu fokus dalam penelitian ini meliputi empat kajian yang terkait dengan model optimalisasi pengelolaan UMKM yaitu: a) peran dinas koperasi, b) peran dinas pariwisata, c) peran lembaga perbankan dan d) lembaga pendidikan tinggi.

#### **3.7.1 Peran Dinas Koperasi dan UMKM**

Peran dinas koperasi dan UMKM, merupakan serangkaian kebijakan atau upaya riil yang dilakukan oleh dinas koperasi dan UMKM dalam rangka untuk mendorong tercapainya praktek pengelolaan UMKM pada

kawasan wisata religi di Jawa Timur yang optimum, oleh karena itu optimalisasi peran dinas koperasi dan UMKM dalam mendukung pengembangan pengelolaan UMKM merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan implementasi pengelolaan UMKM yang berada di kawasan wisata religi, sehingga diperlukan optimalisasi peran riil dan konstruktif dari dinas koperasi dan UMKM agar pengelolaan UMKM kawasan wisata religi menjadi berdayaguna dan nilai ekonominya menjadi lebih tinggi sehingga memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakatnya. Peran dinas koperasi UMKM meliputi lima aspek yaitu: a) kebijakan pengembangan UMKM, b) program klinik/sentra layanan manajemen bagi UMKM, c) program pelatihan bagi pelaku sektor UMKM d) program pendampingan pelaku UMKM dan e) program bina mitra dalam pengembangan UMKM. Dimana program ini harus didesain secara terstruktur dan masif.

### **3.7.2 Peran Dinas Pariwisata**

Peran dinas Pariwisata, merupakan serangkaian kebijakan atau upaya riil yang dilakukan oleh dinas pariwisata dalam rangka untuk mendorong tercapainya praktek pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur yang optimum, oleh karena itu optimalisasi peran dinas pariwisata dalam mendukung pengembangan pengelolaan UMKM merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan implementasi pengelolaan UMKM yang berada di kawasan wisata religi, sehingga diperlukan optimalisasi peran riil dan konstruktif dari dinas pariwisata agar pengelolaan UMKM kawasan wisata religi menjadi berdayaguna dan nilai ekonominya menjadi lebih tinggi sehingga memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakatnya. Aspek peran dinas pariwisata meliputi: a) kebijakan pengembangan UMKM, b) program klinik/sentra layanan UMKM, c) program pelatihan bagi pelaku sektor UMKM, d) program pendampingan bagi pelaku UMKM dan e) program bina mitra dalam pengembangan UMKM, dimana program ini harus terstruktur dan masif agar memberi kontribusi yang optimal bagi pengembangan usaha sektor UMKM.

### **3.7.3 Peran Lembaga Perbankan**

Peran lembaga perbankan, merupakan serangkaian kebijakan atau upaya riil yang dilakukan oleh lembaga perbankan dalam rangka untuk memberi dorongan tercapainya praktek pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur yang optimum, oleh karena itu optimalisasi peran lembaga perbankan dalam mendukung pengembangan UMKM merupakan bagian yang tidak dapat di pisahkan dengan implementasi pengelolaan UMKM yang berada di kawasan wisata religi, sehingga diperlukan optimalisasi peran riil dan konstruktif dari lembaga perbankan agar pengelolaan UMKM kawasan wisata religi menjadi berdayaguna dan nilai ekonominya menjadi lebih tinggi sehingga memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakatnya. Peran lembaga perbankan terdiri lima aspek yaitu: a) kebijakan pengembangan UMKM, b) program penyaluran dan pengelolaan kredit, c) program klinik manajemen pelaku UMKM, d) program pendampingan/kunjungan pada pelaku UMKM dan e) program bina mitra dalam pengembangan UMKM.

### **3.7.4 Peran Lembaga Perguruan Tinggi**

Peran lembaga perguruan, merupakan serangkaian kebijakan atau upaya riil yang dilakukan oleh kalangan perguruan tinggi dalam rangka untuk mendorong dan mewujudkan tercapainya praktek pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur yang optimum, oleh karena itu optimalisasi peran perguruan tinggi dalam mendukung pengembangan pengelolaan UMKM merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan implementasi pengelolaan UMKM yang berada di kawasan wisata religi, sehingga diperlukan optimalisasi peran riil dan konstruktif dari lembaga perguruan tinggi agar pengelolaan UMKM kawasan wisata religi menjadi berdayaguna dan nilai ekonominya menjadi lebih tinggi sehingga dapat memberikan kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakatnya. Peran lembaga perguruan tinggi terdiri tujuh aspek: a) kebijakan kurikulum kewirausahaan dan program magang mahasiswa, b) program klinik/sentra layanan bagi UMKM, c) program pelatihan bagi pelaku UMKM, d) program pendampingan bagi pelaku

UMKM e) program bina mitra dalam upaya pengembangan UMKM, f) program riset & pengembangan UMKM dan g) program publikasi ilmiah terkait UMKM.

Peran *stakeholder* dalam pengembangan pengelolaan UMKM yang terdiri delapan aspek tersebut semuanya bersinggungan dengan aspek manajemen, oleh karena itu peran *stakeholder* dalam pengembangan UMKM lebih dititik beratkan pada permasalahan manajemen karena permasalahan yang krusial bagi UMKM adalah lemahnya praktek manajemen, khususnya aspek manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen proses, akses teknologi dan informasi serta aspek jejaring dan kemitraan. Aspek manajemen sumber daya manusia dan manajemen keuangan lebih berorientasi langsung dengan pelaku UMKM sedangkan aspek manajemen pemasaran lebih berorientasi pada konsumennya, sehingga aspek ini harus segera memperoleh perhatian yang lebih serius dari para pemangku kepentingan agar UMKM kawasan wisata religi ini dapat tumbuh berkembang dengan layak.

Aspek manajemen pemasaran merupakan bagian utama dan paling penting dalam pengelolaan UMKM karena menyangkut aspek individu dan setiap pelaku UMKM memiliki karakteristik yang berbeda beda, namun karakteristik ini dapat dimodelkan menjadi sebuah kebijakan yang bersifat universal, oleh karena itu aspek ini harus ter-*integrated* dengan aspek lainnya agar seluruh aspek yang ada dapat memberi dukungan yang lebih optimal terhadap pengembangan UMKM di kawasan wisata religi tersebut. Aspek pemasaran harus menyentuh pada perilaku dan sikap dari pelaku UMKM sendiri, karena hal ini akan turut menentukan sikap dan perilaku masyarakat yang datang di kawasan wisata untuk berbelanja dan membeli produk produk yang ditawarkan oleh mereka, oleh karena itu perlunya program pelatihan, pendampingan dan pengembangan aspek pemasaran secara berkelanjutan agar memberikan manfaat jangka panjang serta mendorong kemandirian ekonomi bagi pelaku sentra UMKM di kawasan wisata religi di Jawa Timur, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan usaha serta kesejahteraan bagi masyarakat.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Perumusan suatu model harus dilakukan melalui tahapan analisis data agar model dapat dirumuskan secara sistematis, logis dan empiris, oleh karena itu di perlukan tahapan yang jelas dan terstruktur. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis atas data yang diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi dan wawancara di lapangan, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam suatu pola, menseleksi data yang perlu dipelajari dan membuat suatu simpulan. Analisis data kualitatif bersifat induktif yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan menjadi suatu hipotesis. Jika hal ini dapat diuji dengan berulang ulang dan hasil yang diuji tetap konsisten, maka hipotesis akan berkembang menjadi teori (Nasution dalam Sugiyono, 2009: 244)

Analisis data dalam perumusan model ini dilakukan dengan menggunakan model analisis domain yaitu memberikan gambaran yang umum dan menyeluruh tentang peran *stakeholder* dalam pengembangan pengelolaan UMKM yang telah diterapkan oleh pelaku UMKM di kawasan wisata religi. Analisis data bertujuan untuk mendeskripsikan obyek yang diteliti secara kuantitatif maupun kualitatif, sehingga diperoleh gambaran obyek secara holistik. Untuk memberikan gambaran yang jelas terhadap tahapan analisis data, maka dapat penulis sajikan tahapan analisis ini secara detail dan rinci agar memudahkan dalam pengumpulan data, mendiskripsikan hasil penelitian, menganalisis data, membuat kesimpulan/saran serta membuat rekomendasi bagi pengambilan kebijakan maupun bagi kelanjutan penelitian dimasa mendatang dan pengembangan model baru yang lebih aplikatif dan efektif untuk pengembangan UMKM dimasa mendatang.

Tahapan perumusan model yang meliputi : a) mengidentifikasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang diterapkan pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, (b) memetakan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi, (c) merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan

UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi (d) menguji efektivitas model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM kawasan wisata religi (e) mengevaluasi model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM melalui *focus group discusssion* guna melakukan penyempurnaan model yang aplikatif serta (f) memperbaiki rumusan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang lebih layak untuk diimplementasikan pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

### 3.8.1 Rancangan dan Metode Penelitian

Rancangan dan metode penelitian merupakan kelanjutan dari proses penelitian yang dilakukan sebelumnya, oleh karena itu tahapan rancangan dan metode penelitian ini tidak terpisahkan dengan rancangan dan metode sebelumnya, sehingga hasil luarannya menjadi bagian ter-*integrated* agar memberi manfaat yang optimal. Rumusan model merupakan lanjutan dalam rumusan tahap sebelumnya sehingga secara menyeluruh menjadi bagian yang tidak terpisahkan, adapun secara rinci pelaksanaan penelitian ini dapat diuraikan dengan detail dalam tabel: 3.1 sebagai berikut:

**Tabel 3.1: Rancangan dan Metode Dalam Merumuskan Model**

Aspek Yang Diteliti	Rancangan Penelitian	Metode Penelitian	Indikator Capaian
a. Identifikasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi	Desain kuesioner untuk mengidentifikasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur	Menentukan nara sumber/responden dgn cara tertentu pada pihak <i>stakeholder</i> yang terkait dengan pengelolaan lima lokasi sentra UMKM kawasan wisata religi	Dapat diidentifikasi keterlibatan pihak <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM yang berada pada kawasan wisata religi di Jawa Timur
b. Merumuskan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi	Merumuskan model optimalisasi peran pihak <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi	Menentukan satuan kajian untuk rumusan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi	Dapat dirumuskan suatu model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra kawasan wisata religi di Jawa Timur

c. Menguji efektivitas model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM	Desain sampel untuk menguji tingkat efektivitas optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur	Menentukan responden melalui cara tertentu untuk dijadikan sampel pengujian atas model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan UMKM	Dapat diketahui tingkat model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur
d. Mengevaluasi dan memperbaiki model	Melakukan evaluasi atas model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM yang telah diujikan pihak <i>stakeholder</i> yang terlibat dalam pengelolaan sentra UMKM	Melakukan evaluasi atas efektivitas model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM melalui FGD dari kalangan akademisi	Dapat diidentifikasi kelemahan model dan melakukan penyempurnaan model melalui <i>focus group discussion</i> dan dirumuskan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i>
e. Menyempurnakan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur	Merumuskan perbaikan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM dan sosialisasi model pada pihak <i>stakeholder</i> yang terlibat dalam pengelolaan sentra UMKM	Merumuskan dan melakukan perbaikan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM serta melakukan sosialisasi model pada <i>stakeholder</i> di lima lokasi sentra UMKM	Dapat dilakukan penyempurnaan rumusan model optimalisasi peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan sentra UMKM sesuai dengan karakteristik sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur

Sumber: Diolah oleh Peneliti

### 3.8.2 Langkah Perumusan Model

Kegiatan Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi secara rinci dapat dijabarkan secara bertahap, dimana tahapan yang pertama selalu berkaitan dengan langkah pada tahapan berikutnya, sehingga kegiatan ini harus dilakukan secara berurutan sebagai berikut:

#### 1. Identifikasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM

Tahapan ini mengidentifikasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM, dengan cara mendesain kuesioner yang menekankan kontribusi para *stakeholder* yang terlibat dalam proses pengelolaan sentra UMKM. Kuesioner ini akan disebarakan kepada nara sumber

yang ditentukan dengan cara tertentu sehingga dapat mengungkap tentang peran *stakeholder* secara komprehensif.

2. Merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder*

Tahap ini diawali dengan memetakan jawaban nara sumber dan kuesioner yang memiliki peran terhadap pengelolaan sentra UMKM pada saat sekarang, sehingga dapat dirumuskan suatu model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM. Selanjutnya memberi bobot dan nilai skoring setiap indikator yang terkait dengan peran *stakeholder*, sehingga dapat dirumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif.

3. Menguji efektivitas model optimalisasi peran *stakeholder*

Tahapan ini diawali dengan menentukan 10 tokoh masyarakat dengan cara dipilih sebagai sampel pengujian model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM, agar dapat diperoleh gambaran mengenai tingkat efektivitas optimalisasi peran *stakeholder*

4. Evaluasi dan perbaikan model partisipasi peran *stakeholder*

Tahap ini mengkaji dan mengidentifikasi kelemahan terkait efektivitas model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dengan melakukan evaluasi secara mendalam terhadap sikap/pandangan dari 10 tokoh masyarakat melalui *focus group discussion* (FGD) dari kalangan akademisi sehingga dapat diketahui adanya kekurangan atau kelemahan yang terjadi sehingga dapat dirumuskan perbaikan model optimalisasi peran *stakeholder*

5. Menyempurnakan model optimalisasi peran *stakeholder*

Melakukan rumusan kembali atas model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM yang lebih tepat sesuai dengan karakteristik usaha di kawasan wisata religi. Hasil rekomendasi *focus group discussion* menjadi rujukan dalam merumuskan model tentang optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM yang lebih efektif untuk diterapkan pada sentra UMKM yang tersebar pada lima kawasan wisata religi di Jawa Timur.



## **BAB. 4**

### **GAMBARAN OBYEK PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Obyek amatan dalam penelitian ini adalah peran *stakeholder* yang terkait dengan pengelolaan UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur yang berlokasi di kawasan makam sunan Ampel, syeh Maulana Malik Ibrahim, sunan Giri, sunan Drajad dan sunan Bonang. Keberadaan wisata religi telah menginspirasi berbagai elemen masyarakat untuk mengoptimalkan peluang yang ada melalui kegiatan riil yang memberi kontribusi bagi nilai ekonomi setempat. Keanekaragaman aktivitas bisnis masyarakat turut mewarnai karakteristik usaha UMKM di kawasan wisata di Jawa Timur, sehingga membangun *brand image* yang berbeda dibandingkan dengan kawasan wisata di tempat lain.

Keaneka ragaman bisnis kawasan wisata religi umumnya terdiri dari aneka ragam jasa souvenir, jasa kuliner, perlengkapan ibadah dan kebutuhan lain, namun disisi lain pengelolaan UMKM di kawasan wisata religi masih jauh dari layak karena keterbatasan pada aspek manajemennya, oleh karena itu peran masyarakat sangat diharapkan kontribusinya dalam rangka mendorong pengembangan dan pengelolaan UMKM yang lebih baik dan efektif, sehingga mempercepat proses kemandirian UMKM sebagai pelaku ekonomi alternatif yang handal, terstruktur dan berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

Peran masyarakat dapat memberi dukungan dan mempercepat transformasi pengetahuan dalam proses bisnis UMKM, oleh karena itu upaya untuk mendorong partisipasi masyarakat secara optimal, tentu akan turut mempercepat proses tata kelola bisnis UMKM yang efektif dan mandiri. Secara umum ada empat elemen masyarakat yang ditunggu kiprahnya dalam mendukung proses percepatan bisnis dan pengelolaan UMKM yaitu: a) peran dinas koperasi, b) peran dinas pariwisata, c) lembaga perbankan, d) lembaga perguruan tinggi. Secara umum *stakeholder* ini memainkan peran yang berbeda, tetapi perannya akan menjadi optimal manakala seluruh *stakeholder* memiliki visi dan misi

yang sama dan mengikatkan diri guna memberikan dukungan dalam pengelolaan UMKM yang efektif, oleh karena itu optimalisasi peran *stakeholder* harus dirumuskan dalam suatu model.

### **1. Dinas Koperasi dan UMKM**

Didalam nomenklatur struktur organisasi pemerintah daerah dinas koperasi dan UMKM merupakan salah satu Satuan Perangkat Kerja Daerah (SKPD) yang tugas utamanya mengorganisir serta mendorong pengembangan koperasi dan UMKM di wilayah kerjanya menjadi pelaku ekonomi yang kuat dan mandiri, oleh karena itu dinas koperasi memiliki peran strategis dalam membangun sistem dan model ekonomi yang tepat bagi masyarakat. Jumlah usaha mikro di Jawa Timur hampir 6.533.694 (95,58% ), usaha kecil 161.827 (3,85%) dan usaha menengah 30. 410 (0,57%). Hal ini menunjukkan bahwa dinas koperasi mengemban tugas yang tidak kecil, oleh karena itu dinas koperasi harus memainkan peran strategis ini untuk merumuskan suatu sistem dan model ekonomi yang tepat bagi UMKM dan memberi kontribusi riil bagi perekonomian warga yang tinggal dikawasan wisata religi Jawa Timur.

### **2. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan**

Dalam nomenklatur struktur organisasi pemerintah daerah dinas pariwisata dan kebudayaan merupakan salah satu Satuan Perangkat Kerja Daerah (SKPD) yang tugas utamanya mengorganisir serta mendorong pengembangan pariwisata di wilayah kerjanya agar dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakatnya sekaligus membangun sistem ekonomi yang kuat dan mandiri di sektor pariwisata, oleh karena itu dinas pariwisata juga memiliki peran strategis dalam membangun sistem dan model ekonomi bagi masyarakat. Jumlah wisatawan nusantara di Jawa Timur telah mencapai angka 45,64 juta pengunjung (2014), 51,47 juta pengunjung (2015) diprediksi angka wisatawan menjadi 59,42 juta pada tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan nusantara seharusnya menjadi daya ungkit bagi ekonomi dan perkembangan bisnis UMKM, oleh karena itu dinas pariwisata layak memainkan peran

strategisnya untuk mendorong pertumbuhan UMKM. Melalui optimalisasi peran dinas pariwisata dan bersinergi nyata dengan lembaga lain, tentu mampu merumuskan suatu model pengelolaan UMKM yang layak dan mandiri, oleh karena itu peran *stakeholder* yang memiliki keterkaitan dengan keberlanjutan UMKM kawasan wisata religi Jawa Timur harus bersinergi dalam menyusun kebijakan yang strategis dan ter-*integrated* untuk UMKM.

### **3. Lembaga Perbankan**

Lembaga perbankan merupakan lembaga keuangan yang bereperan sebagai penunjang dalam sistem perekonomian terbuka, oleh karena itu keberadaan bank yang tersebar di seluruh pelosok daerah harus mampu menjadi mediaasi/perantara antara pemilik dana dan pihak yang membutuhkan dana. UMKM sebagai salah satu pelaku ekonomi belum mampu memperoleh akses dana yang memadai sesuai dengan kebutuhannya, namun selama ini akses permodalan UMKM masih belum mampu mengakses permodalan yang memadai, hal ini disebabkan keterbatasan UMKM yang berupa keterbatasan yang meliputi: aspek pengadaan bahan baku, aspek teknologi, aspek pemasaran, aspek ketenaga kerjaan, aspek permodalan, aspek prasarana dan aspek manajeral. Ketujuh aspek yang menjadi kendala klasik bagi UMKM selama ini, masih dipergunakan oleh perbankan sebagai dasar untuk menyusun kebijakan dalam pemberian kredit atau akses permodalan.

Peran strategis lembaga perbankan seharusnya lebih didorong untuk tumbuh berkembangnya kemajuan UMKM, namun kendala klasik yang dialami UMKM masih belum menemukan solusi yang tepat, bahkan kebijakan perbankan sendiri masih belum dapat diterapkan saat dihadapkan pada kebijakan penyaluran kredit untuk UMKM seperti kredit kelayakan usaha, kredit tanpa anggunan dan jenis kredit lainnya, oleh karena itu penyaluran kredit untuk sektor UMKM tak akan pernah optimal selama masih menggunakan parameter *bankable*, dimana hal ini tentu akan sulit dipenuhi oleh pelaku UMKM sebagai persyaratan untuk akses permodalan, sehingga perlu ada upaya konkrit untuk memberi akses

permodalan bagi UMKM dengan model yang sesuai dengan karakteristik usahanya.

#### **4. Lembaga perguruan tinggi**

Perguruan tinggi sebagai institusi pendidikan tentu harus melakukan kegiatan tridarma secara terpadu baik bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Bidang penelitian dan pengabdian masyarakat lebih bersentuhan secara langsung dengan berbagai aktivitas masyarakat khususnya memberi berbagai solusi atas permasalahan masyarakat. Bidang penelitian lebih diarahkan pada penemuan solusi atas berbagai problem masyarakat, oleh karena itu perguruan tinggi memiliki peran yang strategis dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang bersumber pada nilai-nilai kearifan lokal, nilai budaya masyarakat dan sumber lainnya. Sedangkan pengabdian masyarakat lebih diarahkan pada penerapan hasil penelitian yang dapat memberi kemanfaatan bagi masyarakat sesuai dengan situasi dan karakteristik yang berkembang di tengah masyarakat.

Perguruan tinggi merupakan salah satu *stakeholder* yang dapat memainkan peran yang strategis dalam pengembangan UMKM, oleh karena itu program sinergi dengan lembaga lain akan memberikan manfaat yang lebih baik dalam rangka untuk mendorong pengelolaan UMKM yang efektif dan mandiri. Program klinik layanan manajemen, program pelatihan, program pendampingan hasil pelatihan, bina mitra pengembangan UMKM dan riset serta publikasi ilmiah merupakan kompetensi dari perguruan tinggi yang dapat disumbangkan kemanfaatannya untuk pengembangan manajemen dan pengelolaan UMKM yang lebih efektif dan berkelanjutan.

#### **4.2 Karakteristik Sentra UMKM**

Sentra UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur memiliki karakteristik dan keunikan sendiri dibanding sentra UMKM lain, terutama yang terkait dengan pelaku UMKM, lokasi usaha, komoditi barang dagangannya, siklus pembelinya. Karakteristik dan keunikan sentra

UMKM kawasan wisata religi tercermin pada nuansa agamis dan kultur Jawa kunonya, oleh karena itu nilai kearifan lokal dan karakteristik budaya turut mewarnai keunikan sentra UMKM di kawasan wisata religi ini. Beberapa karakteristik sentra UMKM kawasan wisata religi ini dapat diuraikan lebih rinci sebagai berikut:

#### **4.2.1 Pelaku UMKM**

Pelaku usaha pada sentra UMKM kawasan wisata religi umumnya berasal dari masyarakat sekitar kawasan. Sejak lama mereka bertempat tinggal bahkan usaha yang dilakukan sudah turun temurun sejak dari nenek moyangnya, hal ini yang menjadi opsi mereka berbisnis (melanjutkan usaha keluarga) sehingga sulit mengembangkan usahanya menjadi lebih baik lagi. Peran birokrasi dan tokoh dari masyarakat seharusnya mampu memperdayakan potensi kawasan wisata religi ini menjadi kekuatan riil dibidang ekonomi, meningkatkan kontribusi dalam memacu perkembangan pariwisata religi ditempatnya, sehingga keberadaan situs makam para wali songo yang ada di Jawa Timur dapat dioptimalkan manfaatnya secara riil bagi kesejahteraan masyarakat.

Pelaku usaha sentra UMKM kawasan wisata religi umumnya dilakukan oleh kelompok usaha non formal artinya dilakukan oleh kelompok masyarakat yang tidak memiliki status usaha badan hukum. Pelaku usaha dikawasan ini menjadikan aktivitas usahanya hanya sumber mata pencaharian saja, belum berorientasi bisnis sehingga karakteristik pengelolaannya juga dilakukan secara sederhana, belum memanfaatkan pengetahuan manajemen sebagai alat untuk pengembangan bisnis, oleh karena itu masih membutuhkan pelatihan, pendampingan dan pengembangan usahanya dari kalangan birokrasi, kalangan bisnis serta penggiat UMKM sehingga kedepannya pelaku UMKM kawasan wisata ini dapat berkembang secara mandiri dan menjadikan UMKM sebagai alternatif mesin penggerak bagi perekonomian. Pelaku UMKM di kawasan religi memiliki keanekaragaman strata, oleh karena itu peningkatan peran stakeholder akan mengaselerasi proses pertumbuhan sektor ini serta peran terhadap perekonomian regional dan nasional.

#### 4.2.2 Lokasi Sentra UMKM

Lokasi sentra UMKM umumnya berada di sekeliling kawasan wisata religi, lokasi ini sulit dikelola dan ditata secara memadai karena berada di pemukiman warga yang padat, status tanah yang sulit dibebaskan, seandainya dikembangkan menjadi kawasan modern membutuhkan keberanian dari birokrasi, menghadapi tantangan dari masyarakat serta membutuhkan alokasi dana yang besar. Namun jika tidak ditata dan dikelola secara memadai tentu keberadaan sentra UMKM di kawasan wisata religi tidak mampu menjadi kekuatan ekonomi alternatif yang besar dan tidak berkontribusi secara riil bagi perkembangan pariwisata kawasan wisata, khususnya dalam upaya untuk mensejahterakan masyarakat sekitar kawasan wisata religi.

Lokasi sentra UMKM yang ada kawasan wisata religi seharusnya tidak menghalangi atau mengganggu jalannya para ziarah makam wali, karena memang tujuan utama mereka ke lokasi wisata hanya untuk berziarah ke makam para wali, bukan untuk tujuan yang lain. Oleh karena itu lokasi sentra UMKM pada kawasan wisata religi harus didesain secara indah dan nyaman, agar para peziarah yang datang dapat leluasa melakukan ziarah dengan aman dan nyaman. Dampak kenyamanan para peziarah tentu akan memberi manfaat bagi pelaku UMKM pada kawasan tersebut, minimal lokasi sentra UMKM harus ikut menciptakan suasana indah, nyaman dan tertib lingkungan, sehingga keberadaan situs makam para wali dan lokasi sentra UMKM menjadi kesatuan yang ter-*integrated* yang dapat meningkatkan layanan yang lebih layak bagi wisatawan yang datang serta menjadikan kawasan wisata religi ini sebagai kawasan terpadu yaitu menyatukan kawasan wisata religi dengan kawasan bisnis secara ter-*integrated* baik menghadirkan suasana kearifan lokal dari masyarakat setempat maupun menghadirkan suasana baru yang ramah lingkungan, sehingga memberi suasana bertambah nyaman dan bersifat alami.

1. Lokasi Sentra UMKM makam Sunan Bonang Tuban, berada di tengah kota tepatnya sebelah barat alun alun kabupaten Tuban. Sentra UMKM berada di gang jalan menuju area makam Sunan Bonang, tepatnya dipinggiran makam membentuk semacam lorong, sehingga kalau

masuk dan keluar dari makam pengunjung sepertinya berada di tengah tengah kawasan wisata sentra UMKM



Lokasi Sentra UMKM berada didalam, untuk memasuki harus melewati pintu gapura di ujung sebelah timur, sebelum memasuki area didalam kita dapat menemukan lokasi sentra UMKM lain yang berada di luar area. Karakteristik dua area sangat beda, yang didalam lokasinya tertutup sedangkan yang diluar terbuka.

2. Sentra UMKM dimakam Sunan Drajad Lamongan, lokasi berada di pinggiran kota tepatnya jalan raya menuju ke arah Bojonegoro. Sentra UMKM yang berada di pinggiran jalan berdekatan dengan area parkir, tepatnya disebelah timur makam Sunan Giri. Kawasannya lebih terbuka, tetapi ada sebagian dari UMKM yang berada didalam area makam tepat dipintu makam sunan Drajad.



Lokasi Sentra UMKM sebagian berlokasi di dalam area makam, tepatnya berada di sebelah timur makam Sunan Drajad, namun yang berada di luar justru lebih banyak jumlahnya. Lokasi dan tempat untuk usaha masih kurang tertata baik, bahkan untuk pengelolaannya masih belum layak, sehingga terasa kurang nyaman bagi pengunjung.

3. Sentra UMKM dimakam Sunan Giri Gresik, lokasi sentra UMKM ada di dalam area makam tepatnya berada dibawah namun masih dalam satu area, persisnya ada disebelah selatan dan timur makam. Selain yang berada didalam kawasan makam tampak disepanjang jalan yang menuju kearah makam juga banyak lokasi sentra UMKM namun keberadaan sudah diluar kawasan. Bahkan perumahan warga setempat juga menjadi area kawasan sentra UMKM baru yang tertata sepanjang kompleks perumahan warga.



Lokasi Sentra UMKM ini berada dibawah pintu keluar makam, terus menuju kearah timur ada dua lorong yang banyak ditempati pelaku UMKM, kemudian dibawahnya juga terdapat lokasi yang berjualan produk UMKM. Lokasi usaha dan tempat usaha di kawasan wisata religi Sunan Giri sangat terbatas sekali, lokasi ini persis berada di bawah makam Sunan Giri.

4. Sentra UMKM dimakam Sunan Maulana Malik Ibrahim Gresik, lokasi sentra UMKM berada di sebelah timur makam. Hanya satu lokasi yang terbentang dari ujung selatan jalan dan menembus ujung jalan sebelah utara, sepanjang lorong ini pelaku UMKM melakukan aktivitas usahanya. Sebenarnya makam Sunan Maulana Malik Ibrahim berada ditengah kota, karena sebelah utaranya makam terdapat alun alun kota dan pendopo kabupaten Gresik.



Lokasi Sentra UMKM berada sebelah timur makam Sunan, kebetulan hanya satu lorong dan tidak ada tempat lain, memanjang dari arah ujung selatan sampai tembus ujung jalan sebelah utara. Sebagian besar pelaku UMKM di lokasi ini adalah warga setempat yang kebetulan sudah lama tinggal di lokasi.

5. Sentra UMKM dimakam Sunan Ampel Surabaya, lokasi sentra UMKM ada di sekitar kawasan makam Sunan, kebetulan lokasinya berada disebelah selatan dan timur area masjid Sunan Ampel. Area yang berada disebelah selatan tempatnya tertutup sedangkan sebelah timur masjid areanya lebih terbuka. Area sentra UMKM yang berada disebelah selatan tempatnya lebih bersih dan tertata lebih rapi, rupanya yang menempati area ini termasuk warga yang telah lama menghuni lokasi dan bertempat tinggal disekitar kawasan masjid, sedangkan area sebelah timur yang lokasi berda di jalanan merupakan warga yang berada di luar area bahkan banyak yang berasal dari pendatang di luar kawasan makam sunan Ampel.





Gambar sebelah menunjukkan lokasi sentra UMKM yang berada di sebelah timurnya masjid, jika masuk dari arah timur, tentunya pengunjung akan memasuki lokasi sentra UMKM yang ada di sepanjang lorong jalan, tetapi sepanjang jalan ini juga terdapat toko yang memanjang dari arah timur sampai di depan pintu masjid, sehingga kawasan Ampel memiliki lebih banyak jumlah pedagang di banding di tempat yang lain.

Lima lokasi sentra UMKM diatas merupakan observasi dilapangan yang didalanya terdapat lokasi usaha, tempat usaha dan infrastruktur. Berbagai aktivitas warga ada didalam sentra UMKM, secara keseluruhan sentra UMKM di kawasan wisata religi memiliki karakteristik yang hampir sama, karena kelima wisata religi ini memiliki satu garis keturunan yang sama yaitu dari Sunan Ampel, bahkan dari tiga makam Sunan Bonang, Sunan Drajad serta Sunan Giri memiliki kesamaan bangunan didalam, demikian juga kawasan disekitar makam juga hampir memiliki karakteristik yang sama.

#### **4.2.3 Komoditi Barang Dagangan**

Wisata religi umumnya memiliki karakteristik yang bersifat unik, mengingat tujuan orang berkunjung ke situs makam wali lebih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan spritualnya, bukan sekedar berwisata saja bahkan keyakinan di tengah masyarakat kita bahwa berziarah ke makam para wali merupakan bagian dari amaliyah yang dianjurkan oleh agama, tentu hal ini membuat antusias masyarakat muslim di Jawa Timur bahkan masyarakat muslim di Indonesia untuk berziarah ke makam wali yang dikemas sebagai wisata religi. Ciri khas wisatawan ini tentunya memiliki kebutuhan pemenuhan barang yang bernuansa spritual muslim, sehingga jenis komoditi yang diperdagangkan ini juga lebih bernuansa islami.

Umumnya sentra UMKM kawasan wisata religi ini lebih banyak dipenuhi dengan barang dagangan yang terkait dengan keperluan atau sarana ibadah umat Islam, barang bernuansi agama Islam, makanan yang

memiliki historis dengan pusat pengembangan agama Islam (timur tengah & arab) bahkan pusat kuliner dan souvenir yang bercirikan kearifan lokal (sejarah para wali) dan nuansa islami. Hal ini yang seharusnya dimunculkan dalam pengembangan kawasan wisata religi terpadu, jadi situs makam para wali seharusnya menginspirasi pelaku UMKM dan industri kreatif untuk menggali dan mengembangkan nilai kearifan lokal yang ada serta menuangkannya menjadi komoditi yang nilai keekonomiannya tinggi, agar masyarakat pelaku UMKM dan masyarakat sebagai wisatawan dapat memperoleh manfaat yang diinginkannya.

#### **4.2.4 Siklus Kunjungan Wisatawan**

Wisatawan nusantara yang melakukan wisata religi pada situs makam para wali umumnya berasal dari kalangan masyarakat yang mayoritas dari pedesaan yang memiliki unsur kental dengan kultur Jawa dan etnis muslim. Kondisi ini tidak lepas dari sejarah perkembangan agama Islam yang dirintis oleh para wali di tanah Jawa yang dikenal dengan sebutan “**Wali Songo**” atau sembilan ulama yang menyebarkan agama Islam di tanah Jawa. Kultur masyarakat Jawa memiliki suatu keyakinan bahwa para wali songo memiliki suatu “Karomah” atau sifat linuwih yang melebihi batas kemampuan umum manusia (kelebihan spritual), oleh karena itu ziarah makam wali juga sebagai upaya masyarakat untuk memperoleh berkah dari ALLAH melalui perantara para wali (tawasul) di tanah Jawa. Bagian dari wali songo lima diantaranya situs makamnya berada di Jawa Timur yang biasa disebut oleh masyarakat sebagai “Wali Limo” yaitu makam Sunan Ampel ada di kota Surabaya, makam Sunan Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri ada di kota Gresik, makam Sunan Drajad ada di kota Lamongan dan makam Sunan Bonang ada di kota Tuban.

Wisatawan religi secara tradisi sudah menjadi bagian dari kultur masyarakat Jawa dan etnis muslim dari berbagai pelosok pedesaan walaupun tidak menutup dari kalangan masyarakat kota modern khususnya dari kalangan nahdatul ulama. Wisata religi seringkali dikaitkan dengan bulan besar kalender umat Islam seperti bulan Rajab,

bulan ramadhan dan bulan besar Islam lainnya. Namun dari kalangan masyarakat pedesaan seringkali dikaitkan dengan waktu senggang yaitu sehabis musim panen secara kelompok mereka melakukan wisata religi sesuai dengan minat dan kemampuan finansialnya, demikian juga dari komunitas pengajian yang berasal kompleks perumahan, instansi atau lembaga, kalangan pondok pesantren, dan lainnya biasanya mendapat arahan dan direkomendasikan oleh sang ustadnya. Karakteristik ini ternyata mempengaruhi siklus kunjungan wisatawan yang datang ke kawasan wisata religi, sehingga kunjungannya tidak dapat diprediksi sesuai tahun kalender, tetapi harus mengikuti kalender Islama (tahun Hijrah).

Siklus kunjungan wisata religi harus dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha sentra UMKM yang berada di kawasan wisata untuk menyediakan berbagai ragam keperluan wisatawan sesuai dengan karakteristik dari masyarakat dan kemampuan finansialnya, agar pelaku usaha di kawasan sentra UMKM dapat memanfaatkan momentum wisatawan ini untuk meraih nilai keekonomian dari kunjungannya. Dari siklus kunjungan ini tentu akan mempengaruhi kegiatan usaha sentra UMKM yang berada di kawasan wisata religi, oleh karena itu momentum ini harus dapat dipahami dengan baik oleh pelaku usaha sentra UMKM karena karakteristik wisata religi tidak memiliki sifat keberulangan tetapi lebih bersifat situasional, berbeda dengan wisata kuliner atau wisata belanja yang dapat dilakukan oleh masyarakat di sepanjang waktu. Jika pemangku kepentingan dapat menyusun program *ter-integrated* di bidang pariwisata tentu kunjungan wisata kuliner dapat memperbaiki siklusnya.

#### **4.2.5 Infrastruktur Kawasan Wisata**

Infrastruktur yang meliputi sarana dan prasarana pendukung tentu memiliki andil yang tidak kecil dalam pengembangan kawasan wisata religi, oleh karena itu para pemangku kepentingan dan masyarakat harus memikirkan infrastruktur yang layak dalam rangka mendukung pariwisata, khususnya wisata religi yang aman dan nyaman. Infrastruktur tidak mungkin dapat disediakan oleh pelaku UMKM sendiri mandiri tetapi

harus dipikir secara bersama oleh seluruh penggiat industri pariwisata dan para pemangku kepentingan baik dari kalangan birokrasi, bisnis dan kalangan akademik (perguruan tinggi). Secara umum infrastruktur meliputi fasilitas umum, fasilitas kawasan wisata, fasilitas sentra UMKM, penggiat jasa hotel dan hiburan, lembaga keuangan, moda transportasi, fasilitas komunikasi dan teknologi informasi. Berbagai fasilitas sudah tersedia didalam area sentra UMKM, namun kuantitas dan kualitasnya masih kurang layak, untuk meningkatkan nilai kenyamanan bagi pengunjung perlu dilakukan pengelolaan fasilitas yang lebih baik sesuai dengan perubahan kondisi pengunjungnya.

Infrastruktur didalam kawasan wisata religi umumnya masih sangat terbatas, karena pengelolaan kawasan wisata religi kebanyakan dilakukan oleh lembaga masyarakat adat, lembaga keagamaan yang aksesnya sangat terbatas, sedangkan cakupan pengelolaan kawasan wisata religi sangat luas kaitannya dengan pihak lainnya, oleh karena itu banyak alternatif untuk mengembangkan kawasan wisata religi di Jawa Timur, tinggal bagaimana tanggungjawab dan kepedulian dari para stakeholder dalam mengelola situs makam para wali tersebut. Keterlibatan secara terintegrasi dari pihak manapun merupakan hal yang tidak dapat ditawar lagi, situs makam para wali bukan semata mata tinggalan dari keluarga trah para wali tetapi ini sudah menjadi aset masyarakat bahkan aset negara, oleh karena itu pemerintah daerah harus menginisiasi bagaimana memfasilitasi infrastruktur yang lebih layak, baik infrastruktur kawasan wisata religi maupun infrastruktur pendukung lainnya agar daya tarik wisata ini dapat memberi nilai keekonomian yang lebih tinggi dan memberi manfaat secara riil bagi pengembangan sentra UMKM yang berada pada kawasan wisata religi, pendapatan masyarakat setempat, pendapatan asli daerah serta menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat yang berada pada kawasan religi tersebut.

## **BAB. 5**

### **PERUMUSAN MODEL**

#### **5.1 Aspek Perumusan Model**

Peran *stakeholder* merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan secara terstruktur dan masif dalam rangka pengembangan pengelolaan UMKM yang lebih efektif, agar semua aktivitasnya dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, oleh karena itu *stakeholder* memainkan peran yang strategis dalam rangka meningkatkan pengelolaan UMKM di kawasan wisata religi, sehingga dapat dirumuskan model yang sesuai dengan karakteristik UMKM. Merumuskan suatu model memerlukan suatu kajian yang mendalam dan fokus agar dapat di hasilkan rumusan model yang efektif dan relevan serta dapat di implementasikan sesuai dengan karakteristiknya. Perumusan model yang baik seharusnya selalu memperhatikan beberapa aspek penting: a) Memahami permasalahan riil di lapangan, b) mereduksi permasalahan kedalam permasalahan yang memiliki nilai manfaat, relevan sesuai dengan kondisi riil, c) merumuskan suatu model, d) implementasi model, e) mengevaluasi nilai kemanfaatan model yang telah diuji efektivitasnya dalam pengelolaan sektor UMKM, selanjutnya model yang sudah baku dapat dijadikan sebagai rujukan bagi *stakeholder*.

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. Model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi terdiri dari enam tahapan utama yaitu: (a) mengidentifikasi peran *stakeholder* dalam pengembangan pengelolaan UMKM, (b) memetakan suatu pola terkait peran *stakeholder* dalam pengelolaan sektor UMKM, (c) merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang efektif, (d) menguji efektivitas model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM, (e) mengevaluasi efektivitas model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sektor UMKM, (f) menyusun rumusan kembali terkait model optimalisasi peran

*stakeholder* dalam pengelolaan sektor UMKM yang aplikatif untuk diimplementasikan pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. Uraian secara detail langkah langkah perumusan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM kawasan wisata religi dapat diuraikan secara rinci sebagai berikut.

## **5.2 Tahapan Perumusan Model**

### **5.2.1 Identifikasi Peran *Stakeholder***

Tahapan ini melakukan identifikasi terhadap peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang terjadi di kawasan wisata religi, untuk menggali satuan kajian/variabel dan indikator yang dapat mengungkap peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM, maka dilakukan kajian teoritis, observasi lapangan, interaksi awal dengan nara sumber, analisis dokumen baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki keterkaitan dengan peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM. Selanjutnya menyusun panduan wawancara dan merancang kuesioner yang dipergunakan untuk menggali informasi yang relevan untuk mengungkap peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang terjadi selama ini, dengan cara melakukan wawancara langsung dengan nara sumber data yang berkompeten, pengisian instrumen kuesioner, penggunaan dokumentasi yang diperoleh oleh peneliti.

Berdasarkan hasil amatan awal melalui proses triangulasi terkait dengan pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi, dapat ditemukan empat pihak yang turut memainkan peran dalam pengelolaan UMKM yaitu: a) dinas koperasi, b) dinas pariwisata, c) lembaga perbankan dan d) lembaga perguruan tinggi. Dari empat pihak yang memiliki peran strategis dalam pengelolaan UMKM selanjutnya dapat ditentukan dan dipilih menjadi sampel sumber data yaitu pimpinan dinas koperasi empat nara sumber, dinas pariwisata empat nara sumber, pimpinan bank 12 nara sumber dan ketua jurusan program studi sebanyak 27 nara sumber, dengan pertimbangan tertentu (*purposive-sampling*), sehingga narasumber tersebut dapat memenuhi persyaratan 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 tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang terjadi pada kawasan wisata religi selama ini. Identifikasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM merupakan tahapan yang krusial didalam perumusan “Model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM” karena tahap ini harus mampu menggali dan mengungkap satuan kajian/variabel serta indikator yang relevan dengan peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang terjadi selama ini sekaligus sebagai dasar merumuskan suatu Model optimalisasi peran *stakeholder*, sehingga dapat dihasilkan suatu model yang efektif dan aplikatif sesuai dengan karakteristik pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi serta karakteristik budaya masyarakat.

Mengacu hasil triangulasi atas amatan peran *stakeholder* dalam pengelolaan sektor UMKM pada kawasan wisata religi, maka dapat diidentifikasi empat fokus amatan atau satuan kajian yang meliputi: 1) peran dinas koperasi, 2) peran dinas pariwisata, 3) peran lembaga perbankan dan 4) peran lembaga perguruan tinggi. Selanjutnya fokus kajian atau amatan tersebut masih dikembangkan lebih detail lagi menjadi sub kajian yang terdiri: a) kebijakan dalam pengembangan UMKM, b) program layanan bagi UMKM, c) program pelatihan bagi sektor UMKM, d) program pendampingan UMKM, e) program bina mitra dalam pengembangan sektor UMKM, f) program penyaluran dan pengelolaan kredit bagi sektor UMKM, g) program klinik manajemen bagi UMKM, h) program kebijakan kurikulum kewirausahaan dan magang mahasiswa i) program riset dan pengembangan UMKM, j) publikasi ilmiah terkait dengan obyek atau tema UMKM.

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 peran

*stakeholder* dalam pengelolaan 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 peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM secara riil yang berada pada kawasan wisata religi selama ini. Melalui proses triangulasi nara sumber data selanjutnya ditabulasikan sesuai dengan aspek yang diamati, sehingga dapat diidentifikasi secara riil mengenai indikator yang sudah atau belum diterapkan terkait peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi. Untuk menggambarkan indikator yang dikembangkan dalam satuan kajian terkait dengan peran riil *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dikawasan wisata religi yang tersebar di wilayah Jawa Timur dapat diuraikan secara rinci sebagai berikut:

#### **5.2.1.1 Peran Dinas Koperasi dan UMKM**

Peran dinas koperasi menunjukkan suatu upaya riil yang dilakukan untuk mendorong bagaimana pengelolaan UMKM dapat berjalan menjadi lebih efektif dan menuju pada praktek manajemen yang layak untuk mengelola aktivitas bisnis /usahanya menjadi lebih berkembang. Mengacu pada proses triangulasi maka dapat diidentifikasi sub sub kajian yang meliputi: a) kebijakan dalam pengembangan UMKM, b) program layanan bagi sektor UMKM, c) program pelatihan bagi UMKM, d) program pendampingan UMKM, e) program bina mitra dalam pengembangan UMKM. Berdasarkan uraian tersebut selanjutnya dapat didesain suatu kuesioner dalam rangka menggali informasi yang relevan dengan obyek yang diamati, sehingga melalui kuesioner ini dapat untuk mengungkapkan karakteristik peran dinas koperasi dalam pengelolaan UMKM sekaligus disajikan jawabannya dalam tabel 5.1 sebagai berikut:



**Tabel 5.1 : Karakteristik Peran Dinas Koperasi**

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya	%	Tdk	%
<b>1. Kebijakan Pengembangan UMKM</b>					
1	Memiliki kebijakan untuk mendorong pengembangan UMKM	4	100	0	0%
2	Kebijakan yang menyangkut aspek manajerial (tata kelola usaha)	3	75%	1	25%
3	Kebijakan yang menyangkut aspek manajemen pemasaran	4	100	0	0%
4	Kebijakan menyangkut aspek manajemen produksi atau pengolahan produk	4	100	0	0%
5	Kebijakan yang menyangkut aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	3	75%	1	25%
6	Kebijakan menyangkut aspek kompetensi/ keterampilan Sumber Daya Manusia	4	100	0	0%
7	Kebijakan menyangkut aspek Perekayasaan/desain usaha	4	100	0	0%
8	Kebijakan yang menyangkut aspek promosi/memfasilitasi pameran	4	100	0	0%
9	Kebijakan yang menyangkut pemanfaatan aspek teknologi informasi	4	100	0	0%
10	Kebijakan yang menyangkut aspek akses permodalan	4	100	0	0%
11	Kebijakan yang menyangkut pada aspek kemitraan/akses memitirakan pelaku UMKM	3	75%	1	25%
12	Kebijakan yang menyangkut aspek legalitas usaha atau aspek perijinan	4	100	0	0%
13	Kebijakan yang menyangkut pada perlindungan usaha (hak cipta/paten)	4	100	0	0%
<b>2. Program Klinik Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Melakukan klinik yang terkait dengan aspek manajerial (tata kelola usaha)	3	75%	1	25%
2	Melakukan klinik terkait aspek manajemen pemasaran	3	75%	1	25%
3	Melakukan klinik terkait aspek manajemen produksi	4	100	0	0%
4	Melakukan klinik terkait aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	3	75%	1	25%
5	Melakukan klinik terkait aspek kompetensi/ keterampilan SDM	3	75%	1	25%
6	Melakukan klinik terkait aspek Perekayasaan/desain usaha	3	75%	1	25%
7	Melakukan klinik terkait aspek promosi/memfasilitasi pameran	4	100	0	0%
8	Melakukan klinik terkait pemanfaatan aspek teknologi informasi	3	75%	1	25%
9	Melakukan klinik terkait akses permodalan	3	75%	1	25%
10	Melakukan klinik terkait akses kemitraan (memitirakan)	3	75%	1	25%
11	Melakukan klinik terkait perijinan usaha/legalitas	3	75%	1	25%
12	Melakukan klinik terkait perlindungan usaha (hak cipta/ paten)	3	75%	1	25%

<b>3. Program Pelatihan Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Memberi pelatihan aspek manajerial (tata kelola usaha)	4	100	0	0%
2	Memberi pelatihan aspek manajemen pemasaran	4	100	0	0%
3	Memberi pelatihan aspek manajemen produksi	4	100	0	0%
4	Memberi pelatihan aspek manajemen keuangan/Akuntansi	3	75%	1	25%
5	Memberi pelatihan aspek kompetensi/keterampilan SDM	4	100	0	0%
6	Memberi pelatihan aspek Perekrutan/desain usaha	2	50%	2	50%
7	Memberi pelatihan aspek promosi/memfasilitasi pameran	4	100	0	0%
8	Memberi pelatihan pemanfaatan aspek IT	2	50%	2	50%
9	Memberi pelatihan akses permodalan	2	50%	2	50%
10	Memberi pelatihan akses kemitraan (memitran)	3	75%	1	25%
11	Memberi pelatihan perijinan usaha/legalitas	4	100	0	0%
12	Memberi pelatihan perlindungan usaha (hak cipta/paten)	4	100	0	0%
<b>4. Program Pendampingan Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Melakukan pendampingan aspek manajerial (tata kelola)	2	50%	2	50%
2	Melakukan pendampingan aspek manajemen pemasaran	2	50%	2	50%
3	Melakukan pendampingan aspek manajemen produksi	3	75%	1	25%
4	Melakukan pendampingan aspek manajemen keuangan/Akuntansi	2	50%	2	50%
5	Melakukan pendampingan aspek keterampilan SDM	2	50%	2	50%
6	Melakukan pendampingan aspek Perekrutan usaha	2	50%	2	50%
7	Melakukan pendampingan aspek promosi/pameran	3	75%	1	25%
8	Melakukan pendampingan pemanfaatan aspek IT	2	50%	2	50%
9	Melakukan pendampingan akses permodalan	2	50%	2	50%
10	Melakukan pendampingan akses kemitraan (memitran)	2	50%	2	50%
11	Melakukan pendampingan perijinan usaha/legalitas	2	50%	2	50%
12	Melakukan pendampingan perlindungan usaha (hak cipta)	2	50%	2	50%
<b>5. Bina Mitra Dalam Pengembangan UMKM</b>					
1	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Pariwisata	2	50%	2	50%
2	Melakukan koordinasi program terpadu dengan Lembaga Perbankan	4	100	0	0%
3	Melakukan koordinasi program dengan Perguruan Tinggi	2	50%	2	50%
4	Melakukan koordinasi program dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama	2	50%	2	50%
5	Melakukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata terkait dengan pengelolaan UMKM	3	75%	1	25%
6	Melakukan kerjasama dengan Lembaga Perbankan terkait UMKM	4	100	0	0%
7	Melakukan kerjasama dengan Perguruan Tinggi terkait UMKM	2	50%	2	50%

8	Melakukan kerjasama dengan tokoh masyarakat terkait UMKM	1	25%	3	75%
9	Melakukan kajian bersama dengan Dinas Pariwisata terkait UMKM	2	50%	2	50%
10	Melakukan kajian bersama dengan Perbankan yang terkait pengelolaan UMKM	2	50%	2	50%
11	Melakukan kajian bersama dengan Perguruan Tinggi yang terkait dengan pengelolaan UMKM	1	25%	3	75%
12	Melakukan kajian bersama dengan tokoh masyarakat terkait UMKM	2	50%	2	50%
13	Menjalankan program khusus dengan pelaku UMKM pada kawasan wisata religi	1	25%	3	75%
14	Melakukan klinik & pelatihan dengan UMKM kawasan wisata religi	1	25%	3	75%
15	Melakukan pendampingan dengan UMKM pada kawasan wisata religi	1	25%	3	75%

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa peran riil dinas koperasi dalam pengelolaan UMKM berdasarkan pada lima aspek yang diamati memiliki respon yang bervariasi atas pernyataan dengan jawaban “ya”. Dalam rancangan kuesioner jawaban “ya” menunjukkan makna telah melakukan peran yang positif terhadap upaya pengelolaan UMKM dengan arah yang benar atau mengarah pada tindakan yang efektif, oleh karena itu semakin banyak jawaban “ya” maka memberi makna yang baik artinya telah melakukan peran yang benar dalam pengelolaan UMKM. Jawaban “ya” di dalam kuesioner akan dipergunakan sebagai dasar menyusun *mapping* yang menggambarkan tentang karakteristik peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM. Jawaban “ya” dalam tabel diatas berada pada rentang prosentase yang tidak sama antara aspek satu dengan yang lainnya, maka untuk memudahkan memahami tabel tersebut dapat diringkas sebagai berikut:

- a. Kebijakan pengembangan, jawaban “ya” 75% -100% rata rata 94,2%
- b. Program klinik, jawaban “ya” 75% - 100% dengan rata rata 79,1%
- c. Program pelatihan, jawaban “ya” 50% - 100% dengan rata rata 83,3%
- d. Program pendampingan, jawaban “ya” 50% - 100% dengan tingkat rata rata 54,2%
- e. Bina mitra, jawaban “ya” 25% - 100% dengan rata rata 50,0%

Dari jawaban tersebut diatas menunjukkan masih perlunya perbaikan aspek program pendampingan dan bina mitra UMKM menjadi lebih baik dimasa yang akan datang, karena peran yang diberikan pada aspek tersebut masih berkisar pada rata rata sekitar 50%.

### 5.2.1.2 Peran Dinas Pariwisata

Peran dinas pariwisata menunjukkan suatu upaya riil yang dilakukan untuk mendorong bagaimana pengelolaan UMKM dapat berjalan menjadi lebih efektif dan menuju pada praktek manajemen yang layak untuk mengelola aktivitas bisnis /usahanya menjadi lebih berkembang. Mengacu pada proses triangulasi maka dapat diidentifikasi sub kajian yang meliputi: a) kebijakan dalam pengembangan UMKM, b) program layanan bagi UMKM, c) program pelatihan UMKM, d) program pendampingan UMKM serta e) program bina mitra dalam pengembangan sektor UMKM. Berdasarkan uraian tersebut dapat didesain suatu kuesioner dalam rangka menggali informasi yang relevan untuk mengungkapkan karakteristik peran dinas pariwisata dalam pengelolaan UMKM sekaligus disajikan jawaban nara sumber data dalam tabel 5.2 sebagai berikut:

**Tabel 5.2: Karakteristik Peran Dinas Pariwisata**

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya	%	Tdk	%
<b>1. Kebijakan Pengembangan UMKM</b>					
1	Memiliki kebijakan untuk mendorong pengembangan UMKM dan Pariwisata	1	25%	3	75%
2	Kebijakan yang menyangkut aspek manajerial (tata kelola usaha) UMKM	1	25%	3	75%
3	Kebijakan yang menyangkut aspek manajemen pemasaran	1	25%	3	75%
4	Kebijakan menyangkut aspek manajemen industri kreatif	2	50%	2	50%
5	Kebijakan yang menyangkut aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	2	50%	2	50%
6	Kebijakan menyangkut aspek kompetensi/keterampilan sumber daya manusia	2	50%	2	50%
7	Kebijakan menyangkut aspek Perekayasaan/desain usaha	1	25%	3	75%
8	Kebijakan yang menyangkut aspek promosi/memfasilitasi pameran	3	75%	1	25%
9	Kebijakan yang menyangkut pemanfaatan aspek teknologi informasi	1	25%	3	75%

10	Kebijakan yang menyangkut aspek permodalan	2	50%	2	50%
11	Kebijakan yang menyangkut dengan aspek kemitraan (memitrakan)	2	50%	2	50%
12	Kebijakan menyangkut aspek perijinan usaha/legalitas	2	50%	2	50%
13	Kebijakan yang menyangkut perlindungan pada dunia usaha (hak cipta/paten)	2	50%	2	50%
<b>2. Program Klinik Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Melakukan klinik yang terkait aspek manajerial (tata kelola usaha) UMKM dan Pariwisata	1	25%	3	75%
2	Melakukan klinik terkait aspek manajemen pemasaran	2	50%	2	50%
3	Melakukan klinik terkait aspek manajemen industri kreatif	2	50%	2	50%
4	Melakukan klinik terkait aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	2	50%	2	50%
5	Melakukan klinik terkait aspek kompetensi /keterampilan SDM	2	50%	2	50%
6	Melakukan klinik terkait aspek Perekayasaan /desain usaha	1	25%	3	75%
7	Melakukan klinik yang terkait aspek promosi produk/ memfasilitasi keikut sertaan dalam pameran	2	50%	2	50%
8	Melakukan klinik terkait pemanfaatan aspek teknologi informasi	2	50%	2	50%
9	Melakukan klinik terkait akses permodalan	2	50%	2	50%
10	Melakukan klinik terkait akses kemitraan (memitrakan)	2	50%	2	50%
11	Melakukan klinik terkait perijinan usaha/legalitas	2	50%	2	50%
12	Melakukan klinik terkait perlindungan usaha (hak cipta/ paten)	2	50%	2	50%
<b>3. Program Pelatihan Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Memberi pelatihan aspek manajerial (tata kelola usaha) UMKM dan pariwisata	2	50%	2	50%
2	Memberi pelatihan aspek manajemen pemasaran	2	50%	2	50%
3	Memberi pelatihan aspek manajemen industri kreatif	2	50%	2	50%
4	Memberi pelatihan aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	2	50%	2	50%
5	Memberi pelatihan aspek kompetensi/keterampilan SDM	2	50%	2	50%
6	Memberi pelatihan aspek Perekayasaan/desain usaha	2	50%	2	50%
7	Memberi pelatihan aspek promosi/memfasilitasi pameran	3	75%	1	25%
8	Memberi pelatihan pemanfaatan aspek IT	2	50%	2	50%
9	Memberi pelatihan akses permodalan	2	50%	2	50%
10	Memberi pelatihan akses kemitraan (memitrakan)	2	50%	2	50%
11	Memberi pelatihan perijinan usaha/legalitas	2	50%	2	50%
12	Memberi pelatihan perlindungan usaha (hak cipta /paten)	2	50%	2	50%
<b>4. Program Pendampingan Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Melakukan pendampingan aspek manajerial (tata	1	25%	3	75%

	kelola)				
2	Melakukan pendampingan aspek manajemen pemasaran	1	25%	3	75%
3	Melakukan pendampingan aspek manajemen pada industri kreatif	3	75%	2	50%
4	Melakukan pendampingan aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	2	50%	2	50%
5	Melakukan pendampingan aspek keterampilan SDM	2	50%	2	50%
6	Melakukan pendampingan aspek Perekayasaan usaha	1	25%	3	75%
7	Melakukan pendampingan aspek promosi/pameran	2	50%	2	50%
8	Melakukan pendampingan pemanfaatan aspek IT	2	50%	2	50%
9	Melakukan pendampingan akses permodalan	2	50%	2	50%
10	Melakukan pendampingan akses kemitraan (memitrakan)	2	50%	2	50%
11	Melakukan pendampingan perijinan usaha/legalitas	2	50%	2	50%
12	Melakukan pendampingan perlindungan usaha (paten)	2	50%	2	50%
<b>5. Bina Mitra Dalam Pengembangan UMKM</b>					
1	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Koperasi & UMKM	2	50%	2	50%
2	Melakukan koordinasi program terpadu dengan Lembaga Perbankan	1	25%	3	75%
3	Melakukan koordinasi program dengan Perguruan Tinggi	2	50%	2	50%
4	Melakukan koordinasi program dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama	2	50%	2	50%
5	Melakukan kerjasama dengan Dinas Koperasi yang terkait pengembangan UMKM	2	50%	2	50%
6	Melakukan kerjasama dengan Lembaga Perbankan terkait UMKM	1	25%	3	75%
7	Melakukan kerjasama dengan lembaga Perguruan Tinggi yang terkait dengan pengembangan UMKM	1	25%	3	75%
8	Melakukan kerjasama dengan tokoh masyarakat/pemuka agama	1	25%	3	75%
9	Melakukan kajian bersama dengan Dinas Koperasi terkait UMKM	2	50%	2	50%
10	Melakukan kajian bersama dengan lembaga Perbankan terkait dengan pengembangan UMKM	1	25%	3	75%
11	Melakukan kajian bersama dengan lembaga Perguruan Tinggi terkait dengan pengembangan UMKM	1	25%	3	75%
12	Melakukan kajian bersama dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama	2	50%	2	50%
13	Menjalankan program khusus dengan pelaku pariwisata kawasan wisata religi	3	75%	1	25%
14	Mengadakan klinik dan pelatihan dgn pelaku pariwisata pada kawasan wisata religi	2	50%	2	50%
15	Menjalankan program pendampingan dengan pelaku pariwisata pada kawasan wisata religi	2	50%	2	50%

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa peran riil dinas pariwisata dalam pengelolaan UMKM berdasarkan pada lima aspek yang diamati memiliki respon yang bervariasi atas pernyataan dengan jawaban “ya”. Dalam rancangan kuesioner jawaban “ya” menunjukkan makna telah melakukan peran yang positif terhadap upaya pengelolaan UMKM dengan arah yang benar atau mengarah pada tindakan yang efektif, oleh karena itu semakin banyak jawaban “ya” maka memberi makna yang baik artinya telah melakukan peran yang benar dalam pengelolaan UMKM. Jawaban “ya” di dalam kuesioner akan dipergunakan sebagai dasar menyusun *mapping* yang menggambarkan tentang karakteristik peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM. Jawaban “ya” dalam tabel diatas berada pada rentang prosentase yang tidak sama antara aspek satu dengan yang lainnya, maka untuk memudahkan memahami tabel tersebut dapat diringkaskan sebagai berikut:

- a. Kebijakan pengembangan, dengan jawaban “ya” 25% -75% dengan tingkat rata rata 42,3%
- b. Program klinik, jawaban “ya” 25% - 50% dengan rata rata 45,8%
- c. Program pelatihan, jawaban “ya” 50% - 75% dengan rata rata 52,1%
- d. Program pendampingan, jawaban “ya” 25% - 50% dengan tingkat rata rata 45,8%
- e. Bina mitra, jawaban “ya” 25% - 75% dengan rata rata 41,7%

Dari jawaban tersebut diatas menunjukkan masih perlunya perbaikan kelima aspek peran dinas pariwisata dalam pengelolaan UMKM agar menjadi lebih baik, karena peran yang diberikan pada kelima aspek tersebut masih berkisar pada rata rata sekitar 45%, kecuali program pelatihan yang berada pada angka 52,1%, sedangkan program kebijakan pengembangan UMKM berada pada angka rata rata 42,3%, bahkan program bina mitra pengembangan UMKM hanya berada pada angka rata rata sekitar 41,7%. Data tersebut menunjukkan bahwa dinas pariwisata harus melakukan perbaikan pada kelima aspek tersebut agar perannya menjadi lebih optimal.

### 5.2.1.3 Peran Lembaga Perbankan

Peran lembaga perbankan menunjukkan suatu upaya riil yang dilakukan untuk mendorong bagaimana pengelolaan UMKM dapat berjalan menjadi lebih efektif dan menuju pada praktek manajemen yang layak untuk mengelola aktivitas bisnis/usahanya menjadi lebih baik. Mengacu pada proses triangulasi maka dapat diidentifikasi sub kajian/amatan yang meliputi: a) kebijakan dalam pengembangan UMKM, b) program penyaluran dan pengelolaan kredit bagi UMKM, c) program klinik bagi UMKM, d) program pendampingan UMKM, e) program bina mitra dalam pengembangan UMKM. Berdasarkan uraian tersebut dapat didesain suatu kuesioner dalam rangka menggali informasi yang relevan untuk mengungkapkan karakteristik atas peran lembaga perbankan dalam pengelolaan UMKM khususnya pengelolaan dana pasca persetujuan kredit yang diberikan oleh lembaga perbankan serta pengembangan usaha UMKM di masa mendatang. Adapun jawaban dari nara sumber dapat disajikan dalam tabel 5.3 sebagai berikut:

**Tabel 5.3 : Karakteristik Peran Lembaga Perbankan**

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya	%	Tdk	%
<b>1. Kebijakan Pengembangan UMKM</b>					
1	Memiliki kebijakan strategis dalam rangka mendorong pengembangan UMKM	12	100	0	0%
2	Kebijakan untuk mendorong penerapan manajerial (tata kelola usaha)	9	75%	3	25%
3	Memiliki kebijakan untuk mendorong penerapan yang terkait dengan manajemen pemasaran	10	83%	2	17%
4	Kebijakan yang mendorong penerapan manajemen industri kreatif	8	67%	4	33%
5	Memiliki kebijakan untuk mendorong penerapan terkait manajemen keuangan/Akuntansi	10	83%	2	17%
6	Memiliki kebijakan mendorong peningkatan kompetensi/ keterampilan SDM	8	67%	4	17%
7	Memiliki kebijakan untuk mendorong pengembangan Perakayasaan/desain usaha	8	67%	4	17%
8	Kebijakan mendorong melakukan promosi/ memfasilitasi pameran	7	58%	5	42%
9	Kebijakan mendorong penggunaan teknologi informasi	4	33%	8	67%
10	Kebijakan mendorong pemanfaatan akses permodalan	10	83%	2	17%
11	Kebijakan mendorong melakukan kemitraan	7	58%	5	42%



	(memitran)				
12	Kebijakan mendorong pengurusan perijinan usaha/legalitas	8	67%	4	33%
13	Kebijakan mendorong pengurusan hak cipta/paten	6	50%	6	50%
<b>2. Program Penyaluran dan Pengelolaan Kredit UMKM</b>					
1	Menyediakan kredit modal kerja (jangka pendek) untuk UMKM	12	75%	0	25%
2	Menyediakan kredit investasi (jangka panjang) untuk UMKM	8	67%	4	33%
3	Menyediakan kredit UMKM, tanpa persyaratan aset tetap	8	67%	4	33%
4	Menyediakan kredit UMKM, dengan jaminan kelayakan usaha	6	50%	6	50%
5	Melakukan kunjungan ke lokasi usaha pasca pemberian kredit	8	67%	4	33%
6	Melakukan monitoring atas penggunaan kredit oleh pelaku UMKM	11	92%	1	8%
7	Evaluasi perkembangan usaha pelaku UMKM minimal setahun sekali	10	83%	2	17%
8	Evaluasi jumlah kredit UMKM minimal sekali dalam satu tahun	10	83%	2	17%
9	Menyediakan konsultasi pengajuan kredit bagi pelaku UMKM	10	83%	2	17%
10	Menyediakan konsultasi untuk pengelolaan kredit yang diterima	10	83%	2	17%
11	Menyediakan konsultasi untuk pengembangan usaha bagi pelaku UMKM	6	50%	6	50%
12	Menyediakan bimbingan saat UMKM sedang menghadapi kesulitan bisnis/usaha	5	42%	7	58%
<b>3. Program Klinik Manajemen Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Menyediakan klinik terkait aspek manajerial (tata kelola usaha)	4	33%	8	67%
2	Menyediakan klinik terkait aspek manajemen pemasaran	4	33%	8	67%
3	Menyediakan klinik terkait aspek manajemen industri kreatif	3	25%	9	75%
4	Menyediakan klinik terkait aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	6	50%	6	50%
5	Menyediakan klinik terkait aspek kompetensi/keterampilan sumber daya manusia	3	25%	9	75%
6	Menyediakan klinik yang terkait aspek Perekayaan/ desain usaha	4	33%	8	67%
7	Menyediakan klinik terkait aspek promosi/memfasilitasi pameran	4	33%	8	67%
8	Menyediakan klinik terkait pemanfaatan aspek teknologi informasi	4	33%	8	67%
9	Menyediakan klinik terkait akses permodalan	8	67%	4	33%
10	Menyediakan klinik terkait akses kemitraan (memitran)	3	25%	9	75%
11	Menyediakan klinik terkait perijinan usaha/legalitas	3	25%	9	75%
12	Menyediakan klinik yang terkait perlindungan usaha (hak cipta/paten)	2	17%	10	83%

<b>4. Program Kunjungan/Pendampingan Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Memberi pendampingan aspek manajerial (tata kelola)	3	25%	9	75%
2	Memberi pendampingan aspek manajemen pemasaran	4	33%	8	67%
3	Memberi pendampingan aspek manajemen industri kreatif	2	17%	10	83%
4	Memberi pendampingan aspek manajemen keuangan/ Akt	6	50%	6	50%
5	Memberi pendampingan aspek keterampilan SDM	5	42%	7	58%
6	Memberi pendampingan aspek Perencanaan usaha	3	25%	9	75%
7	Memberi pendampingan aspek promosi/pameran	5	42%	7	58%
8	Memberi pendampingan pemanfaatan aspek IT	2	17%	10	83%
9	Memberi pendampingan akses permodalan	10	83%	2	17%
10	Memberi pendampingan akses kemitraan (memitracan)	5	42%	7	58%
11	Memberi pendampingan perijinan usaha/legalitas	3	25%	9	75%
12	Memberi pendampingan perlindungan usaha (paten)	4	33%	8	67%
<b>5. Bina Mitra Dalam Pengembangan UMKM</b>					
1	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Koperasi & UMKM	3	25%	9	75%
2	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Pariwisata	2	17%	10	83%
3	Melakukan koordinasi program dengan Perguruan Tinggi	2	17%	10	83%
4	Melakukan koordinasi program terpadu dengan tokoh masyarakat/pemuka agama/lembaga lain	2	17%	10	83%
5	Melakukan kerjasama dengan Dinas Koperasi terkait dengan pengembangan UMKM	3	25%	9	75%
6	Melakukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata terkait dengan pengembangan UMKM	2	17%	10	83%
7	Melakukan kerjasama dengan Perguruan Tinggi terkait dengan pengembangan UMKM	5	42%	7	58%
8	Melakukan kerjasama dengan tokoh masyarakat/pemuka agama/lembaga lain	2	17%	10	83%
9	Melakukan kajian bersama dengan Dinas Koperasi terkait dengan pengembangan UMKM	4	33%	8	67%
10	Melakukan kajian bersama dengan Dinas Pariwisata terkait dengan pengembangan UMKM	3	25%	9	75%
11	Melakukan kajian bersama dengan Perguruan Tinggi terkait dengan pengembangan UMKM	4	33%	8	67%
12	Melakukan kajian bersama dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama/lembaga lain	2	17%	10	83%
13	Menjalankan program khusus terkait pengembangan UMKM pada kawasan wisata religi	1	8%	11	92%
14	Menjalankan program klinik dan pelatihan dgn pelaku UMKM pada kawasan wisata religi	1	8%	11	92%
15	Menjalankan program pendampingan terkait dengan pengembangan UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur	1	8%	11	92%

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa peran riil lembaga perbankan dalam pengelolaan UMKM berdasarkan pada lima aspek yang diamati memiliki respon yang bervariasi atas pernyataan dengan jawaban “ya”. Dalam rancangan kuesioner jawaban “ya” menunjukkan makna telah melakukan peran yang positif terhadap upaya pengelolaan UMKM dengan arah yang benar atau mengarah pada tindakan yang efektif, oleh karena itu semakin banyak yang memberi jawaban “ya” maka memberi makna yang baik artinya telah melakukan peran yang benar dalam pengelolaan UMKM.

Jawaban “ya” di dalam kuesioner nantinya akan dipergunakan sebagai dasar untuk menyusun *mapping* yang menggambarkan tentang karakteristik peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM. Jawaban “ya” dalam tabel diatas berada pada rentang prosentase yang tidak sama antara aspek satu dengan yang lainnya, maka untuk memudahkan memahami tabel tersebut dapat diringkas sebagai berikut:

- a. Kebijakan pengembangan, jawaban “ya” 33% -100% rata rata 63,5%
- b. Program penyaluran kredit, jawaban “ya” 42% - 92% rata rata 72,2%
- c. Program klinik manajemen, jawaban “ya” 17% - 67% rata rata 31,9%
- d. Program pendampingan, jawaban “ya” 17% - 83% dengan tingkat rata rata 36,1%
- e. Bina mitra, jawaban “ya” 8% - 42% dengan rata rata 20,6%

Dari jawaban tersebut diatas menunjukkan masih perlunya perbaikan pada peran lembaga perbankan dalam pengelolaan UMKM menjadi lebih baik, karena peran yang diberikan pada tiga aspek tersebut masih berkisar pada rata rata dibawah angka 50% yaitu program klinik manajemen 31,9%, program pendampingan angka rata ratanya sekitar 36,1% bahkan untuk aspek bina mitra dalam pengembangan UMKM hanya pada angka 20,56%. Sesuai dengan fungsinya lembaga perbankan telah memainkan perannya dengan baik pada aspek penyaluran dan pengelolaan kredit dengan angka rata rata berkisar 72,2%, peran ini pun dapat memberi imbas yang positif pada pengembangan usaha UMKM.

### 5.2.1.4 Peran Perguruan Tinggi

Peran lembaga perguruan tinggi menunjukkan suatu upaya riil yang dapat dilakukan untuk mendorong bagaimana pengelolaan UMKM dapat berjalan menjadi lebih efektif dan menuju pada praktek manajemen yang layak untuk mengelola aktivitas bisnis/usahanya menjadi lebih baik. Mengacu pada proses triangulasi maka dapat diidentifikasi sub kajian yaitu: a) kebijakan kurikulum kewirausahaan dan magang bagi mahasiswa, b) program klinik/layanan bagi UMKM, c) program pelatihan bagi UMKM, d) program pendampingan UMKM, e) program bina mitra dalam pengembangan UMKM, f) program riset dan pengembangan bagi UMKM dan g) publikasi ilmiah terkait dengan UMKM. Berdasarkan uraian tersebut dapat di desain suatu kuesioner dalam rangka menggali informasi yang relevan untuk mengungkapkan karakteristik peran perguruan tinggi dalam pengembangan pengelolaan UMKM dan model manajemen yang diimplementasikan oleh para *stakeholder* dan pelaku UMKM, selanjutnya jawaban dari nara sumber dapat disajikan dalam tabel 5.4 sebagai berikut:

**Tabel 5.4: Karakteristik Peran Perguruan Tinggi**

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya	%	Tdk	%
<b>1. Kebijakan Kurikulum Kewirausahaan &amp; Program Magang</b>					
1	Mata Kuliah Kewirausahaan masuk dalam kurikulum program studi	27	100	0	0%
2	Mata Kuliah Kewirausahaan memberi praktek langsung di lapangan	27	100	0	0%
3	Program magang pada kelompok UMKM masuk dalam kurikulum	10	37%	17	63%
4	Program studi mendesain khusus materi program magang/ praktek	7	26%	20	74%
5	Materi Magang meliputi aspek manajemen Pemasaran, manajemen keuangan, manajemen SDM dan Manajemen keuangan/akuntansi	12	44%	15	56%
6	Program magang pada kelompok UMKM sudah dijalankan selama tiga tahun terakhir (tahun 2016, 2017 dan tahun 2018)	10	37%	17	63%
7	Program magang pada kelompok UMKM sudah dilakukan secara berkelanjutan (2016 - 2018) pada tempat yang sama	3	11%	24	89%
8	Program magang selama tiga tahun terakhir ( tahun 2016 - 2018) pada kelompok UMKM telah mencapai target yang diinginkan oleh Prodi	7	26%	22	74%
9	Program magang pada kelompok UMKM diikuti	5	19%	22	81%

	oleh 4-8 mahasiswa				
10	Program magang oleh mahasiswa disediakan dosen pendamping yang memiliki pemahaman yang memadai tentang bisnis UMKM	10	37%	17	63%
11	Laporan hasil magang mahasiswa dijadikan umpan balik bagi pelaku UMKM (dilakukan sosialisasi hasil magang)	10	37%	17	63%
12	Laporan hasil magang mahasiswa dijadikan rujukan untuk mendesain program lanjutan Prodi dalam pengembangan UMKM	7	26%	20	74%
13	Pelaksanaan program magang selalu dievaluasi setiap akhir tahun oleh Prodi dalam rangka pengembangan manajemen UMKM	7	26%	20	74%
14	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung kebijakan kurikulum kewirausahaan dan program magang sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	3	11%	24	89%
<b>2. Program Klinik Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Program studi sudah memiliki sentra pelayanan/klinik UMKM	3	11%	24	89%
2	Sentra pelayanan/klinik UMKM sudah menjadi bagian dari struktur organisasi formal dari Fakultas Ekonomi/program studi	3	11%	24	89%
3	Sentra pelayanan/klinik UMKM sudah ada sejak tiga tahun terakhir	3	11%	24	89%
4	Sentra pelayanan/klinik UMKM telah dikelola oleh unit sendiri yang pengelolannya tidak merangkap jabatan struktural di fakultas/prodi	0	0%	27	100
5	Sentra pelayanan/klinik UMKM dikelola oleh dosen atau profesi lain yang memiliki pengetahuan yang mumpuni tentang bisnis UMKM	5	19%	22	81%
6	Sentra pelayanan/klinik UMKM memberi pelayanan yang meliputi aspek manajemen pemasaran, aspek manajemen operasional, aspek manajemen SDM dan manajemen keuangan/akuntansi	7	26%	20	74%
7	Sentra pelayanan/klinik UMKM memberi pelayanan dengan jadwal reguler setiap minggu (jadwal hari dan jam yang sudah diatur)	3	11%	24	89%
8	Sentra pelayanan/klinik UMKM memberi pelayanan manajemen hanya di kampus saja sesuai jadwal yang telah ditentukan	3	11%	24	89%
9	Sentra pelayanan/klinik UMKM juga memberi pelayanan manajemen langsung di tempat UMKM sesuai prioritas yang disepakati bersama	7	26%	20	74%
10	Sentra pelayanan/klinik UMKM telah mengintegrasikan program layanan manajemen dengan program magang mahasiswa secara reguler	3	11%	24	89%
11	Sentra pelayanan/klinik UMKM telah menjalin kemitraan dengan dinas koperasi, lembaga perbankan, unit koperasi, dinas pariwisata	0	0%	27	100
12	Kegiatan sentra pelayanan/klinik UMKM selalu	3	11%	24	89%

	dievaluasi program kerjanya setiap tahun agar dapat mengikuti perkembangan UMKM				
13	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung program klinik bagi pelaku UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	0	0%	27	100
<b>3. Program Pelatihan Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Prodi ini memiliki program pelatihan manajemen untuk UMKM	3	11%	24	89%
2	Pelatihan manajemen untuk UMKM melibatkan dosen atau profesi lain yang memiliki pengetahuan mumpuni dengan aktivitas UMKM	3	11%	24	89%
3	Program pelatihan manajemen untuk pelaku UMKM meliputi aspek manajemen pemasaran, operasional, SDM dan keuangan/akuntansi	3	11%	24	89%
4	Program pelatihan manajemen telah dilakukan selama tiga tahun terakhir (2016-2018) dengan jadwal yang teratur dan berkelanjutan	0	0%	27	100
5	Program pelatihan manajemen merupakan bagian dari program sentra layanan/klinik UMKM yang dimiliki oleh fakultas/program studi	0	0%	27	100
6	Program pelatihan manajemen UMKM, juga diminati oleh pelaku UMKM lain melalui permintaan secara langsung dan formal	3	11%	24	89%
7	Program pelatihan manajemen memberi manfaat positif bagi pelaku UMKM dan pengembangan usahanya	3	11%	24	89%
8	Program pelatihan manajemen juga menjalin mitra dengan dinas koperasi & UMKM, perbankan, dinas pariwisata, koperasi dan lainnya	3	11%	24	89%
9	Program pelatihan manajemen selalu dievaluasi program kerjanya setiap tahun agar dapat mengikuti perkembangan bisnis UMKM	3	11%	24	89%
10	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung program pelatihan bagi pelaku UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	0	0%	27	100
<b>4. Program Pendampingan Bagi Pelaku UMKM</b>					
1	Prodi ini memiliki program pendampingan manajemen untuk pelaku UMKM	10	37%	17	63%
2	Program pendampingan manajemen untuk UMKM telah melibatkan dosen/profesi lain yang memiliki pengetahuan mumpuni terkait aktivitas UMKM	10	37%	17	63%
3	Program pendampingan manajemen untuk pelaku UMKM meliputi aspek manajemen pemasaran, operasional, SDM dan keuangan/akt	10	37%	17	63%
4	Program pendampingan manajemen telah dilakukan selama tiga tahun terakhir (2016-2018) dengan jadwal yang teratur dan berkelanjutan	7	26%	20	74%
5	Program pendampingan manajemen merupakan bagian dari program sentra layanan/klinik UMKM yang dimiliki fakultas/program studi	0	0%	27	100
6	Program pendampingan manajemen untuk UMKM, juga diminati oleh pelaku UMKM lain melalui	3	11%	24	89%

	permintaan secara langsung dan formal				
7	Program pendampingan manajemen telah memberi manfaat positif bagi pelaku UMKM dan pengembangan usahanya	7	26%	20	74%
8	Program pendampingan manajemen juga menjalin mitra dengan dinas koperasi, lembaga perbankan, dinas koperasi, dinas pariwisata dan lainnya	10	37%	17	63%
9	Program pendampingan manajemen dievaluasi program kerjanya setiap tahun agar dapat mengikuti perkembangan bisnis UMKM	7	26%	22	74%
10	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung program pendampingan bagi pelaku UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	0	0%	27	100
<b>5. Bina Mitra Dalam Pengembangan UMKM</b>					
1	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Koperasi & UMKM	0	0%	27	100
2	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	0	0%	27	100
3	Melakukan koordinasi program Prodi dengan Lembaga perbankan/instansi lain	5	19%	22	81%
4	Melakukan koordinasi program dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama/pelaku bisnis	3	11%	24	89%
5	Memiliki program kerjasama dengan Dinas Koperasi dan UMKM	0	0%	27	100
6	Memiliki program kerjasama dengan Dinas Pariwisata & Kebudayaan	0	0%	27	100
7	Memiliki program kerjasama dengan Lembaga perbankan/ instansi lain	5	19%	22	81%
8	Memiliki program kerjasama dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama/pelaku bisnis	3	11%	24	89%
9	Kajian bersama dengan Dinas Koperasi & UMKM	0	0%	27	100
10	Kajian bersama dengan Dinas Pariwisata & Kebudayaan	0	0%	27	100
11	Kajian bersama dengan Lembaga perbankan/instansi lain	0	0%	27	100
12	Kajian bersama dengan tokoh masyarakat/pemuka agama	3	11%	24	89%
13	Memiliki program khusus dengan Sentra UMKM kawasan wisata religi	0	0%	27	100
14	Mengadakan program klinik & pelatihan dengan UMKM kawasan wisata religi	3	11%	24	89%
15	Melakukan program pendampingan dengan UMKM pada kawasan wisata religi	3	11%	24	89%
16	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung program bina mitra untuk pengembangan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	0	0%	27	100
<b>6. Program Riset &amp; Pengembangan UMKM</b>					
1	Fakultas/Program studi memiliki tema/topik riset unggulan dibidang Koperasi dan UMKM	10	37%	17	63%
2	Tema/topik riset unggulan fakultas/prodi selalu	5	19%	22	89%

	dievaluasi minimal lima tahun sekali				
3	Tema/riset unggulan bidang koperasi dan UMKM meliputi aspek manajemen UMKM, aspek strategi pengembangan UMKM, daya saing UMKM, optimalisasi UMKM dan pemberdayaan UMKM	7	26%	20	74%
4	Memiliki kelompok dosen (1-3 dosen) yang fokus risetnya dibidang Koperasi dan UMKM	7	26%	20	74%
5	Program studi memiliki 2-5 dosen yang <i>roadmap</i> penelitiannya fokus pada bidang koperasi dan UMKM selama kurun waktu tiga tahun terakhir (2016-2018)	5	19%	22	89%
6	Dosen program studi ini telah menghasilkan 2-5 judul penelitian per tahun terkait dengan tema/topik koperasi dan UMKM selama kurun waktu tiga tahun terakhir (2016-2018)	7	26%	20	74%
7	Setiap dosen program studi memiliki <i>roadmap</i> dan tema penelitian yang disinkronkan dengan penulisan skripsi mahasiswanya minimal untuk kurun waktu satu tahun (dua semester)	10	37%	17	63%
8	Program studi ini memiliki 2-4 dosen yang <i>roadmap</i> penelitiannya terkait dengan judul skripsi mahasiswanya dengan tema koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	5	19%	22	89%
9	Program studi telah menghasilkan judul skripsi 3-6 per tahun dengan fokus kajian koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	5	19%	22	89%
10	Program studi ini memiliki program <i>joint reasearch</i> antara dosen dan mahasiswanya dengan tema kajian koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	5	19%	22	89%
11	<i>Joint reasearch</i> antara dosen dan mahasiswa di program studi ini telah menghasilkan penelitian 2-5 judul pertahun terkait tema koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	5	19%	22	89%
12	<i>Roadmap</i> penelitian dosen terkait dengan tema skripsi mahasiswanya selalu dievaluasi minimal dua tahun sekali	7	26%	20	74%
13	Tujuan evaluasi <i>roadmap</i> penelitian dosen, <i>roadmap</i> dan tema skripsi mahasiswa karena satu keinginan untuk mengikuti pengembangan dan kebutuhan bisnis UMKM	12	44%	15	56%
14	Hasil riset dosen dan mahasiswa yang dimiliki program studi ini selalu diimplementasikan untuk memberi manfaat langsung bagi pelaku UMKM melalui program pengabdian masyarakat.	10	37%	17	63%
15	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung program riset dan pengembangan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	3	11%	24	89%
<b>7. Publikasi Ilmiah Tentang UMKM</b>					
1	Program studi ini telah mentargetkan publikasi karya ilmiah dosennya antara 2-5 judul pertahun pada jurnal nasional/internasional terkait tema koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir	10	37%	17	63%



	(2016-2018)				
2	Program studi ini telah menargetkan penyusunan buku ajar terkait dengan tema koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	5	19%	22	89%
3	Program studi ini telah menargetkan dosennya menjadi nara sumber/pembicara dalam seminar internasional/ nasional terkait tema koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	10	37%	17	63%
4	Program studi ini telah menargetkan hak cipta (HKI) atas karya ilmiah dosennya terkait dengan koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	3	11%	24	89%
5	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung publikasi karya ilmiah dosennya antara 2-5 judul pertahun pada jurnal nasional/internasional terkait tema UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	3	11%	24	89%
6	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung penyusunan buku ajar terkait dengan koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	3	11%	24	89%
7	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung dosennya menjadi nara sumber/pembicara dalam seminar nasional/internasional terkait koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	5	19%	22	81%
8	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung hak cipta (HKI) atas karya ilmiah dosennya terkait dengan koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	3	11%	24	89%

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa peran riil yang dilakukan oleh lembaga perguruan tinggi terhadap pengelolaan UMKM berdasarkan tujuh aspek yang diamati memiliki respon yang bervariasi atas pernyataan dengan jawaban “ya”. Dalam rancangan kuesioner ini jawaban “ya” menunjukkan makna telah melakukan peran yang positif terhadap upaya pengelolaan UMKM dengan arah yang benar atau mengarah pada tindakan yang efektif, oleh karena itu semakin banyak yang memberi jawaban “ya” memberi arti perannya sudah baik dan benar.

Jawaban “ya” di dalam kuesioner nantinya akan dipergunakan sebagai dasar untuk menyusun *mapping* yang menggambarkan tentang

karakteristik peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM. Jawaban “ya” dalam tabel diatas berada pada rentang prosentase yang tidak sama antara aspek satu dengan yang lainnya, maka untuk memudahkan memahami tabel tersebut dapat diringkas sebagai berikut:

- a. Kebijakan kurikulum, jawaban “ya” 11% -100% dengan tingkat rata rata 38,4%
- b. Program klinik UMKM, jawaban “ya” 0% - 26% dengan rata rata 5,8%
- c. Program pelatihan UMKM, jawaban “ya” 0% - 11% dengan tingkat rata rata 7,8%
- d. Program pendampingan, jawaban “ya” 0% - 37% dengan tingkat rata rata 24,1%
- e. Bina mitra, jawaban “ya” 0% - 19% dengan rata rata 5,8%
- f. Program riset, jawaban “ya” 11% - 44% dengan rata rata 25,4%
- g. Publikasi ilmiah, jawaban “ya” 11% - 37% dengan rata rata 19,4%

Dari jawaban tersebut diatas menunjukkan masih perlunya perbaikan pada ketujuh aspek peran dari lembaga perguruan tinggi didalam pengelolaan UMKM agar menjadi lebih baik, karena peran yang dilakukan terhadap ketujuh aspek tersebut masih berkisar pada rata rata dibawah angka 40%. Bahkan untuk aspek program klinik, program pelatihan dan program bina mitra memiliki angka rata rata dibawah 8,0%. Program pendampingan, program riset dan publikasi karya ilmiah memiliki angka rata rata dibawah 26%, jadi perguruan tinggi harus melakukan redesain dalam pengembangan pengelolaan UMKM, hal ini untuk mendukung implementasi tridarma perguruan tinggi yang riil dan bermartabat bagi masyarakat.

### **5.2.2 Mapping Peran Stakeholder Dalam Pengelolaan UMKM**

Tahapan ini bertujuan untuk pemetakan/*mapping* peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi. Tujuan dari *Mapping* ini adalah untuk menggambarkan karakteristik peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM, sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan dalam merumuskan suatu model optimalisasi peran *stakeholder* dalam

pengelolaan UMKM yang efektif. Berdasarkan jawaban responden (nara sumber) atas pernyataan dengan memberi jawaban “ya”, maka selanjutnya dipergunakan untuk menyusun *mapping* peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang telah dilakukan selama ini terhadap praktek pengelolaan UMKM 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%

Untuk mengungkap peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dapat di nyatakan kedalam empat peran: a) dinas koperasi, b) dinas pariwisata, c) lembaga perbankan dan d) lembaga perguruan tinggi. Berdasarkan pemetakan/*mapping* atas jawaban responden selanjutnya dapat dipergunakan sebagai rujukan dalam merumuskan “Model peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang efektif”, oleh karena itu *mapping* ini sangat berguna untuk mengenali karakteristik aspek peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM. Untuk menggambarkan secara detail atas jawaban pernyataan “ya” dan *mapping*nya dapat ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

### 5.2.2.1 Peran Dinas Koperasi dan UMKM

Merujuk pada tabel 5.1 atas jawaban pernyataan “ya” maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori rendah, sedang dan tinggi, sehingga dapat di-*mapping*kan peran Dinas Koperasi dan UMKM sebagaimana yang dapat ditampilkan pada tabel 5.5. Untuk memetakan kondisi riil tentang kelima aspek peran dinas koperasi yang dikontribusikan selama ini dapat ditampilkan dalam tabel 5.5 sebagai berikut:

**Tabel 5.5: Mapping Peran Dinas Koperasi**

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah $\leq 34\%$	Sedang 35-68%	Tinggi 69-100%
<b>I. Kebijakan Pengembangan UMKM</b>				
1	Memiliki kebijakan untuk mendorong pengembangan UMKM	-	-	100%

2	Kebijakan yang menyangkut aspek manajerial (tata kelola usaha)	-	-	75%
3	Kebijakan yang menyangkut aspek manajemen pemasaran	-	-	100%
4	Kebijakan menyangkut aspek manajemen produksi	-	-	100%
5	Kebijakan yang menyangkut aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	-	-	75%
6	Kebijakan menyangkut aspek kompetensi/keterampilan Sumber Daya Manusia	-	-	100%
7	Kebijakan menyangkut aspek Perencanaan/desain usaha	-	-	100%
8	Kebijakan yang menyangkut aspek promosi/memfasilitasi pameran	-	-	100%
9	Kebijakan yang menyangkut pemanfaatan aspek teknologi informasi	-	-	100%
10	Kebijakan yang menyangkut aspek akses permodalan	-	-	100%
11	Kebijakan yang menyangkut pada aspek kemitraan/akses memitirakan pelaku UMKM	-	-	75%
12	Kebijakan yang menyangkut aspek legalitas usaha atau aspek perijinan	-	-	100%
13	Kebijakan yang menyangkut pada perlindungan usaha (hak cipta/paten)	-	-	100%
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	-	94,2%
<b>II. Program Klinik Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Melakukan klinik yang terkait dengan aspek manajerial (tata kelola usaha)	-	-	75%
2	Melakukan klinik terkait aspek manajemen pemasaran	-	-	75%
3	Melakukan klinik terkait aspek manajemen produksi	-	-	100%
4	Melakukan klinik terkait aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	-	-	75%
5	Melakukan klinik terkait aspek kompetensi/keterampilan SDM	-	-	75%
6	Melakukan klinik terkait aspek Perencanaan/desain usaha	-	-	75%
7	Melakukan klinik terkait aspek promosi/memfasilitasi pameran	-	-	100%
8	Melakukan klinik terkait pemanfaatan aspek teknologi informasi	-	-	75%
9	Melakukan klinik terkait akses permodalan	-	-	75%
10	Melakukan klinik terkait akses kemitraan (memitirakan)	-	-	75%
11	Melakukan klinik terkait perijinan usaha/legalitas	-	-	75%
12	Melakukan klinik terkait perlindungan usaha (hak cipta/ paten)	-	-	75%
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	-	79,2%
<b>III. Program Pelatihan Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Memberi pelatihan aspek manajerial (tata kelola usaha)	-	-	100%
2	Memberi pelatihan aspek manajemen pemasaran	-	-	100%

3	Memberi pelatihan aspek manajemen produksi	-	-	100%
4	Memberi pelatihan aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	-	-	75%
5	Memberi pelatihan aspek kompetensi/keterampilan SDM	-	-	100%
6	Memberi pelatihan aspek Perekayasaan/desain usaha	-	50%	-
7	Memberi pelatihan aspek promosi/memfasilitasi pameran	-	-	100%
8	Memberi pelatihan pemanfaatan aspek IT	-	50%	-
9	Memberi pelatihan akses permodalan	-	50%	-
10	Memberi pelatihan akses kemitraan (memitrakan)	-	-	75%
11	Memberi pelatihan perijinan usaha/legalitas	-	-	100%
12	Memberi pelatihan perlindungan usaha (hak cipta/paten)	-	-	100%
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	50,0%	94,4%
<b>IV. Program Pendampingan Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Melakukan pendampingan aspek manajerial (tata kelola)	-	50%	-
2	Melakukan pendampingan aspek manajemen pemasaran	-	50%	-
3	Melakukan pendampingan aspek manajemen produksi	-	-	75%-
4	Melakukan pendampingan aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	-	50%	-
5	Melakukan pendampingan aspek keterampilan SDM	-	50%	-
6	Melakukan pendampingan aspek Perekayasaan usaha	-	50%	-
7	Melakukan pendampingan aspek promosi/pameran	-	-	75%
8	Melakukan pendampingan pemanfaatan aspek IT	-	50%	-
9	Melakukan pendampingan akses permodalan	-	50%	-
10	Melakukan pendampingan akses kemitraan (memitrakan)	-	50%	-
11	Melakukan pendampingan perijinan usaha/legalitas	-	50%	-
12	Melakukan pendampingan perlindungan usaha (hak cipta)	-	50%	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	50,0%	75,0%
<b>V. Bina Mitra Dalam Pengembangan UMKM</b>				
1	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Pariwisata	-	50%	-
2	Melakukan koordinasi program terpadu dengan Lembaga Perbankan	-	-	100%
3	Melakukan koordinasi program dengan Perguruan Tinggi	-	50%	-
4	Melakukan koordinasi program dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama	-	50%	-
5	Melakukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata terkait dengan pengelolaan UMKM	-	-	75%
6	Melakukan kerjasama dengan Lembaga Perbankan terkait UMKM	-	-	100%
7	Melakukan kerjasama dengan Perguruan Tinggi	-	50%	-

	terkait UMKM			
8	Melakukan kerjasama dengan tokoh masyarakat terkait UMKM	25%	-	-
9	Melakukan kajian bersama dengan Dinas Pariwisata terkait UMKM	-	50%	-
10	Melakukan kajian bersama dengan Perbankan yang terkait pengelolaan UMKM	-	50%	-
11	Melakukan kajian bersama dengan Perguruan Tinggi yang terkait dengan pengelolaan UMKM	25%	-	-
12	Melakukan kajian bersama dengan tokoh masyarakat terkait UMKM	-	50%	-
13	Menjalankan program khusus dengan pelaku UMKM pada kawasan wisata religi	25%	-	-
14	Melakukan klinik & pelatihan dengan UMKM kawasan wisata religi	25%	-	-
15	Melakukan pendampingan dengan UMKM pada kawasan wisata religi	25%	-	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	25,0%	50,0%	91,7%

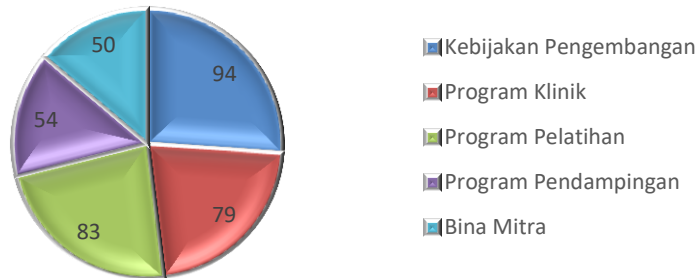
Sumber: Diolah oleh Penulis

*Mapping* atas jawaban “ya” dari responden menggambarkan suatu keadaan riil bahwa *stakeholder* telah melakukan perannya dalam pengelolaan UMKM pada arah yang benar, oleh karena itu semakin besar prosentase jawaban “ya” berarti menunjukkan peran *stakeholder* semakin optimal dalam mendukung pengelolaan UMKM. Berdasarkan *mapping* tersebut diatas dapat dijelaskan keterkaitan peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dalam angka prosentase rata rata sebagai berikut:

- a. Kebijakan pengembangan, rata rata responden menjawab “ya” 94,2%
- b. Program klinik UMKM, rata rata responden menjawab “ya” 79,2%
- c. Program pelatihan UMKM, rata rata responden menjawab “ya” 83,3%
- d. Program pendampingan, rata rata responden menjawab “ya” 54,2%
- e. Bina mitra, rata rata responden menjawab “ya” 50,0%

Program pendampingan dan program bina mitra pengembangan, selama ini masih belum dilakukan secara optimal karena dari jawaban “ya” dari narasumber baru menunjukkan angka rata rata sekitar 50% sehingga perlu meningkatkan peran dinas koperasi dimasa mendatang. Untuk memberikan gambaran lebih jelas tentang posisi peran *stakeholder* yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, maka dapat ditampilkan melalui gambar 5.1 sebagai berikut:

### Mapping Peran Dinas Koperasi Dalam Pengelolaan UMKM



**Gambar 5.1: Peran Dinas Koperasi Dalam Pengelolaan UMKM**

Hasil *mapping* gambar 5.1 menunjukkan bahwa perumusan dalam model ini perlu menekankan pentingnya mengembangkan program pendampingan dan bina mitra yang harus dilakukan oleh dinas koperasi, agar perannya kedepan dalam pengelolaan UMKM menjadi lebih optimal dan dapat memberi kontribusi riil bagi kemajuan bisnis UMKM. Program pendampingan atas hasil pelatihan memerlukan sumberdaya yang cukup besar baik menyangkut waktu, tenaga, pikiran dan biaya, oleh karena itu perlunya kerjasama dengan lembaga lain untuk mengoptimalkan perannya dalam mendukung pengelolaan UMKM.

#### 5.2.2.2 Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Merujuk pada tabel 5.2 atas jawaban pernyataan “ya” maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori rendah, sedang dan tinggi, sehingga dapat di-*mapping*kan peran Dinas Pariwisata sebagaimana yang ditampilkan seperti tabel 5.6. Dari pemetakaan ini dapat dipergunakan untuk memahami karakteristik peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mengemban peran strategisnya dalam pengelolaan UMKM. Untuk memetakan kondisi riil tentang kelima aspek peran dinas pariwisata yang di kontribusikan selama ini dapat ditampilkan dalam tabel 5.6 sebagai berikut:

**Tabel 5.6: Mapping Peran Dinas Pariwisata**

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah ≤ 34%	Sedang 35-68%	Tinggi 69-100%
<b>I. Kebijakan Pengembangan UMKM</b>				
1	Memiliki kebijakan untuk mendorong pengembangan UMKM dan Pariwisata	25%	-	-
2	Kebijakan yang menyangkut aspek manajerial (tata kelola usaha) UMKM	25%	-	-
3	Kebijakan yang menyangkut aspek manajemen pemasaran	25%	-	-
4	Kebijakan menyangkut aspek manajemen industri kreatif	-	50%	-
5	Kebijakan yang menyangkut aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	-	50%	-
6	Kebijakan yang menyangkut aspek kompetensi/keterampilan sumber daya manusia	-	50%	-
7	Kebijakan menyangkut aspek Perencanaan/desain usaha	25%	-	-
8	Kebijakan yang menyangkut aspek promosi/memfasilitasi pameran	-	-	75%
9	Kebijakan yang menyangkut pemanfaatan aspek teknologi informasi	25%	-	-
10	Kebijakan yang menyangkut aspek permodalan	-	50%	-
11	Kebijakan yang menyangkut dengan aspek kemitraan (memitran)	-	50%	-
12	Kebijakan menyangkut aspek perijinan usaha/legalitas	-	50%	-
13	Kebijakan yang menyangkut perlindungan pada dunia usaha (hak cipta/paten)	-	50%	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	25,0%	50,0%	75,0%
<b>II. Program Klinik Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Melakukan klinik yang terkait aspek manajerial (tata kelola usaha) UMKM dan Pariwisata	25%	-	-
2	Melakukan klinik terkait aspek manajemen pemasaran	-	50%	-
3	Melakukan klinik terkait aspek manajemen industri kreatif	-	50%	-
4	Melakukan klinik terkait aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	-	50%	-
5	Melakukan klinik terkait aspek kompetensi/keterampilan SDM	-	50%	-
6	Melakukan klinik terkait aspek Perencanaan/desain usaha	25%	-	-
7	Melakukan klinik yang terkait aspek promosi produk/ memfasilitasi keikut sertaan dalam pameran	-	50%	-
8	Melakukan klinik terkait pemanfaatan aspek teknologi informasi	-	50%	-
9	Melakukan klinik terkait akses permodalan	-	50%	-
10	Melakukan klinik terkait akses kemitraan (memitran)	-	50%	-



11	Melakukan klinik terkait perijinan usaha/legalitas	-	50%	-
12	Melakukan klinik terkait perlindungan usaha (hak cipta/ paten)	-	50%	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	25,0%	50,0%	-
<b>III. Program Pelatihan Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Memberi pelatihan aspek manajerial (tata kelola usaha) UMKM dan pariwisata	-	50%	-
2	Memberi pelatihan aspek manajemen pemasaran	-	50%	-
3	Memberi pelatihan aspek manajemen industri kreatif	-	50%	-
4	Memberi pelatihan aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	-	50%	-
5	Memberi pelatihan aspek kompetensi/keterampilan SDM	-	50%	-
6	Memberi pelatihan aspek Perekayaan/desain usaha	-	50%	-
7	Memberi pelatihan aspek promosi/memfasilitasi pameran	-	-	75%
8	Memberi pelatihan pemanfaatan aspek IT	-	50%	-
9	Memberi pelatihan akses permodalan	-	50%	-
10	Memberi pelatihan akses kemitraan (memitirkan)	-	50%	-
11	Memberi pelatihan perijinan usaha/legalitas	-	50%	-
12	Memberi pelatihan perlindungan usaha (hak cipta/paten)	-	50%	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	50,0%	75,0%
<b>IV. Program Pendampingan Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Melakukan pendampingan aspek manajerial (tata kelola)	25%	-	-
2	Melakukan pendampingan aspek manajemen pemasaran	25%	-	-
3	Melakukan pendampingan aspek manajemen pada industri kreatif	-	-	75%
4	Melakukan pendampingan aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	-	50%	-
5	Melakukan pendampingan aspek keterampilan SDM	-	50%	-
6	Melakukan pendampingan aspek Perekayaan usaha	25%	-	-
7	Melakukan pendampingan aspek promosi/pameran	-	50%	-
8	Melakukan pendampingan pemanfaatan aspek IT	-	50%	-
9	Melakukan pendampingan akses permodalan	-	50%	-
10	Melakukan pendampingan akses kemitraan (memitirkan)	-	50%	-
11	Melakukan pendampingan perijinan usaha/legalitas	-	50%	-
12	Melakukan pendampingan perlindungan usaha	-	50%	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	25,0%	50,0%	75,0%
<b>V. Bina Mitra Dalam Pengembangan UMKM</b>				
1	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Koperasi & UMKM	-	50%	-
2	Melakukan koordinasi program terpadu dengan Lembaga Perbankan	25%	-	-
3	Melakukan koordinasi program dengan Perguruan	-	50%	-

	Tinggi			
4	Melakukan koordinasi program dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama	-	50%	-
5	Melakukan kerjasama dengan Dinas Koperasi yang terkait pengembangan UMKM	-	50%	-
6	Melakukan kerjasama dengan Lembaga Perbankan terkait UMKM	25%	-	-
7	Melakukan kerjasama dengan lembaga Perguruan Tinggi yang terkait dengan pengembangan UMKM	25%	-	-
8	Melakukan kerjasama dengan tokoh masyarakat/pemuka agama	25%	-	-
9	Melakukan kajian bersama dengan Dinas Koperasi terkait UMKM	-	50%	-
10	Melakukan kajian bersama dengan lembaga Perbankan terkait dengan pengembangan UMKM	25%	-	-
11	Melakukan kajian bersama dengan lembaga Perguruan Tinggi terkait dengan pengembangan UMKM	25%	-	-
12	Melakukan kajian bersama dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama	-	50%	-
13	Menjalankan program khusus dengan pelaku pariwisata kawasan wisata religi	-	-	75%
14	Mengadakan klinik dan pelatihan dgn pelaku pariwisata pada kawasan wisata religi	-	50%	-
15	Menjalankan program pendampingan dengan pelaku pariwisata pada kawasan wisata religi	-	50%	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	25,0%	50,0%	75,0%

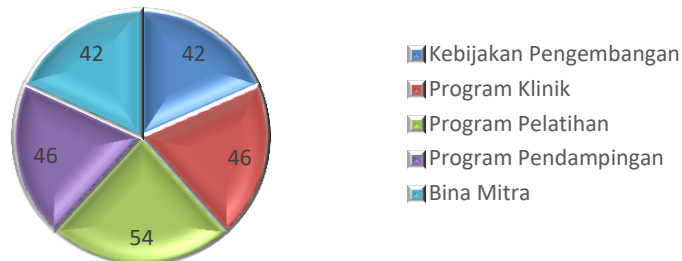
Sumber: Diolah oleh Penulis

*Mapping* atas jawaban “ya” dari responden menggambarkan suatu keadaan riil bahwa *stakeholder* telah melakukan perannya dalam pengelolaan UMKM pada arah yang benar, oleh karena itu semakin besar prosentase jawaban “ya” berarti menunjukkan peran *stakeholder* semakin optimal. Berdasarkan *mapping* tersebut diatas dapat dijelaskan keterkaitan peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dengan prosentase rata rata sebagai berikut:

- a. Kebijakan pengembangan, rata rata responden menjawab “ya” 42,3%
- b. Program klinik UMKM, rata rata responden menjawab “ya” 45,8%
- c. Program pelatihan UMKM, rata rata responden menjawab “ya” 54,2%
- d. Program pendampingan, rata rata responden menjawab “ya” 45,8%
- e. Bina mitra, rata rata responden menjawab “ya” 41,7%

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang posisi peran *stakeholder* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, maka dapat ditampilkan melalui gambar 5.2 sebagai berikut:

## Mapping Peran Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan UMKM



**Gambar 5.2: Peran Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan UMKM**

Hasil *mapping* gambar 5.2 menunjukkan bahwa perumusan dalam model ini harus menekankan pentingnya mengembangkan lima aspek yang dilakukan oleh dinas pariwisata, agar perannya kedepan dalam pengelolaan UMKM menjadi lebih optimal dan dapat memberi kontribusi riil bagi pengembangan UMKM serta mendorong kemandirian UMKM menuju bisnis yang kuat dan dinamis.

### 5.2.2.3 Peran Lembaga Perbankan

Merujuk pada tabel 5.3 atas jawaban pernyataan “ya” maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori rendah, sedang dan tinggi, sehingga dapat di-*mapping*kan peran lembaga perbankan sebagaimana yang ditampilkan seperti tabel 5.7. Pemetakan kondisi riil tentang kelima aspek peran lembaga perbankan tersebut dapat dipergunakan untuk memahami karakteristik terkait dengan kontribusi peran lembaga perbankan dalam mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM selama ini, oleh karena itu peran strategis lembaga perbankan harus dioptimalkan agar akses sumberdana yang selama ini menjadi kendala bagi sektor UMKM dapat segera memberi solusi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak khususnya menyangkut *collateral* sebagai jaminan atas pinjaman dana, selanjutnya *mapping* tersebut dapat di tampilkan dalam tabel 5.7 sebagai berikut:

**Tabel 5.7: Mapping Peran Lembaga Perbankan**

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		≤ 34%	35-68%	69-100%
<b>I. Kebijakan Pengembangan UMKM</b>				
1	Memiliki kebijakan strategis dalam rangka mendorong pengembangan UMKM	-	-	100%
2	Kebijakan untuk mendorong penerapan manajerial (tata kelola usaha)	-	-	75%
3	Memiliki kebijakan untuk mendorong penerapan yang terkait dengan manajemen pemasaran	-	-	83%
4	Kebijakan yang mendorong penerapan manajemen industri kreatif	-	67%	-
5	Memiliki kebijakan untuk mendorong penerapan terkait manajemen keuangan/Akuntansi	-	-	83%
6	Memiliki kebijakan mendorong peningkatan kompetensi/ keterampilan SDM	-	67%	-
7	Memiliki kebijakan untuk mendorong pengembangan Perencanaan/desain usaha	-	67%	-
8	Kebijakan mendorong melakukan promosi/memfasilitasi pameran	-	58%	-
9	Kebijakan mendorong penggunaan teknologi informasi	33%	-	-
10	Kebijakan mendorong pemanfaatan akses permodalan	-	-	83%
11	Kebijakan mendorong melakukan kemitraan (memitran)	-	58%	-
12	Kebijakan mendorong pengurusan perijinan usaha/legalitas	-	67%	-
13	Kebijakan mendorong pengurusan hak cipta/paten	-	50%	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	33,0%	62,0%	85,4%
<b>II. Program Penyaluran &amp; Pengelolaan Kredit UMKM</b>				
1	Menyediakan kredit modal kerja (jangka pendek) untuk UMKM	-	-	79%
2	Menyediakan kredit investasi (jangka panjang) untuk UMKM	-	67%	-
3	Menyediakan kredit UMKM, tanpa persyaratan aset tetap	-	67%	-
4	Menyediakan kredit UMKM, dengan jaminan kelayakan usaha	-	50%	-
5	Melakukan kunjungan ke lokasi usaha pasca pemberian kredit	-	67%	-
6	Melakukan monitoring atas penggunaan kredit oleh pelaku UMKM	-	-	92%
7	Evaluasi perkembangan usaha pelaku UMKM minimal setahun sekali	-	-	83%
8	Evaluasi jumlah kredit UMKM minimal sekali dalam satu tahun	-	-	83%
9	Menyediaan konsultasi pengajuan kredit bagi pelaku UMKM	-	-	83%
10	Menyediakan konsultasi untuk pengelolaan kredit yang diterima	-	-	83%

11	Menyediakan konsultasi untuk pengembangan usaha bagi pelaku UMKM	-	50%	-
12	Menyediakan bimbingan saat UMKM sedang menghadapi kesulitan bisnis/usaha	-	42%	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	57,2%	83,8%
<b>III. Program Klinik Manajemen Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Menyediakan klinik terkait aspek manajerial (tata kelola usaha)	33%	-	-
2	Menyediakan klinik terkait aspek manajemen pemasaran	33%	-	-
3	Menyediakan klinik terkait aspek manajemen industri kreatif	25%	-	-
4	Menyediakan klinik terkait aspek manajemen keuangan/ Akuntansi	-	50%	-
5	Menyediakan klinik terkait aspek kompetensi/keterampilan sumber daya manusia	25%	-	-
6	Menyediakan klinik yang terkait aspek Perekayasaan/ desain usaha	33%	-	-
7	Menyediakan klinik terkait aspek promosi/memfasilitasi pameran	33%	-	-
8	Menyediakan klinik terkait pemanfaatan aspek teknologi informasi	33%	-	-
9	Menyediakan klinik terkait akses permodalan	-	67%	-
10	Menyediakan klinik terkait akses kemitraan (memitirkan)	25%	-	-
11	Menyediakan klinik terkait perijinan usaha/legalitas	25%	-	-
12	Menyediakan klinik yang terkait perlindungan usaha (hak cipta/paten)	17%	-	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	28,2%	58,5%	-
<b>IV. Program Kunjungan/Pendampingan Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Memberi pendampingan aspek manajerial (tata kelola)	25%	-	-
2	Memberi pendampingan aspek manajemen pemasaran	33%	-	-
3	Memberi pendampingan aspek manajemen industri kreatif	17%	-	-
4	Memberi pendampingan aspek manajemen keuangan/Akt	-	50%	-
5	Memberi pendampingan aspek keterampilan SDM	-	42%	-
6	Memberi pendampingan aspek Perekayasaan usaha	25%	-	-
7	Memberi pendampingan aspek promosi/pameran	-	42%	-
8	Memberi pendampingan pemanfaatan aspek IT	17%	-	-
9	Memberi pendampingan akses permodalan	-	-	83%
10	Memberi pendampingan akses kemitraan (memitirkan)	-	42%	-
11	Memberi pendampingan perijinan usaha/legalitas pada sektor UMKM	25%	-	-
12	Memberi pendampingan perlindungan usaha (paten)	33%	-	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	25,0%	44,0%	83,0%
<b>V. Bina Mitra Dalam Pengembangan UMKM</b>				
1	Melakukan koordinasi program dengan Dinas	25%	-	-

	Koperasi & UMKM			
2	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Pariwisata	17%	-	-
3	Melakukan koordinasi program dengan Perguruan Tinggi	17%	-	-
4	Melakukan koordinasi program terpadu dengan tokoh masyarakat/pemuka agama/lembaga lain	17%	-	-
5	Melakukan kerjasama dengan Dinas Koperasi terkait dengan pengembangan UMKM	25%	-	-
6	Melakukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata terkait dengan pengembangan UMKM	17%	-	-
7	Melakukan kerjasama dengan Perguruan Tinggi terkait dengan pengembangan UMKM	-	42%	-
8	Melakukan kerjasama dengan tokoh masyarakat/pemuka agama/lembaga lain	17%	-	-
9	Melakukan kajian bersama dengan Dinas Koperasi terkait dengan pengembangan UMKM	33%	-	-
10	Melakukan kajian bersama dengan Dinas Pariwisata terkait dengan pengembangan UMKM	25%	-	-
11	Melakukan kajian bersama dengan Perguruan Tinggi terkait dengan pengembangan UMKM	33%	-	-
12	Melakukan kajian bersama dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama/lembaga lain	17%	-	-
13	Menjalankan program khusus terkait pengembangan UMKM pada kawasan wisata religi	8%	-	-
14	Menjalankan program klinik dan pelatihan dgn pelaku UMKM pada kawasan wisata religi	8%	-	-
15	Menjalankan program pendampingan terkait dengan pengembangan UMKM pada kawasan wisata religi	8%	-	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	7,9%	42,0%	-

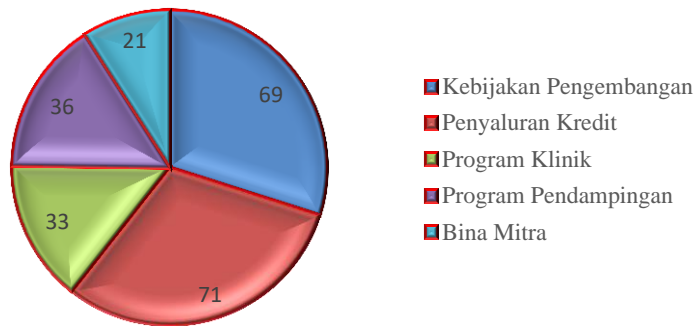
Sumber: Diolah oleh Penulis

*Mapping* atas jawaban “ya” dari responden menggambarkan suatu keadaan riil bahwa *stakeholder* telah melakukan perannya dalam pengelolaan UMKM pada arah yang benar, oleh karena itu semakin besar prosentase jawaban “ya” berarti menunjukkan peran *stakeholder* semakin optimal. Berdasarkan *mapping* tersebut diatas dapat dijelaskan keterkaitan peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dalam angka prosentase rata rata sebagai berikut:

- a. Kebijakan pengembangan, rata rata responden menjawab “ya” 68,5%
- b. Program penyaluran kredit, rata rata responden menjawab “ya” 70,5%
- c. Program klinik manajemen, rata rata responden menjawab “ya” 33,25%
- d. Program pendampingan, rata rata responden menjawab “ya” 36,2%
- e. Bina mitra, rata rata responden menjawab “ya” 20,6%

Untuk memberikan gambaran lebih rinci dan lengkap tentang posisi peran *stakeholder* yang dilakukan oleh lembaga perbankan dalam rangka mendukung terwujudnya pengelolaan UMKM yang memadai, maka dapat ditampilkan melalui gambar 5.3 sebagai berikut:

### *Mapping Peran Perbankan Dalam Pengelolaan UMKM*



**Gambar 5.3: Peran Lembaga Perbankan Dalam Pengelolaan UMKM**

Hasil *mapping* gambar 5.3 menunjukkan bahwa perumusan dalam model ini harus mengembangkan aspek klinik manajemen, aspek pendampingan dan aspek bina mitra menjadi lebih baik lagi. Peran perbankan masih belum optimal dalam memberi kontribusi terhadap pengelolaan UMKM, jika lembaga perbankan dapat mendorong perannya lebih baik lagi, tentunya kedepan akan memperoleh manfaat dari kemajuan bisnis UMKM sehingga dampaknya juga memberi kemajuan bagi lembaga perbankan itu sendiri.

#### **5.2.2.4 Peran Perguruan Tinggi**

Merujuk pada tabel 5.4 atas jawaban pernyataan “ya” maka dapat di kelompokkan menjadi tiga kategori rendah, sedang dan tinggi, sehingga dapat di-*mapping*kan peran lembaga perguruan tinggi sebagaimana yang ditampilkan seperti tabel 5.8. Pemetakan kondisi riil tentang tujuh aspek peran lembaga perguruan tinggi yang telah dikontribusikan dalam

mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM selama ini, selanjutnya mapping jawaban nara sumber dapat ditampilkan dalam tabel 5.8 sebagai berikut:

**Tabel 5.8: Mapping Peran Perguruan Tinggi**

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah ≤ 34%	Sedang 35-68%	Tinggi 69-100%
<b>I. Kebijakan Kurikulum Kewirausahaan &amp; Program Magang</b>				
1	Mata Kuliah Kewirausahaan masuk dalam kurikulum program studi	-	-	100%
2	Mata Kuliah Kewirausahaan memberi praktek langsung di lapangan	-	-	100%
3	Program magang pada kelompok UMKM masuk dalam kurikulum	-	37%	-
4	Program studi mendesain khusus materi program magang/ praktek	26%	-	-
5	Materi Magang meliputi aspek manajemen Pemasaran, manajemen keuangan, manajemen SDM dan Manajemen keuangan/akuntansi	-	44%	-
6	Program magang pada kelompok UMKM sudah dijalankan selama tiga tahun terakhir (tahun 2016, 2017 dan tahun 2018)	-	37%	-
7	Program magang pada kelompok UMKM sudah dilakukan secara berkelanjutan (2016 - 2018) pada tempat yang sama	11%	-	-
8	Program magang selama tiga tahun terakhir ( tahun 2016 - 2018) pada kelompok UMKM telah mencapai target yang diinginkan oleh Prodi	26%	-	-
9	Program magang pada kelompok UMKM diikuti oleh 4-8 mahasiswa	19%	-	-
10	Program magang oleh mahasiswa disediakan dosen pendamping yang memiliki pemahaman yang memadai tentang bisnis UMKM	-	37%	-
11	Laporan hasil magang mahasiswa dijadikan umpan balik bagi pelaku UMKM (dilakukan sosialisasi hasil magang)	-	37%	-
12	Laporan hasil magang mahasiswa dijadikan rujukan untuk mendesain program lanjutan Prodi dalam pengembangan UMKM	26%	-	-
13	Pelaksanaan program magang selalu dievaluasi setiap akhir tahun oleh Prodi dalam rangka pengembangan manajemen UMKM	26%	-	-
14	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung kebijakan kurikulum kewirausahaan dan program magang sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	11%	-	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	20,7%	38,6%	100%
<b>II. Program Klinik Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Program studi sudah memiliki sentra	11%	-	-



	pelayanan/klinik UMKM			
2	Sentra pelayanan/klinik UMKM sudah menjadi bagian dari struktur organisasi formal dari Fakultas Ekonomi/program studi	11%	-	-
3	Sentra pelayanan/klinik UMKM sudah ada sejak tiga tahun terakhir	11%	-	-
4	Sentra pelayanan/klinik UMKM telah dikelola oleh unit sendiri yang pengelolaannya tidak merangkap jabatan struktural di fakultas/prodi	0%	-	-
5	Sentra pelayanan/klinik UMKM dikelola oleh dosen atau profesi lain yang memiliki pengetahuan yang mumpuni tentang bisnis UMKM	19%	-	-
6	Sentra pelayanan/klinik UMKM memberi pelayanan yang meliputi aspek manajemen pemasaran, aspek manajemen operasional, aspek manajemen SDM dan manajemen keuangan/akuntansi	26%	-	-
7	Sentra pelayanan/klinik UMKM memberi pelayanan dengan jadwal reguler setiap minggu (jadwal hari dan jam yang sudah diatur)	11%	-	-
8	Sentra pelayanan/klinik UMKM memberi pelayanan manajemen hanya di kampus saja sesuai jadwal yang telah ditentukan	11%	-	-
9	Sentra pelayanan/klinik UMKM juga memberi pelayanan manajemen langsung di tempat UMKM sesuai prioritas yang disepakati bersama	26%	-	-
10	Sentra pelayanan/klinik UMKM telah mengintegrasikan program layanan manajemen dengan program magang mahasiswa secara reguler	11%	-	-
11	Sentra pelayanan/klinik UMKM telah menjalin kemitraan dengan dinas koperasi, lembaga perbankan, unit koperasi, dinas pariwisata	0%	-	-
12	Kegiatan sentra pelayanan/klinik UMKM selalu dievaluasi program kerjanya setiap tahun agar dapat mengikuti perkembangan UMKM	11%	-	-
13	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung program klinik bagi pelaku UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	0%	-	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	11,4%	-	-
<b>III. Program Pelatihan Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Prodi ini memiliki program pelatihan manajemen untuk UMKM	11%	-	-
2	Pelatihan manajemen untuk UMKM melibatkan dosen atau profesi lain yang memiliki pengetahuan mumpuni dengan aktivitas UMKM	11%	-	-
3	Program pelatihan manajemen untuk pelaku UMKM meliputi aspek manajemen pemasaran, operasional, SDM dan keuangan/akuntansi	11%	-	-
4	Program pelatihan manajemen telah dilakukan	0%	-	-

	selama tiga tahun terakhir (2016-2018) dengan jadwal yang teratur dan berkelanjutan			
5	Program pelatihan manajemen merupakan bagian dari program sentra layanan/klinik UMKM yang dimiliki oleh fakultas/program studi	0%	-	-
6	Program pelatihan manajemen UMKM, juga diminati oleh pelaku UMKM lain melalui permintaan secara langsung dan formal	11%	-	-
7	Program pelatihan manajemen memberi manfaat positif bagi pelaku UMKM dan pengembangan usahanya	11%	-	-
8	Program pelatihan manajemen juga menjalin mitra dengan dinas koperasi & UMKM, perbankan, dinas pariwisata, koperasi dan lainnya	11%	-	-
9	Program pelatihan manajemen selalu dievaluasi program kerjanya setiap tahun agar dapat mengikuti perkembangan bisnis UMKM	11%	-	-
10	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung program pelatihan bagi pelaku UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	0%	-	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	7,7%	-	-
<b>IV. Program Pendampingan Bagi Pelaku UMKM</b>				
1	Prodi ini memiliki program pendampingan manajemen untuk pelaku UMKM	-	37%	-
2	Program pendampingan manajemen untuk UMKM telah melibatkan dosen/profesi lain yang memiliki pengetahuan mumpuni terkait aktivitas UMKM	-	37%	-
3	Program pendampingan manajemen untuk pelaku UMKM meliputi aspek manajemen pemasaran, operasional, SDM dan keuangan/akt	-	37%	-
4	Program pendampingan manajemen telah dilakukan selama tiga tahun terakhir (2016-2018) dengan jadwal yang teratur dan berkelanjutan	26%	-	-
5	Program pendampingan manajemen merupakan bagian dari program sentra layanan/klinik UMKM yang dimiliki fakultas/program studi	0%	-	-
6	Program pendampingan manajemen untuk UMKM, juga diminati oleh pelaku UMKM lain melalui permintaan secara langsung dan formal	11%	-	-
7	Program pendampingan manajemen telah memberi manfaat positif bagi pelaku UMKM dan pengembangan usahanya	26%	-	-
8	Program pendampingan manajemen juga menjalin mitra dengan dinas koperasi, lembaga perbankan, dinas koperasi, dinas pariwisata dan lainnya	-	37%	-
9	Program pendampingan manajemen dievaluasi program kerjanya setiap tahun agar dapat mengikuti perkembangan bisnis UMKM	26%	-	-
10	Program studi ini telah menyediakan	0%	-	-

	pendanaan untuk mendukung program pendampingan bagi pelaku UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)			
	<i>Nilai Rata Rata</i>	8,9%	37,0%	-
<b>V. Bina Mitra Dalam Pengembangan UMKM</b>				
1	<b>8. Bina Mitra Dalam Pengembangan UMKM</b>	0%	-	-
2	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Koperasi & UMKM	0%	-	-
3	Melakukan koordinasi program dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	19%	-	-
4	Melakukan koordinasi program Prodi dengan Lembaga perbankan/instansi lain	11%	-	-
5	Melakukan koordinasi program dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama/pelaku bisnis	0%	-	-
6	Memiliki program kerjasama dengan Dinas Koperasi dan UMKM	0%	-	-
7	Memiliki program kerjasama dengan Dinas Pariwisata & Kebudayaan	19%	-	-
8	Memiliki program kerjasama dengan Lembaga perbankan/ instansi lain	11%	-	-
9	Memiliki program kerjasama dengan tokoh masyarakat/ pemuka agama/pelaku bisnis	0%	-	-
10	Kajian bersama dengan Dinas Koperasi & UMKM	0%	-	-
11	Kajian bersama dengan Dinas Pariwisata & Kebudayaan	0%	-	-
12	Kajian bersama dengan Lembaga perbankan/instansi lain	11%	-	-
13	Kajian bersama dengan tokoh masyarakat/pemuka agama	0%	-	-
14	Memiliki program khusus dengan Sentra UMKM kawasan wisata religi	11%	-	-
15	Mengadakan program klinik & pelatihan dengan UMKM kawasan wisata religi	11%	-	-
16	Melakukan program pendampingan dengan UMKM pada kawasan wisata religi	0%	-	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	5,8%	-	-
<b>VI. Program Riset &amp; Pengembangan UMKM</b>				
1	Fakultas/Program studi memiliki tema/topik riset unggulan dibidang Koperasi dan UMKM	-	37%	-
2	Tema/topik riset unggulan fakultas/prodi selalu dievaluasi minimal lima tahun sekali	19%	-	-
3	Tema/riset unggulan bidang koperasi dan UMKM meliputi aspek manajemen UMKM, aspek strategi pengembangan UMKM, daya saing UMKM, optimalisasi UMKM dan pemberdayaan UMKM	26%	-	-
4	Memiliki kelompok dosen (1-3 dosen) yang fokus risetnya dibidang Koperasi dan UMKM	26%	-	-
5	Program studi memiliki 2-5 dosen yang <i>roadmap</i> penelitiannya fokus pada bidang koperasi dan	19%	-	-

	UMKM selama kurun waktu tiga tahun terakhir (2016-2018)			
6	Dosen program studi ini telah menghasilkan 2-5 judul penelitian per tahun terkait dengan tema/topik koperasi dan UMKM selama kurun waktu tiga tahun terakhir (2016-2018)	26%	-	-
7	Setiap dosen program studi memiliki <i>roadmap</i> dan tema penelitian yang disinkronkan dengan penulisan skripsi mahasiswanya minimal untuk kurun waktu satu tahun (dua semester)	-	37%	-
8	Program studi ini memiliki 2-4 dosen yang <i>roadmap</i> penelitiannya terkait dengan judul skripsi mahasiswanya dengan tema koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	19%	-	-
9	Program studi telah menghasilkan judul skripsi 3-6 per tahun dengan fokus kajian koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	19%	-	-
10	Program studi ini memiliki program <i>joint reasearch</i> antara dosen dan mahasiswanya dengan tema kajian koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	19%	-	-
11	<i>Joint reasearch</i> antara dosen dan mahasiswa di program studi ini telah menghasilkan penelitian 2-5 judul pertahun terkait tema koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	19%	-	-
12	<i>Roadmap</i> penelitian dosen terkait dengan tema skripsi mahasiswanya selalu dievaluasi minimal dua tahun sekali	26%	-	-
13	Tujuan evaluasi <i>roadmap</i> penelitian dosen, <i>roadmap</i> dan tema skripsi mahasiswa karena satu keinginan untuk mengikuti pengembangan dan kebutuhan bisnis UMKM	-	44%	-
14	Hasil riset dosen dan mahasiswa yang dimiliki program studi ini selalu diimplementasikan untuk memberi manfaat langsung bagi pelaku UMKM melalui program pengabdian masyarakat.	-	37%	-
15	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung program riset dan pengembangan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	11%	-	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	20,8%	38,7%	-
<b>VII. Publikasi Ilmiah Tentang UMKM</b>				
1	Program studi ini telah menargetkan publikasi karya ilmiah dosennya antara 2-5 judul pertahun pada jurnal nasional/internasional terkait tema koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	-	37%	-
2	Program studi ini telah menargetkan penyusunan buku ajar terkait dengan tema koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	19%	-	-
3	Program studi ini telah menargetkan dosennya menjadi nara sumber/pembicara dalam seminar	-	37%	-

	internasional/ nasional terkait tema koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)			
4	Program studi ini telah menargetkan hak cipta (HKI) atas karya ilmiah dosennya terkait dengan koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	11%	-	-
5	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung publikasi karya ilmiah dosennya antara 2-5 judul pertahun pada jurnal nasional/internasional terkait tema koperasi dan UMKM sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	11%	-	-
6	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung penyusunan buku ajar terkait dengan koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	11%	-	-
7	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung dosennya menjadi nara sumber/pembicara dalam seminar nasional/ internasional terkait koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	19%	-	-
8	Program studi ini telah menyediakan pendanaan untuk mendukung hak cipta (HKI) atas karya ilmiah dosennya terkait dengan koperasi dan UMKM antara 2-5 judul pertahun sejak tiga tahun terakhir (2016-2018)	11%	-	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	13,7%	37,0%	-

Sumber: Diolah oleh Penulis

*Mapping* atas jawaban “ya” dari responden menggambarkan suatu keadaan riil bahwa *stakeholder* telah melakukan perannya dalam pengelolaan UMKM pada arah yang benar, oleh karena itu semakin besar prosentase jawaban “ya” berarti menunjukkan peran *stakeholder* semakin optimal. Berdasarkan *mapping* tersebut diatas dapat dijelaskan keterkaitan peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dalam angka prosentase rata rata sebagai berikut:

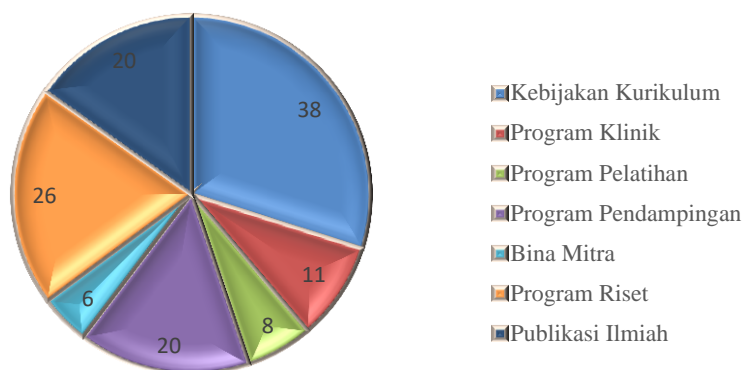
- a. Kebijakan kurikulum, rata rata responden menjawab “ya” 38,4%
- b. Program klinik manajemen, rata rata responden menjawab “ya” 11,4%
- c. Program klinik manajemen, rata rata responden menjawab “ya” 7,7%
- d. Program pendampingan, rata rata responden menjawab “ya” 20,0%
- e. Bina mitra, rata rata responden menjawab “ya” 5,80%

- f. Program riset, rata rata responden menjawab “ya” 25,6%
- g. Publikasi ilmiah, rata rata responden menjawab “ya” 19,5%

Berdasarkan pada prosentasi angka rata rata jawaban “ya” menunjukkan bahwa ketujuh aspek tersebut berada pada angka yang sangat rendah karena memiliki prosentase angka rata rata kurang dari 50%, bahkan untuk keenam aspek selain aspek kebijakan kurikulum prosentase nilainya masih dibawah angka 20%. Hal ini menunjukkan bahwa peran perguruan tinggi dalam rangka mendukung pengembangan pengelolaan UMKM melalui program teridarma perguruan tinggi masih sangat rendah. Program kebijakan kurikulum masih belum layak untuk memberi kontribusi riil bagi pengembangan pengelolaan UMKM, oleh karena itu perlu redesain kurikulum yang ter-*integrated* dengan program penelitian dan pengabdian kepada masyarakat melalui keterlibatan secara langsung dosen maupun mahasiswanya.

Untuk memberikan gambaran lebih jelas tentang posisi peran *stakeholder* yang dilakukan oleh lembaga perguruan tinggi, maka dapat ditampilkan melalui gambar 5.4 sebagai berikut:

**Mapping Peran Perguruan Tinggi Dalam Pengelolaan UMKM**



**Gambar 5.4: Peran Perguruan Tinggi Dalam Pengelolaan UMKM**

Hasil *mapping* gambar 5.4 menunjukkan bahwa perumusan dalam model ini perlunya untuk mengembangkan seluruh aspek lembaga

perguruan tinggi, agar perannya kedepan dalam pengelolaan UMKM akan menjadi lebih optimal dan dapat memberi kontribusi riil bagi kemajuan aktivitas UMKM.

### **5.2.3 Merumuskan Model Optimalisasi Peran *Stakeholder***

Berdasarkan pada *mapping* tersebut, maka dapat dilihat keseluruhan nilai dari pernyataan responden pada masing masing aspek dan indikator yang diamati, selanjutnya dilakukan reduksi data (memilih) yang relevan untuk dipergunakan sebagai acuan dalam penyusunan “Model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sentra UMKM” yang sesuai dengan karakteristik kawasan wisata religi. Pemilihan indikator dari setiap aspek didasarkan pada jawaban pernyataan “ya” yang masuk kategori rendah, karena isi pernyataannya ini menggambarkan peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM belum dilakukan dengan optimal, oleh karena itu perumusan ini bertujuan untuk menghasilkan suatu rumusan: “Model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang efektif” maka dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **5.2.3.1 Penentuan Titik Krusial Optimalisasi Peran *Stakeholder* Dalam Pengelolaan UMKM**

Penentuan titik krusial merupakan tahapan untuk menemukan aspek penting yang menjadi kelemahan terkait optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM, oleh karena itu pemetakan karakteristik yang terkait peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM harus dicermati secara seksama sekaligus dijadikan instrumen untuk mengidentifikasi indikator penting yang dipergunakan untuk merumuskan suatu model yang relevan dengan karakteristik UMKM yang berada di kawasan wisata religi Jawa Timur. Untuk memberikan dasar pemikiran yang sistematis dan logis keterkaitan antara titik kritis dan perumusan model dapat diuraikan secara detail sebagai berikut:

#### **1. Peran Dinas Koperasi dan UMKM**

*Mapping* karakteristik peran dinas koperasi dalam pengelolaan UMKM sebagaimana ditunjukkan pada tabel 5.5, maka dapat ditemukan

titik krusial yang sangat penting untuk diperhatikan dalam rangka merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dengan uraian sebagai berikut:

- a. Aspek pelatihan masih terdapat tiga titik krusial yang harus menjadi perhatian yaitu pelatihan perekayasaan usaha, pemanfaatan IT dan akses permodalan, kebetulan tiga titik krusial ini harus ada keterlibatan dengan institusi lainnya karena keterbatasan sumberdaya yang ada yang dimiliki oleh lembaga, sehingga di perlukan untuk membangun sinergi dengan institusi lainnya.
- b. Aspek pendampingan masih terdapat sepuluh titik krusial yang harus jadi pertimbangan serius khususnya menyangkut aspek pendampingan manajerial, hal ini tentu akan menyulitkan dinas koperasi untuk menyiapkan sumberdaya manusia yang mumpuni dan memadai dalam rangka memberi pendampingan langsung baik dalam pengaturan jadwal maupun keberlanjutannya.
- c. Aspek bina mitra masih terdapat 13 titik krusial yang harus menjadi perhatian, khusus bina mitra dengan UMKM kawasan wisata religi masih sangat rendah oleh karena itu melakukan satu sinergi dengan institusi lain merupakan jalan bijak yang dapat mengatasi beberapa titik lemah dalam aspek pendampingan dan aspek bina mitra sehingga optimalisasi peran dinas koperasi untuk mendorong pengembangan dan pengelolaan UMKM menjadi semakin jelas, baik dalam penentuan jadwalnya dan menjamin keberlanjutannya agar perannya menjadi lebih optimal dalam mendukung pengembangan pengelolaan UMKM.

## **2. Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan**

Hasil *Mapping* terkait dengan karakteristik peran dinas pariwisata dalam pengelolaan UMKM sebagaimana ditampilkan pada tabel 5.6, maka dapat di temukan titik krusial yang sangat penting untuk diperhatikan dalam rangka merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dapat diuraikan sebagai berikut:



- a. Aspek pengembangan masih memiliki 12 titik krusial yang harus mendapat perhatian khususnya terkait pengembangan manajerial, manajemen tatakelola, pemanfaatan IT, perekayasaan bisnis.
- b. Aspek klinik masih terdapat 12 titik krusial yang menyangkut pengembangan manajerial, manajemen, perekayasaan bisnis serta pemanfaatan IT.
- c. Aspek pelatihan masih terdapat 12 titik krusial yang harus menjadi perhatian yaitu semua unsur pelatihan masih sangat lemah.
- d. Aspek pendampingan masih terdapat 11 titik krusial yang harus menjadi pertimbangan serius khususnya menyangkut aspek pendampingan manajerial, hal ini tentu akan menyulitkan dinas koperasi untuk menyiapkan sumberdaya manusia yang mumpuni dan memadai dalam rangka memberi pendampingan langsung baik dalam pengaturan jadwal maupun keberlanjutannya.
- e. Aspek bina mitra masih terdapat 14 titik krusial yang harus menjadi perhatian, lebih khusus bina mitra dengan UMKM kawasan wisata religi masih sangat rendah, oleh karena itu melakukan satu sinergi dengan institusi lain merupakan jalan bijak untuk mengatasi beberapa titik lemah dalam aspek pendampingan dan aspek bina mitra sehingga optimalisasi peran dinas pariwisata mendorong pengembangan dan pengelolaan UMKM menjadi semakin jelas, baik dalam penentuan jadwalnya dan menjamin keberlanjutannya agar perannya menjadi lebih optimal.

### **3. Peran Lembaga Perbankan**

Mengacu hasil *Mapping* yang terkait dengan karakteristik peran lembaga perbankan dalam pengelolaan UMKM sebagaimana ditampilkan pada tabel 5.7 maka dapat di temukan titik krusial yang sangat penting untuk diperhatikan dalam rangka merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Aspek klinik manajemen masih terdapat 12 titik lemah,
- b. Aspek pendampingan terdapat 11 titik lemah
- c. Aspek bina mitra terdapat 15 titik lemah

Peran lembaga perbankan akan menjadi semakin strategis jika ada upaya riil melakukan sinergi dengan institusi lainnya khususnya dengan lembaga perguruan tinggi dalam menyediakan sumberdaya manusia, modal pengetahuan dan alokasi waktu yang memadai dan konsisten. Sinergi antar institusi harus menjadi langkah strategis dalam rangka menuju optimalisasi peran lembaga perbankan dalam pengembangan dan pengelolaan UMKM, oleh karena itu keterbatasan sumberdaya bukan suatu hambatan dalam meningkatkan peran institusi untuk kemajuan dan perkembangan ekonomi rakyat khususnya kemajuan UMKM. Aspek klinik manajemen, aspek pendampingan dan aspek bina mitra merupakan aspek yang sangat krusial bagi lembaga perbankan, hal ini disebabkan oleh tersedianya sumberdaya lembaga perbankan yang terbatas, oleh karena itu upaya optimalisasi peran *stakeholder* harus mampu mengungkap titik krusial yang dimilikinya, sekaligus menjadikan kelemahan itu sebagai suatu yang lebih baik dan bermanfaat untuk pengembangan dalam pengelolaan UMKM.

#### **4. Peran Lembaga Perguruan Tinggi**

Mengacu hasil *Mapping* yang terkait dengan karakteristik peran lembaga perguruan tinggi dalam pengelolaan UMKM sebagaimana ditampilkan pada tabel 5.8 maka dapat di temukan titik krusial yang sangat penting untuk diperhatikan dalam merumuskan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM. Peran perguruan tinggi dalam pengelolaan UMKM masih memiliki titik krusial pada seluruh aspeknya yaitu:

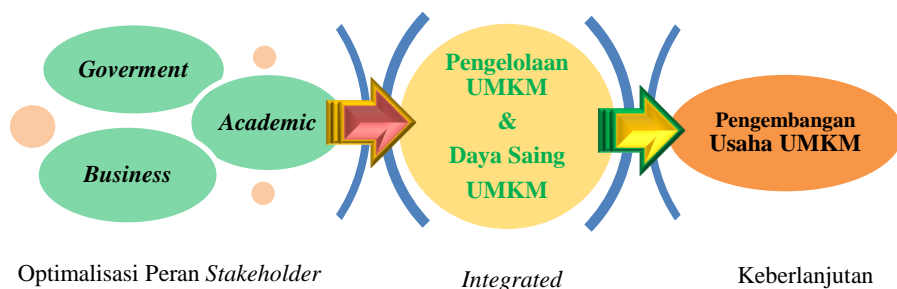
- a. Aspek kebijakan kurikulum & program magang terdapat 11 titik lemah
- b. Aspek klinik/sentra layanan manajemen terdapat 13 titik lemah
- c. Aspek program pelatihan terdapat 10 titik lemah
- d. Aspek program pendampingan terdapat 10 titik lemah
- e. Aspek program bina mitra untuk pengembangan terdapat 16 titik lemah
- f. Aspek program riset dan pengembangan UMKM terdapat 15 titik lemah
- g. Aspek publikasi ilmiah terkait tema UMKM terdapat 8 titik lemah

Mengacu pada titik krusial tersebut lembaga perguruan tinggi seharusnya melakukan reorientasi perannya dalam rangka mendorong pengembangan dan membantu pengelolaan dan kegiatan UMKM menjadi semakin baik sehingga menjadikan UMKM sebagai kekuatan ekonomi yang kuat dan mandiri.

### 5.2.3.2 Rumusan Model Optimalisasi Peran *Stakeholder* Dalam Pengelolaan UMKM

Mengacu pada titik krusial dalam pengelolaan sektor UMKM yang telah di uraikan tersebut diatas, maka dapat dirumuskan suatu model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang meliputi tiga tahapan yang terdiri dari:

- a. Redesain optimalisasi peran *stakeholder*
- b. Sinkronisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan sektorUMKM
- c. Keberlanjutan usaha



**Gambar 5.5: Model Optimalisasi Peran *Stakeholder* Dalam Pengelolaan UMKM**

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

### **1. Redesain Optimalisasi Peran *Stakeholder***

Merupakan langkah untuk mengidentifikasi berbagai peran yang dilakukan oleh *stakeholder* dengan mengarahkan pada aspek yang lebih optimal dalam upaya pengembangan pengelolaan UMKM yang lebih efektif. Redesain merupakan langkah menata kembali agar masing masing *stakeholder* mampu memainkan perannya menjadi lebih optimal untuk mendorong pengembangan UMKM yang sesuai dengan domain dan kompetensinya, sehingga mampu memberikan nilai kemanfaatan bagi pengelolaan UMKM menjadi lebih efektif dan mandiri.

### **2. Sinkronisasi Peran *Stakeholder***

Proses penyelarasan dan memadukan berbagai peran yang berbeda untuk hasil yang lebih optimal untuk implementasi manajemen UMKM, oleh karena itu diperlukan langkah sinergi dan ter-*integrated* melalui berbagai aktivitas program klinik layanan UMKM, program pelatihan manajemen, program pendampingan hasil pelatihan, bina mitra 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 dan implementasi manajemen bagi pelaku UMKM.

### **3. Keberlanjutan Usaha UMKM**

Merupakan kebutuhan untuk menjadikan UMKM lebih mandiri dan menyiapkan diri untuk menghadapi persaingan global dan perubahan bisnis yang bersifat dinamis, oleh karena itu keberlanjutan usaha merupakan representasi dari upaya pengembangan model dimasa mendatang karena tuntutan perubahan persaingan usaha, perubahan berbisnis dan penggunaan media bisnis, perkembangan bisnis yang mulai kompleks serta keinginan untuk lebih besar. Keberlanjutan usaha ini harus didukung oleh peran *stakeholder* melalui program riset terkait

dengan tema UMKM serta upaya untuk mempublikasi keberadaan UMKM melalui lembaga ilmiah baik lewat seminar maupun publikasi media lainnya, serta memberi klinik manajemen sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan dari UMKM.

#### **5.2.4 Pengujian Efektivitas Model**

Rumusan model tersebut belum diuraikan secara detail tentang operasional di lapangan, karena masih harus dilakukan 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 dimanfaatkan untuk dapat mengetahui persepsi dari pemangku kepentingan tentang model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang tentu diharapkan menjadi lebih baik dibanding dengan kondisi sebelumnya. Rekonstruksi situasi dianggap sebagai cara yang praktis, ekonomis dan efektif untuk mengungkap apa yang dirancang dalam suatu model, dengan cara mendesain kuesioner bertentuk pertanyaan tertutup. Kuesioner ini dibagikan kepada 27 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 optimalisasi peran *stakeholder*.

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 setiap kuesioner, sedangkan hasil pengukurannya menggunakan skala interval. Adapun tujuan dari desain pengukuran ini adalah ingin mengungkap tentang persepsi dari responden terkait dengan rumusan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM

secara obyektif agar hasilnya nanti dapat diterapkan untuk pemangku kepentingan dalam pengembangan aspek manajemen UMKM dimasa yang akan datang. Adapun tahapan dalam pengujian model dapat diuraikan secara sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi indikator yang ada didalam rumusan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM khususnya peran yang telah diberikan oleh pemangku kepentingan dalam pengembangan manajemen.
2. Menentukan jenis skala pengukuran yang ada didalam kuesioner dengan menggunakan skala Likert dan hasil pengukuran dengan menggunakan skala interval yaitu lima tingkatan/interval
3. Mendesain kuesioner yang terkait dengan pengungkapan persepsi pelaku usaha atas “Rumusan Model Optimalisasi Peran *Stakeholder* Dalam Pengelolaan UMKM”
4. Menyebarkan kuesioner kepada 27 responden (*purposive sampling*) yang berada di wilayah obyek yang diteliti (kota Tuban, Lamongan, Gresik dan Surabaya)
5. Melakukan tabulasi data terkait hasil jawaban dari 27 responden, sehingga dapat mengungkap tingkat efektivitas “Rumusan Model” sesuai dengan yang telah dipersepsi oleh responden atau *Stakeholder*, melalui data tabulasi dapat dibuat dasar tentang efektivitas model yang telah dirumuskan tersebut.
6. Melakukan telaah secara lebih mendalam tentang persepsi *stakeholder* 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 optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM” maka dapat disajikan dalam tabel 5.9 sebagai berikut:

**Tabel 5.9: Persepsi atas “Model Optimalisasi Peran *Stakeholder*”**

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden					Nilai (%)
		1	2	3	4	5	
<b>I. Peran Dinas Koperasi dan UMKM</b>							
1	Dinas Koperasi sebaiknya memiliki program	-	-	-	20	7	85,2

	klitik layanan manajemen untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif						
2	Dinas Koperasi seharusnya memiliki program pelatihan manajemen untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	-	18	9	86,7
3	Dinas Koperasi sebaiknya memiliki program pendampingan hasil pelatihan manajemen untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	-	20	7	85,2
4	Dinas Koperasi sebaiknya melakukan program bina mitra atau membangun jejaring untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas usahanya menjadi lebih baik	-	-	-	21	6	84,4
5	Sebaiknya Dinas Koperasi melakukan program kerjasama dengan Dinas Pariwisata agar dapat turut mengembangkan peningkatan kualitas manajemen pengelolaan UMKM secara <i>ter-integrated</i>	-	-	-	22	5	83,7
6	Sebaiknya Dinas Koperasi melakukan program kerjasama dengan lembaga perbankan agar dapat turut mempermudah perolehan pendanaan untuk peningkatan usaha dan pengelolaan pasca kredit bagi pelaku UMKM secara <i>ter-integrated</i>	-	-	-	24	3	82,2
7	Sebaiknya Dinas Koperasi melakukan program kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi agar dapat mempercepat peningkatan kualitas manajemen dan pengelolaan usaha bagi pelaku UMKM secara <i>ter-integrated</i>	-	-	12	8	7	76,3
8	Sebaiknya Dinas Koperasi mengoptimalkan perannya dalam pengembangan kualitas aspek manajemen bagi pelaku UMKM dalam rangka pembelajaran mandiri menghadapi persaingan dan perubahan bisnis global	-	-	10	15	2	74,1
	<b>Total Nilai Persepsi Responden</b>	-	-	-	-	-	<b>82,2</b>
<b>II. Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan</b>							
1	Dinas Pariwisata sebaiknya memiliki program klinik layanan manajemen untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	9	15	3	75,6
2	Dinas Pariwisata seharusnya memiliki program pelatihan manajemen untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	7	9	11	83,0
3	Dinas Pariwisata sebaiknya memiliki program pendampingan hasil pelatihan manajemen untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	8	9	10	81,5
4	Dinas Pariwisata sebaiknya melakukan program bina mitra atau membangun jejaring untuk	-	-	5	10	12	85,2

	UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas usahanya menjadi lebih baik						
5	Sebaiknya Dinas Pariwisata melakukan program kerjasama dengan Dinas Koperasi agar dapat turut mengembangkan peningkatan kualitas manajemen pengelolaan UMKM secara <i>ter-integrated</i>	-	-	7	12	8	80,7
6	Sebaiknya Dinas Pariwisata melakukan program kerjasama dengan lembaga perbankan agar dapat turut mempermudah perolehan pendanaan untuk peningkatan usaha dan pengelolaan pasca kredit bagi pelaku UMKM secara <i>ter-integrated</i>	-	-	8	10	9	80,7
7	Sebaiknya Dinas Pariwisata melakukan program kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi agar dapat mempercepat peningkatan kualitas manajemen dan pengelolaan usaha bagi pelaku UMKM secara <i>ter-integrated</i>	-	-	8	11	8	80,0
8	Sebaiknya Dinas Pariwisata mengoptimalkan perannya dalam pengembangan kualitas aspek manajemen bagi pelaku UMKM dalam rangka pembelajaran mandiri menghadapi persaingan dan perubahan bisnis global	-	-	6	8	13	85,2
<b>Total Nilai Persepsi Responden</b>		-	-	-	-	-	<b>81,4</b>
<b>III. Peran Lembaga Perbankan</b>							
1	Lembaga Perbankan sebaiknya memiliki program klinik layanan proses kredit untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	6	14	7	80,7
2	Lembaga Perbankan seharusnya memiliki program pelatihan proses pengajuan kredit untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	7	11	9	81,5
3	Lembaga Perbankan sebaiknya memiliki program khusus pendampingan dalam pengelolaan kredit untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan dana dan pengawasan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	7	9	11	83,0
4	Lembaga Perbankan sebaiknya melakukan program bina mitra atau membangun jejaring untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas usahanya menjadi lebih maju dan berkembang	-	-	7	8	12	83,7
5	Sebaiknya lembaga perbankan melakukan program kerjasama dengan Dinas Koperasi agar dapat turut mengembangkan peningkatan kualitas usahanya dalam pengelolaan UMKM secara <i>ter-integrated</i>	-	-	6	9	12	84,4
6	Sebaiknya lembaga perbankan melakukan program kerjasama dengan Dinas Pariwisata	-	-	4	10	13	86,7



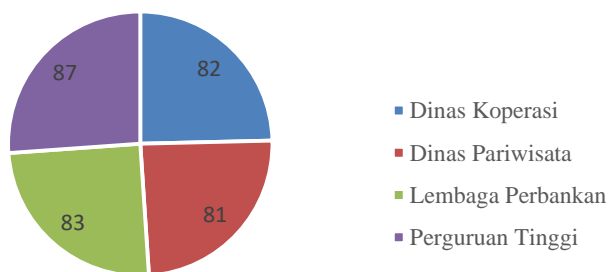
	agar dapat turut mengembangkan peningkatan kualitas usahanya dalam pengelolaan UMKM secara <i>ter-integrated</i>						
7	Sebaiknya lembaga perbankan melakukan program kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi agar dapat mempercepat peningkatan kualitas manajemen dan pengelolaan usaha bagi pelaku UMKM secara <i>ter-integrated</i> dan didesain secara berkesinambungan	-	-	6	9	12	84,4
8	Sebaiknya lembaga perbankan mengoptimalkan perannya dalam pengembangan kualitas aspek pengelolaan dana pasca perolehan kredit bagi pelaku UMKM dan mendorong dalam rangka pembelajaran secara mandiri dalam menghadapi persaingan dan perubahan bisnis global yang bersifat dinamis	-	-	7	8	12	83,7
<b>Total Nilai Persepsi Responden</b>		-	-	-	-	-	<b>83,4</b>
<b>IV. Peran Lembaga Perguruan Tinggi</b>							
1	Lembaga perguruan tinggi sebaiknya memiliki program klinik manajemen untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	5	10	12	85,2
2	Lembaga perguruan tinggi seharusnya memiliki program pelatihan manajemen untuk UMKM, agar dapat memberi efek untuk peningkatan kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	5	9	13	85,9
3	Lembaga perguruan sebaiknya memiliki program khusus pendampingan hasil pelatihan manajemen untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif	-	-	6	11	10	83,0
4	Lembaga perguruan tinggi sebaiknya melakukan program bina mitra atau membangun jejaring untuk UMKM, agar dapat memberi peningkatan pada kualitas usahanya menjadi lebih baik	-	-	3	9	15	88,9
5	Sebaiknya Lembaga perguruan tinggi melakukan program kerjasama dengan Dinas Koperasi secara terschedule agar dapat turut mengembangkan peningkatan kualitas manajemen dalam pengelolaan UMKM secara <i>ter-integrated</i>	-	-	3	8	16	89,6
6	Sebaiknya Lembaga perguruan tinggi melakukan program kerjasama dengan Dinas Pariwisata secara terschedule agar dapat turut mengembangkan peningkatan kualitas manajemen dalam pengelolaan UMKM secara <i>ter-integrated</i>	-	-	3	7	17	90,4
7	Sebaiknya Lembaga perguruan tinggi melakukan program kerjasama dengan lembaga perbankan secara terschedule agar dapat turut mengembangkan peningkatan kualitas	-	-	4	8	15	88,1

	manajemen dalam pengelolaan UMKM secara <i>ter-integrated</i>						
8	Sebaiknya lembaga perguruan tinggi mengoptimalkan peran yang lebih dominan lagi dalam pengembangan kualitas aspek manajemen bagi pelaku UMKM dalam rangka pembelajaran mandiri menghadapi persaingan dan perubahan bisnis global	-	-	5	8	14	86,7
9	Sebaiknya lembaga perguruan tinggi melakukan program riset terpadu dan terschedule terkait berbagai problem UMKM agar dapat memberi solusi atas problem manajemennya sekaligus untuk pengembangan manajemen di masa mendatang	-	-	5	7	15	87,4
10	Sebaiknya lembaga perguruan tinggi melakukan publikasi ilmiah terkait dengan hasil riset dari berbagai problem UMKM sehingga penyebaran informasinya menambah pengembangan riset dan manfaat dimasa mendatang	-	-	5	8	14	86,7
	<b>Total Nilai Persepsi Responden</b>	-	-	-	-	-	<b>87,2</b>

Sumber: Diolah oleh Penulis

Mengacu pada nilai rata rata persepsi dari responden tersebut diatas maka dapat ditampilkan dalam bentuk ringkasan, agar memudahkan untuk memahami efektivitas rumusan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM melalui tampilan gambar sebagai berikut.

### Persepsi Responden Atas Rumusan Model



**Gambar 5. 6: Persepsi Responden Terhadap Rumusan Model**

Berdasarkan tabel dan gambar tersebut diatas menunjukkan bahwa “rumusan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan

UMKM” telah dipersepsi sangat baik oleh pemangku kepentingan, karena rata rata nilai persepsi dari seluruh aspek yang dipertimbangkan dalam rumusan model memiliki nilai berkisar pada angka 81,2% - 87,2%.

### **5.2.5 Mengevaluasi Efektivitas Model**

Berdasarkan persepsi dari 27 responden yang telah ditunjuk sebagai sampel dalam pengujian rumusan model, selanjutnya 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 optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM” yang lebih aplikatif dan sesuai dengan karakteristik *stakeholder* dan UMKM yang berada pada kawasan wisata religi. Melalui *focus group discussion* yang dihadiri oleh tim peneliti dan kalangan akademisi, maka dapat direkomendasi beberapa catatan perbaikan model sebagai berikut:

1. Redesain Optimalisasi peran *stakeholder*, menyangkut keterlibatan pemangku kepentingan yang bukan dalam satu organisasi, hal ini tentu dapat menimbulkan konflik kepentingan diantara pemangku kepentingan, oleh karena itu diperlukan keterbukaan dan kepedulian dari semua pihak dengan menempatkan UMKM sebagai kepentingan bersama yaitu menjadikan UMKM sebagai pelaku bisnis alternatif dimasa mendatang karena jumlah dan kontribusinya yang sangat besar bagi perekonomian regional dan nasional. Kebangkitan UMKM sebagai pelaku ekonomi yang mandiri tentang memberi efek domino bagi perkembangan dan pertumbuhan usaha perbankan dan kegiatan lain.
2. Sinkronisasi peran *stakeholder*, menyangkut keterlibatkan langsung pemangku kepentingan dalam memainkan perannya dalam mendukung pengembangan UMKM. Sinergi merupakan satu langkah strategis dan efektif untuk mendorong optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengembangan dan pengelolaan UMKM, oleh karena itu dibutuhkan kerjasama terpadu dari para pemangku kepentingan agar program klinik manajemen, program pelatihan, program pendampingan dan bina mitra berjalan efektif untuk pengembangan pengelolaan UMKM.

3. Keberlanjutan Usaha UMKM, menyangkut program jangka panjang yang harus dipersiapkan untuk memandirikan dan mendewakan UMKM 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, 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 “**Model Optimalisasi Peran Stakeholder dalam Pengelolaan 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 tidak mengalami perubahan konsep, tetapi dilakukan penyempurnaan yang terkait dengan konten, oleh karena itu “model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM” segera disusun menjadi dokumen model yang lengkap dan dapat dioperasionalkan. Model ini diharapkan dapat menjadi alternatif bagi pemangku kepentingan dan UMKM sebagai rujukan dalam memainkan perannya dalam pengembangan pengelolaan UMKM dengan kesamaan karakteristik, oleh karena itu model optimalisasi peran *stakeholder* dapat menjadi alternatif model optimalisasi untuk lembaga dan sektor usaha lain.

### **5.3 Pembahasan Model Optimalisasi Peran Stakeholder**

Tahap ini merupakan tahapan terakhir dalam rumusan model, oleh karena itu pemodelannya harus mencakup berbagai aspek permasalahan yang terjadi ditengah masyarakat. Pengelolaan UMKM kawasan wisata religi harus dikembangkan sesuai dengan karakteristiknya, oleh karena itu pengembangan model merupakan suatu kebutuhan, agar kedepannya UMKM menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan kuat, oleh karena itu model optimalisasi peran *stakeholder* dapat diuraikan sebagai berikut:

### 5.3.1 Redesain Optimalisasi Peran *Stakeholder*

*Stakeholder* memiliki potensi untuk memainkan peran yang strategis dalam rangka mendorong pengembangan dan pengelolaan UMKM melalui penerapan manajemen yang memadai, oleh karena itu optimalisasi peran *stakeholder* menjadi satu upaya untuk mendukung terwujudnya pengelolaan manajemen 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 melekat sebagai lebel pada UMKM khususnya kelemahan pada aspek manajemen. 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 dilakukan oleh pemerintah belumlah cukup menyentuh akar permasalahan yang terjadi pada diri 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 dimiliki, 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 optimalisasi peran *stakeholder* merupakan satu kebutuhan yang mendesak agar potensi yang dimiliki masing masing tidak sia sia baik dari aspek kebijakan, waktu, tenaga dan biaya.

Optimalisasi peran *stakeholder* membutuhkan suatu perangkat model agar berbagai pemangku kepentingan mampu menempatkan perannya pada porsi yang semestinya serta mampu membangun sinergi bersama dalam rangka mendorong penerapan manajemen dan pengelolaan

UMKM yang layak. Secara konseptual tiga kekuatan pemangku kepentingan mampu memberi kontribusi yang optimal, namun titik lemahnya adalah pada aspek sinkronisasi didalam merumuskan kebijakan, implementasi kebijakan dan monitoring hasil implementasinya, oleh karena itu jika memiliki suatu model tentu akan memberi satu arah yang lebih jelas karena semua dapat berjalan secara optimal. Untuk memberi gambaran yang lebih jelas terkait dengan redesain optimalisasi peran *stakeholder* UMKM diuraikan sebagai berikut.

#### **5.1.1.1 Kalangan Birokrasi**

Keterlibatan birokrasi atas keberadaan UMKM memberi arah yang jelas bagi keberlanjutan usaha UMKM di Indonesia baik secara langsung maupun tidak langsung. Unsur 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 keberadaan sektor UMKM telah dilakukan secara maksimal, namun permasalahan UMKM bukanlah sederhana banyak yang harus diselesaikan melalui lintas dinas dan unsur lainnya. Permasalahan perijinan, lemahnya sumberdaya manusia, akses permodalan, praktek manajemen dan aspek 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, dinas kesehatan dan lembaga lainnya karena secara spesifik masing masing kota dan kabupaten memiliki karakteristik yang berbeda beda, oleh karena kepemilikan program terpadu dapat menghilangkan ego sektoral dari masing masing dinas, karena permasalahan UMKM bukanlah tugas satu dinas 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 pelaku UMKM

2. Perlunya melakukan kerjasama dengan lembaga perbankan setempat, minimal menyusun kebijakan terkait dengan prioritas per kreditan bagi pelaku UMKM di wilayahnya, hal ini sangatlah penting karena akses UMKM terhadap lembaga perbankan masih sangat lemah, khususnya tersedianya jaminan program kredit tanpa tanggungan bagi UMKM yang memperoleh skala prioritas bagi program usaha tertentu bagi pelaku UMKM, oleh karena itu kerjasama dengan lembaga perbankan mutlak harus dilakukan agar aktivitas usaha UMKM dapat tumbuh berkembang dengan baik dan 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 realistis 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 optimalisasi peran birokrasi dalam pengembangan dan pengelolaan UMKM yang efektif dan produktif.

#### **5.1.1.2 Kalangan Bisnis**

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 UMKM, baik 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 lembaga perbankan dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Perlunya lembaga perbankan melakukan kerjasama dengan dinas terkait dengan pengembangan 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 utama bank adalah menghimpun dan menyalurkan 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
2. Perlunya lembaga perbankan melakukan kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi setempat untuk mengembangkan program pelatihan dan pendampingan manajemen UMKM, sehingga optimalisasi peran perbankan dapat berjalan lebih efektif karena tersedia sumberdaya manusia yang lebih mumpuni dibidangnya. Program pembiayaan dan



tujuan penyaluran kredit harus mengena pada sasaran yang telah ditentukan, oleh karena itu kerjasama dengan perguruan tinggi yang berada di wilayah tersebut memiliki tujuan tersedianya jaminan kemampuan pelaku UMKM untuk mengelola dana kredit yang diterimanya dari perbankan karenanya diikuti program pelatihan dan pendampingan yang dilakukan bersama dengan perguruan tinggi.

3. Badan usaha milik negara/daerah dan badan usaha swasta lainnya juga memiliki peran yang penting dalam mendorong pengembangan dan pengelolaan UMKM, oleh karena itu perlunya pelaku bisnis ini menggunakan dana *corporate social responsibility* (CSR) untuk membantu pengembangan kualitas manajemen dari pelaku UMKM yang berada diwilayahnya. Strategi kerjasama dengan lembaga perbankan 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 rekomendasi dari pemilik dana tersebut. Kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi juga dapat dilakukan melalui program pelatihan dan pendampingan pada aspek manajemennya, dengan demikian kolaborasi program kerjasama terpadu antar lembaga merupakan bentuk jawaban untuk mewujudkan optimalisasi peran *stakeholder* dalam mendukung pengembangan dan penggunaan pola manajemen yang modern dan efektif untuk pengelolaan bisnis UMKM serta mendewasakan keberadaan UMKM dalam menghadapi persaingan global dan bisnis yang terus berkembang dinamis sesuai dengan eranya.

#### **5.1.1.3 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. Selama ini perguruan tinggi dipandang pendukung *agent of development*, namun kenyataan yang terjadi perguruan tinggi masih berkuat 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 kerjasama dengan lembaga perbankan di wilayah tersebut khususnya melakukan pendampingan

pada pelaku UMKM dan masyarakat pasca penerimaan kredit dari 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 memiliki kerjasama dengan lembaga perbankan tentunya perguruan tinggi dapat mengoptimalkan perannya dalam pengembangan pengelolaan UMKM

3. Perlunya perguruan tinggi memiliki program riset unggulan dibidang UMKM, mengingat selama ini sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian regional maupun perekonomian nasional. Melalui program riset ter-integrtaed tentu banyak aspek manajemen dan bisnis UMKM yang tercover dalam penelitian, sehingga keberlanjutan usaha UMKM terus menjadi prioritas dalam riset perguruan tinggi. Program riset juga membantu untuk menemukan solusi dari berbagai permasalahan yang dialami oleh UMKM, dengan demikian manajemen UMKM diharapkan memperoleh solusi yang cepat dan tepat
4. Perlunya kerjasama dengan instansi pemerintah khususnya dinas terkait dengan UMKM, dengan memprioritaskan pada program pelatihan, pendampingan serta riset manajemen UMKM. Kendala instasi pemerintah adalah ketersediaan waktu yang kurang cukup untuk melakukan pendampingan dan monitoring atas hasil pelatihan, oleh karena itu kerjasama dengan lembaga lain menjadi tolok ukur untuk menjaga keberlanjutan usaha UMKM dimasa mendatang.

### **5.3.2 Sinkronisasi Peran *Stakeholder* Dalam Pengelolaan UMKM**

Sinkronisasi merupakan upaya untuk mensinergikan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh para *stakeholder*, dengan sasaran untuk mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM menjadi lebih efektif dan efisien, oleh karena itu para pemangku kepentingan sebaiknya tidak harus melakukan program klinik layanan manajemen, program pelatihan dan program pendampingan secara sendiri sendiri agar sumberdaya yang ada dapat dimanfaatkan lebih optimal bagi perbaikan

model manajemen UMKM. Sinkronisasi peran *stakeholder* dapat diarahkan pada program klinik manajemen, program pelatihan, program pendampingan dan bina mitra untuk pengembangan UMKM. Untuk memberi gambaran yang lebih rinci terkait program tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. **Program Klinik Manajemen**, merupakan serangkaian kegiatan yang memberi layanan manajemen pada pelaku UMKM dengan tujuan memberi solusi atas berbagai permasalahan aspek manajemen yang dihadapi oleh kelompok pelaku UMKM. Klinik UMKM juga menampung keinginan pelaku UMKM untuk konsultasi yang terkait dengan pengembangan manajemen dalam rangka menghadapi persaingan bisnis global serta perubahan sistem bisnis yang dipengaruhi oleh pemanfaatan teknologi informasi.
2. **Program Pelatihan**, merupakan serangkaian kegiatan terstruktur yang memiliki tujuan untuk memberi peningkatan kualitas manajemen pada kelompok pelaku UMKM baik aspek manajemen sumberdaya manusia, aspek manajemen manufaktur, manajemen pemasaran maupun manajemen keuangan/ akuntansi. Program pelatihan juga dapat dilakukan sesuai skedule program studi atau atas permintaan dari kelompok UMKM, oleh karena itu program pelatihan harus memberi ruang yang memadai bagi program studi untuk mengekspresikan potensi akademik yang dimilikinya baik kompetensi lembaganya maupun sumber daya para dosennya. Program pelatihan harus memberi peluang bagi pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kualitas manajemennya, agar pelaku UMKM mampu menjadi pelaku bisnis yang kuat dan mandiri dalam menciptakan bisnis yang lebih baik dimasa mendatang.
3. **Program Pendampingan**, merupakan serangkaian kegiatan terstruktur dalam rangka memberi pendampingan kepada para pelaku UMKM atas hasil pelatihan yang diperoleh pada kesempatan tertentu, agar hasil pelatihan dapat memberi daya manfaat sesuai dengan karakteristik dan kondisi riil yang di rasakan oleh para pelaku UMKM. Dengan program pendampingan diharapkan semua materi pelatihan dapat

diimplementasi sesuai dengan kebutuhan masing masing pelaku UMKM, oleh karena itu program pendampingan harus dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: a) pendampingan materi pelatihan, b) pendampingan monitoring dan c) pendampingan keberhasilan. Melalui program pendampingan yang terstruktur tentu akan memberi hasil yang efektif didalam menerapkan aspek manajemen untuk membantu mengelola bisnisnya menjadi lebih efisien serta berdaya saing yang lebih tinggi bagi UMKM.

4. **Bina Mitra UMKM**, merupakan serangkaian kegiatan yang akan mengarah pada upaya membangun kemitraan UMKM dengan para pemangku kepentingan dengan tujuan para pelaku UMKM dapat membangun jejaring yang lebih baik, terstruktur dan bersifat formal, dengan demikian aktivitas UMKM akan menjadi lancar, karena terbukanya akses dengan lembaga keuangan, dinas terkait dengan aspek legalitas, akses dengan mitra bisnis serta akses lainnya. Bina mitra memiliki tujuan untuk pengembangan UMKM yang mengarah pada terbentuknya sistem usaha yang terbuka, dinamis, bersifat formal sehingga usaha kelompok UMKM dapat menjadi kuat dan mandiri, sehingga dapat menjadi salah satu pelaku bisnis yang berkontribusi pada pendapatan masyarakat.

### **5.3.3 Model Optimalisasi Peran *Stakeholder* Dalam Pengelolaan UMKM**

Optimalisasi peran *stakeholder* dalam mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM yang efektif, memerlukan suatu langkah strategis dan sinergis dari berbagai pemangku kepentingan, agar peran masing masing dapat memberikan sumbangsih pemikiran konseptual dan langkah riil bagi perubahan implementasi manajemen UMKM yang efektif. Disamping itu optimalisasi peran *stakeholder* juga bertujuan untuk menghilangkan sifat ego sektoral yang sering terjadi diantara lembaga yang memiliki kepentingan bersama dengan UMKM serta menghindarkan penggunaan sumberdaya yang tidak perlu terjadi. Program bersama antar lembaga merupakan langkah strategis untuk mengoptimalkan peran

*stakeholder*, oleh karena itu memerlukan suatu model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengembangan dan pengelolaan UMKM. Identifikasi berbagai permasalahan dan kebutuhan untuk menemukan solusi yang tepat atas permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM merupakan representatif dari *stakeholder* tentang bagaimana cara mengoptimalkan perannya sebagai *stakeholder*, agar keberadaannya mampu memberi kontribusi riil dan turut mewujudkan pengembangan dan pengelolaan UMKM yang lebih efektif baik saat sekarang maupun dimasa mendatang. Adapun gambaran secara rinci peran dari para pemangku kepentingan dapat diuraikan sebagai berikut.

#### **5.3.3.1 Peran Dinas Koperasi dan UMKM**

Dinas koperasi dan UMKM merupakan salah satu institusi pemerintahan kabupaten/kota yang tugas utamanya membuat regulasi dan mengimplementasikan terkait dengan sektor koperasi dan UMKM, oleh karena itu sangatlah tepat jika dinas ini memegang peran strategis dalam rangka mendorong pengembangan UMKM di wilayahnya masing masing. Selama ini dinas koperasi telah menjalankan fungsinya sebagaimana mestinya, namun realitanya masih kurang mampu menjadikan sektor UMKM sebagai alternatif kekuatan ekonomi baru. Sektor UMKM secara kultural telah tumbuh berkembang sesuai dengan lingkungannya, bahkan jauh dari prioritas apapun sektor ini tetap berjalan dengan kekuatannya sendiri.

Permasalahan klasik yang dihadapi sektor UMKM adalah keterbatasan pada aspek manajemen baik aspek sumberdaya manusia, aspek finansial, aspek produksi, aspek pemasaran, aspek teknologi, aspek pendanaan maupun aspek jejaring. Hal ini sudah dipahami benar oleh para pemangku kepentingan khususnya dinas koperasi dan UMKM setempat, namun permasalahannya bukan sesederhana yang kita duka, karena permasalahan UMKM sangatlah kompleks bahkan seringkali solusi yang di berikan bersifat parsial dan tidak tuntas menyentuh akar permasalahannya. Program klinik, program pelatihan dan program pendamping sudah sering dilakukan secara berkala oleh dinas setempat, namun semuanya dilakukan

oleh secara parsial serta tidak berkesinambungan, hal inilah yang menjadi akar permasalahan penanganan di UMKM yang tidak pernah tuntas. Beberapa langkah strategis yang perlu untuk dipertimbangkan dalam upaya optimalisasi peran dinas koperasi dan UMKM untuk mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM sebagai berikut:

1. Perlunya dinas koperasi menyusun program kerjasama dengan instansi terkait dan lembaga lainnya yang secara formalitas dan informal memiliki keterkaitan fungsi dengan UMKM beserta pelakunya diantaranya lembaga perbankan, dinas pariwisata, dinas kesehatan, lembaga perguruan tinggi, lembaga masyarakat dan organisasi keagamaan. Hal ini dibutuhkan sesuai dengan karakteristik UMKM itu sendiri. Tujuan kerjasama adalah untuk membangun sinergi memanfaatkan sumberdaya yang terbatas namun dapat memberi efek simultan dan efisien bagi pemangku kepentingan, bahkan bagi UMKM dan pelakunya oleh karena itu di perlukan keseriusan dari para pemangku kepentingan untuk memandang bahwa permasalahan UMKM adalah problem bersama, jika hal ini dilakukan melalui program ter-*integrated* tentu akan mampu mendorong pengembangan UMKM berjalan lebih cepat dan bermartabat dalam rangka mengangkat sektor UMKM sebagai alternatif kekuatan ekonomi baru.
2. Program pendampingan hasil pelatihan merupakan satu kebutuhan yang sangat krusial dalam mengatasi permasalahan manajemen UMKM, mengingat program klinik, program pelatihan sudah sering dilakukan melalui program yang didesain dengan skema pembiayaan dari APBN maupun APBD, bahkan sering diberikan kredit bergulir pada kelompok UMKM namun gaungnya tidaklah besar. Hal inti yang belum dituntaskan oleh para pemangku kepentingan adalah melakukan satu program pendampingan hasil pelatihan dan dilakukan secara berkesinambungan, oleh karena itu kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi merupakan solusi tepat untuk memenuhi kebutuhan program pendampingan, karena hanya institusi perguruan tinggi yang memiliki sumberdaya yang cukup dan mumpuni untuk melakukan pendampingan.

3. Perlunya melakukan pemetaan sentra UMKM yang berada di wilayah kerjanya, dengan menyusun skala prioritas sesuai dengan karakteristik sentra UMKM di masing masing lokasi. Melalui pemetaan sentra UMKM yang benar, tentunya dapat mempermudah dalam menyusun berbagai program yang selaras dan sesuai dengan kebutuhan riil UMKM, oleh karena itu mensinergikan potensi sumber daya yang dimiliki oleh pemangku kepentingan dan melakukan program kerja sama merupakan jawaban tepat untuk mengatasi berbagai permasalahan UMKM seperti program riset, program peningkatan kompetensi manajemen, program monitoring dan kebutuhan pengembangan UMKM dalam rangka menghadapi persaingan global. Pemetaan sentra UMKM dapat mengidentifikasi berbagai permasalahan dan kebutuhan solusi yang terkait dengan UMKM, sehingga dapat disusun skala prioritas program yang tepat sesuai dengan karakteristik yang ada pada kelompok UMKM di wilayahnya.

#### **5.3.3.2 Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan**

Dinas pariwisata dan kebudayaan merupakan satu institusi pemerintahan kabupaten/kota yang tugas utamanya membuat regulasi dan mengimplementasikan terkait dengan sektor industry pariwisata dimana didalamnya terdapat aktivitas UMKM, oleh karena itu sangatlah tepat jika dinas ini memegang peran strategis dalam rangka mendorong dan memacu pengembangan pariwisata sekaligus UMKM di wilayahnya. Selama ini dinas pariwisata telah menjalankan fungsinya sebagaimana mestinya, namun realitanya masih kurang mampu menjadikan pariwisata dan sektor UMKM sebagai alternatif kekuatan ekonomi baru. Sektor pariwisata secara kultural telah tumbuh berkembang sesuai dengan lingkungannya, bahkan jauh dari prioritas apapun sektor ini tetap berjalan dengan kekuatannya sendiri.

Permasalahan klasik yang dihadapi sektor pariwisata adalah keterbatasan pada aspek manajemen baik aspek sumberdaya manusia, aspek finansial, aspek produksi, aspek pemasaran, aspek teknologi, aspek pendanaan, aspek jejaring serta aspek infrastruktur. Hal ini sudah dipahami



benar oleh para pemangku kepentingan khususnya dinas pariwisata setempat, namun permasalahannya bukan sesederhana yang kita duka, karena permasalahan pariwisata sangat kompleks bahkan seringkali solusi yang di berikan bersifat parsial dan tidak tuntas menyentuh pada akar permasalahannya. Program klinik, program pelatihan dan program pendamping sudah sering dilakukan secara berkala oleh dinas setempat, namun semuanya dilakukan oleh secara parsial serta tidak berkesinambungan, hal inilah yang menjadi akar permasalahan penanganan di pariwisata dan UMKM yang tidak pernah tuntas. Beberapa langkah strategis yang perlu untuk dipertimbangkan dalam upaya untuk optimalisasi peran dinas pariwisata dan UMKM yang ada didalamnya sebagai satu upaya untuk mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM sebagai berikut:

1. Perlunya dinas pariwisata menyusun program kerjasama dengan instansi terkait dan lembaga lainnya yang secara formalitas dan informal memiliki keterkaitan fungsi dengan pariwisata dan UMKM beserta pelakunya diantaranya lembaga perbankan, dinas koperasi, dinas kesehatan, lembaga perguruan tinggi, lembaga masyarakat dan organisasi keagamaan. Hal ini dibutuhkan sesuai dengan karakteristik kawasan wisata dan pelaku UMKM yang ada didalamnya. Tujuan kerjasama adalah untuk membangun sinergi memanfaatkan sumberdaya yang terbatas namun dapat memberi efek simultan dan efisien bagi pemangku kepentingan, bahkan bagi UMKM dan pelakunya oleh karena itu di perlukan keseriusan dari para pemangku kepentingan untuk memandang bahwa permasalahan pariwisata dan UMKM adalah problem bersama, jika hal ini di lakukan melalui program *ter-integrated* tentu dapat mendorong pengembangan pariwisata dan UMKM berjalan lebih cepat dan bermartabat dalam rangka mengangkat sektor pariwisata dan pelaku UMKM yang berada dikawasan wisata tersebut sebagai alternatif kekuatan ekonomi baru.
2. Program pendampingan hasil pelatihan merupakan satu kebutuhan yang sangat krusial dalam mengatasi permasalahan manajemen sektor pariwisata, mengingat program klinik, program pelatihan sudah sering

dilakukan melalui program yang didesain dengan skema pembiayaan dari APBN maupun APBD, bahkan sering diberikan kredit bergulir pada pelaku pariwisata namun gaungnya tidaklah besar. Hal inti yang belum dituntaskan oleh para pemangku kepentingan adalah melakukan satu program pendampingan hasil pelatihan dan dilakukan secara berkesinambungan, oleh karena itu kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi merupakan solusi tepat untuk memenuhi kebutuhan program pendampingan, karena hanya institusi perguruan tinggi yang memiliki sumberdaya yang cukup dan mumpuni untuk melakukan pendampingan.

3. Perlunya melakukan pemetaan kawasan tujuan wisata yang berada di wilayah kerjanya, dengan menyusun skala prioritas sesuai dengan karakteristik kawasan wisata di masing masing lokasi. Melalui pemetaan kawasan wisata yang benar, tentunya dapat mempermudah dalam menyusun berbagai program yang selaras dan sesuai dengan kebutuhan riil pelaku pariwisata, oleh karena itu langkah mensinergikan potensi sumber daya yang dimiliki oleh pemangku kepentingan dan melakukan program kerja sama merupakan jawaban tepat untuk mengatasi berbagai permasalahan pariwisata seperti program riset, program peningkatan kompetensi manajemen, program monitoring dan kebutuhan pengembangan industri pariwisata dan pelaku UMKM yang ada didalamnya.
4. Perlunya sinkronisasi program terpadu pada dua institusi pemerintahan, karena pelaku UMKM dan industri pariwisata merupakan dua sisi dalam satu keping mata uang logam artinya dua pelaku sektor usaha ini selalu berdampingan keberadaannya dalam suatu kawasan atau wilayah, oleh karena itu perlunya sinkronisasi program dari dua institusi pemerintah ini dalam menyusun kebijakan pada sektor pariwisata dan sektor UMKM secara ter-integrated. Dinas pariwisata tentu lebih berkonsentrasi pada pengembangan daerah tujuan wisata dengan segala prasana penunjangnya, sedangkan dinas koperasi lebih berfokus pada pengembangan sektorUMKM dan pelaku usahanya khususnya sebagai pelengkap dalam penyedia barang dan jasa yang

berada di kawasan wisata tersebut, oleh karena itu tidak dapat dipungkiri bahwa optimalisasi peran stakeholder dalam pengembangan pengelolaan sektor UMKM akan menjadi lebih efektif, manakala dua institusi pemerintahan ini yaitu dinas pariwisata dan dinas koperasi untuk mensinergikan program kerjanya dalam rangka mendukung program pengembangan industri pariwisata dan sektor UMKM.

### **5.3.3.3 Peran Lembaga Perbankan**

Lembaga perbankan memiliki peran yang strategis dan spesifik di tengah masyarakat kita, mengingat fungsi bank menjadi mediasi antara masyarakat pemilik dana dan masyarakat yang membutuhkan dana, oleh karena itu lembaga perbankan menjadi sangat penting untuk mendukung pengembangan sektor UMKM dari aspek permodalan. Selama ini aspek permodalan dan akses permodalan menjadi salah satu titik lemah bagi UMKM mengingat keterbatasannya untuk mampu memenuhi salah satu aspek legalitasnya. Selama ini perbankan menggunakan aspek legalitas sebagai salah satu persyaratannya baik dari aspek anggaran, aspek finansial, aspek akuntansi dan perijinan. Justru disinilah titik lemah yang ada pada sektor UMKM, oleh karena itu terdapat beberapa rekomendasi penting untuk mendorong optimalisasi peran perbankan untuk mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM yang efektif sebagai berikut:

1. Perlunya lembaga perbankan memiliki program kerjasama dengan institusi terkait dan lembaga lainnya yang secara formalitas dan informal memiliki satu keterkaitan fungsi dengan sektor UMKM beserta pelakunya khususnya lembaga perguruan tinggi, dinas koperasi, dinas pariwisata, lembaga masyarakat serta organisasi keagamaan. Hal ini dibutuhkan sesuai dengan karakteristik dari sektor UMKM dan pelakunya. Tujuan dari kerjasama adalah untuk membangun sinergi dalam memanfaatkan sumberdaya yang terbatas namun dapat memberi efek simultan dan efisien bagi pemangku kepentingan, bahkan bagi UMKM dan pelakunya, oleh karena itu di perlukan kepedulian dari pemangku kepentingan untuk memandang bahwa permasalahan UMKM adalah problem bersama, jika hal ini dilakukan melalui

program yang *ter-integrated* tentu dapat mendorong pengembangan pariwisata dan UMKM berjalan lebih cepat dan bermartabat dalam rangka mengangkat sektor UMKM menjadi kuat dan mandiri.

2. Program pendampingan pengelolaan kredit bagi pelaku UMKM merupakan satu kebutuhan yang sangat krusial dalam mengatasi permasalahan manajemen tata kelola modal kerja. Hal penting yang belum dituntaskan oleh para pemangku kepentingan adalah melakukan satu program pendampingan hasil pelatihan dan dilakukan secara berkesinambungan, oleh karena itu kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi merupakan solusi tepat untuk memenuhi kebutuhan program pendampingan pasca perolehan kredit, karena hanya institusi perguruan tinggi yang memiliki sumberdaya yang cukup dan mumpuni untuk melakukan program pendampingan secara berkelanjutan.
3. Perlunya melakukan pemetaan karakteristik UMKM yang berada di wilayah kerjanya, sehingga dapat disusun skala prioritas sesuai dengan karakteristik yang ada di masing masing lokasi sentra UMKM. Melalui pemetaan kawasan sentra UMKM dengan tepat dan benar, tentu dapat mempermudah dalam menyusun berbagai program yang selaras dan sesuai dengan kebutuhan riil bagi pelaku UMKM, oleh karena itu mensinergikan potensi sumber daya yang dimiliki oleh pemangku kepentingan dan melakukan program kerja sama merupakan jawaban tepat untuk mengatasi berbagai permasalahan UMKM seperti program riset, program peningkatan kompetensi dan kualitas manajemen, program monitoring dan kebutuhan pengembangan UMKM dimasa yang akan datang khususnya dalam menghadapi persaingan global
4. Perlunya sinkronisasi program terpadu dengan institusi lain, karena UMKM dan pelakunya selalu terkait dengan lintas lembaga, oleh karena itu sinkronisasi di dalam menyusun program dan kebijakan harus dilakukan secara *ter-integrated*. Lembaga perbankan harus fokus pada pengembangan dan penyediaan program kredit yang efektif dan efisien bagi pelaku UMKM dan sektor usahanya dengan satu persyaratan yang aman dan fleksibel sesuai dengan karakteristiknya.

#### 5.3.3.4 Peran Lembaga Perguruan Tinggi

Perguruan memiliki posisi yang sangat strategis dalam rangka memainkan perannya sebagai pelaku agen perubahan ditengah masyarakat kita, oleh karena itu optimalisasi peran perguruan tinggi harus menggunakan peluang yang dimilikinya untuk turut mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM yang lebih efektif melalui kegiatan bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat. Program perguruan tinggi yang relevan untuk melakukan optimalisasi perannya dalam mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM dapat diuraikan secara rinci sebagai berikut:

1. **Program Kewirausahaan**, merupakan redesain mata kuliah kewirausahaan dalam sistem kurikulum dengan menambahkan kegiatan lapangan langsung di sentra UMKM secara terpadu baik materinya, jadwal terstruktur, keterlibatan dosen, mahasiswa, lembaga dan pelaku UMKM, sehingga program ini memberi pengalaman pembelajaran langsung pada obyeknya serta manfaatnya dapat di rasakan langsung oleh pelaku UMKM khususnya terkait dengan pengembangan aspek manajerialnya.
2. **Program Magang mahasiswa**, merupakan kegiatan yang didesain perguruan tinggi dalam upaya untuk memberikan pembelajaran kewirausahaan langsung dengan obyeknya, sehingga mahasiswa dapat berinteraksi dengan kondisi dan situasi yang dialami oleh pelaku UMKM, khususnya yang menyangkut aspek manajemen sumberdaya manusia, manajemen proses, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan/akuntansi. Program magang mahasiswa juga memberi peluang untuk memberi pendampingan kepada pelaku UMKM langsung pada obyek permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM, sehingga setiap problem langsung dapat dicarikan solusi, diterapkan dan dievaluasi sesuai dengan kondisi riil yang terjadi dilapangan, dengan demikian praktek manajerial akan menjadi lebih baik sekaligus untuk membangun keunggulan bagi UMKM.
3. **Sentra Layanan UMKM**, merupakan program terpadu untuk memberi tempat bagi dosen dan mahasiswa perguruan tinggi mengekspresikan

potensi akademik yang dimilikinya untuk memberi layanan manajemen bagi pelaku UMKM baik manajemen sumberdaya manusia, manajemen proses, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan/akuntansi. Sentra layanan manajemen bagi UMKM harus dijadikan program yang terstruktur dan menjadi bagian yang tidak terpisah dengan program kewirausahaan dan magang mahasiswa, sehingga program ini dapat memberi dampak langsung untuk mengatasi berbagai problem manajemen yang dapat menghambat bisnis UMKM, dengan demikian orientasi manajemen UMKM akan berjalan pada jalur yang benar serta mampu mendorong perilaku manajemen yang mengarah pada terciptanya praktek manajemen yang efektif dan efisien

4. **Sinkronisasi Program Lapangan**, merupakan upaya perguruan tinggi untuk mensinergikan berbagai sumber daya, program dan kegiatan lembaga lainnya secara *ter-integrated* dengan sentra layanan manajemen bagi pelaku UMKM yang meliputi manajemen sumberdaya manusia, manajemen proses, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan/akuntansi. Sinkronisasi program lapangan juga bertujuan untuk mengoptimalkan peran perguruan tinggi dalam membantu memberi solusi atas berbagai permasalahan aspek manajemen yang dialami oleh pelaku UMKM, sehingga dalam jangka panjang turut membantu memperkuat terciptanya daya saing UMKM yang kuat dan mandiri dalam rangka menghadapi persaingan global
5. **Program Riset UMKM**, riset merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan secara sistematis dan terstruktur, oleh karena itu program riset harus diarahkan pada topik dan tema yang terkait dengan aspek manajemen UMKM. Melalui riset yang terprogram tentu praktek manajemen yang diterapkan oleh UMKM terus mengalami proses pengembangan sesuai dengan perubahan pada eranya. Topik dan tema riset UMKM harus mampu memberi solusi pada aspek manajemennya agar orientasi manajemen yang diadopsi oleh para pelaku UMKM memiliki suatu model yang terbaik dan lebih aplikatif, sehingga implementasi manajemen yang memadai tentu akan mendorong terwujudnya daya saing dan kinerja UMKM yang lebih baik.

6. **Publikasi Ilmiah**, merupakan upaya program studi untuk melakukan sosialisasi hasil riset yang terkait dengan tema manajemen UMKM, dengan publikasi hasil riset tentu akan memberi peluang untuk pengembangan aspek manajemen yang lebih terbuka karena dapat diakses oleh masyarakat lebih luas, sehingga dapat membuka peluang masukan dari penggiat riset manajemen UMKM. Oleh karena itu publikasi ilmiah merupakan piranti penting untuk membangun daya saing UMKM menjadi lebih kuat dan unggul dari aspek manajemen.

#### **5.3.3.5 Kebutuhan Pengembangan Model Usaha UMKM**

Pengembangan model usaha merupakan salah satu kebutuhan jangka panjang UMKM dan sektor usaha, karena UMKM berada wilayah persaingan bisnis yang bersifat kompleks, oleh karena itu didalam perumusan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM perlu dikemukakan, bahwa pengembangan bisnis merupakan satu kebutuhan 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. 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 di lakukan 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 usaha UMKM dimasa mendatang.

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 kemitraaan. 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-nilai kearifan lokal dan budaya masyarakat merupakan nilai peradaban suatu kelompok warga yang tetap terjaga dan dipelihara dalam komunitasnya, karena memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakatnya. Nilai kearifan lokal dan budaya akan turut mewarnai dalam aspek kehidupan warga dan tercermin dalam perilaku sehari-hari baik dalam kehidupan maupun aktivitas usaha, oleh karena itu nilai kearifan lokal dan budaya masyarakat sebenarnya merupakan sumber daya yang dapat dioptimalkan kontribusinya karena memiliki nilai spirit dalam rangka mendorong kehidupan yang lebih baik, usaha yang lebih berkembang dan selalu menjaga serta melestarikan norma-norma dan etika dalam kehidupan. Hal ini tentu akan mewarnai corak kehidupan masyarakatnya baik dalam komunitas warga maupun aktivitas bisnisnya. Nilai kearifan lokal dan budaya masyarakat yang bernilai positif diantaranya adalah keunikan bahasa, adat istiadat, cagar alam, berpakaian, pola komunikasi dan lainnya, jika hal ini dapat diinovasi dan diimplementasikan dalam aktivitas usaha tentu akan menjadi nilai yang unik dan dapat mencerminkan karakteristik bagi masyarakat.
9. Keinginan menjadi lebih baik, sebagian dari masyarakat kita adalah memiliki keinginan menjadi lebih baik dalam segala aspek kehidupan, tentu ini merupakan sumberdaya yang bersifat *intangible*, mampu menjadi pendorong dalam perkembangan usaha dari masyarakat, karena sudah tercermin dalam norma kehidupan, etika serta 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, oleh karena itu keinginan menjadi lebih baik merupakan sumberdaya *intangible*, tentunya layak dipertimbangkan dalam setiap pemberdayaan masyarakat karena akan mempermudah proses pengembangan UMKM dengan segala aspek yang ada padanya.

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 yang muncul secara alami biasanya berupa keterampilan memanfaatkan sumberdaya alami, keuletan dalam berkarya, bertahan dalam kesulitan, mengoptimalkan potensi alam sekitar serta kreativitas dan inovasi dalam berkarya. Tanpa disadari bakat keterampilan ini akan mendukung proses transformasi sumberdaya alam ke dalam kegiatan produktif yang bernilai tambah ekonomis serta turut memacu perkembangan kegiatan sentra UMKM.
11. Pelaku usaha mikro dan kecil sebagian besar masih dilakukan oleh kelompok masyarakat marginal, jumlah pelaku sangat besar namun skala usahanya masih sangat kecil, oleh karena itu pelaku UMKM masih membutuhkan program pendampingan pada aspek manajerialnya terutama peningkatan kompetensi pengelolaan usaha, akses pasar, akses permodalan, akses teknologi komunikasi dan informasi serta membangun jejaring (kemitraan). Jumlah UMKM Jawa Timur sangat besar dan terbukti memberi kontribusi bagi perekonomian dan peningkatan kesejahteraan warganya 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 dan persaingan global. Keberlanjutan usaha UMKM merupakan upaya strategis dalam rangka memperkuat sistem 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 sumberdaya yang produktif
  - c. Meningkatkan tingkat kemampuan manajerial yang mumpuni guna untuk mengelola usahanya lebih efektif dan efisien
  - d. Terjalinnnya kemitraan dengan lembaga lain baik yang terkait dengan akses pembiayaan, akses pasar, akses sumberdaya dan akses keberlanjutan usaha
  - e. Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi, dalam rangka menuju pada bisnis berbasis digital, hal ini akan menunjang implementasi bisnis yang cepat, jangkauan luas, 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 senasib dan sepenanggungan, memiliki tujuan sama, memiliki komunitas yang sama bahkan terbentuk karena faktor lingkungan yang sama. Namun dalam perkembangan sentra UMKM ada yang sengaja dijadikan lokasi khusus 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* berjalan lebih lancar diantara pelaku UMKM, karena berada pada satu kawasan, sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama, bahkan semua proses akan berjalan secara alami (informal).
  - b. Komunikasi semua aspek kegiatan di sentra UMKM akan berjalan efektif dan efisien, karena bersifat informal dan melibatkan pelaku yang karakteristiknya 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.
- 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 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 UMKM disaat sekarang maupun dimasa yang akan datang.

## **BAB. 6**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Mengacu pada hasil pembahasan model sebagaimana yang diuraikan pada bab lima, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang terjadi di kawasan wisata religi di Jawa Timur meliputi aspek: a) program klinik manajemen, b) program pelatihan, c) program pendampingan, d) program bina mitra pengembangan UMKM. Implementasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM masih belum berjalan optimal khususnya aspek program pendampingan hasil pelatihan.
2. Model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM meliputi tiga tahapan yang terdiri dari: a) redesain optimalisasi peran *stakeholder*, b) sinkronisasi peran *stakeholder* serta c) model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM, dimana tahapan ini harus dilakukan dengan mensinergikan program dari pemangku kepentingan yaitu: a) unsur *government*, b) unsur *business* serta c) unsur *academic* dengan menyusun program pengembangan ter-*integrated* dan berkelanjutan.
3. Redesain optimalisasi peran *stakeholder* merupakan upaya untuk mendukung terwujudnya pengelolaan manajemen UMKM yang efektif dan memadai dengan melibatkan tiga pelaku utamanya yaitu: a) kalangan birokrasi b) kalangan bisnis dan c) kalangan akademisi, dimana tiga pemangku kepentingan ini harus mampu bersinergi dalam merumuskan kebijakan pengembangan manajemen UMKM yang adaptif dan memadai.
4. Sinkronisasi peran *stakeholder* merupakan representatif dari kegiatan pemangku kepentingan yang diwujudkan melalui implementasi program ter-*integrated* dan dilakukan secara berkelanjutan yang meliputi implementasi: a) program klinik manajemen, b) program

pelatihan manajemen, c) program pendampingan serta d) program bina mitra untuk pengembangan usaha UMKM

5. Model optimalisasi peran *stakeholder* merupakan upaya strategis yang dilakukan oleh para pemangku kepentingan dalam mengoptimalkan perannya mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM yang efektif. *Stakeholder* memiliki satu peluang tentang bagaimana mewujudkan implementasi pengelolaan UMKM yang memadai dengan mensinergikan peran stakeholder melalui kerjasama yang terdiri dari: a) peran dinas koperasi dan UMKM, b) peran dinas pariwisata dan kebudayaan, c) peran lembaga perbankan dan d) peran lembaga perguruan tinggi
6. Kebutuhan pengembangan model merupakan satu kebutuhan jangka panjang UMKM dan sektor usahanya yang selaras dengan implementasi manajemen yang semakin baik serta munculnya persaingan global. Pengembangan model merupakan wujud keberhasilan manajemen dalam mengantisipasi perubahan bisnis dan persaingan yang dinamis. Kebutuhan pengembangan model tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya terdiri dari: a) perubahan kebutuhan kelompok masyarakat, b) perubahan kebutuhan kompetensi, c) perkembangan mitra dalam bisnis, d) tersedianya program *corporate social responsibility* yang memadai, e) kebijakan yang didukung oleh legalitas yang kuat, f) optimalisasi nilai kearifan lokal dan nilai budaya yang semakin masif dan g) pemberdayaan masyarakat semakin kuat.

## 6.2 Rekomendasi

Mengacu pada tahapan rumusan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM, maka dapat diajukan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Implementasi manajemen untuk UMKM menjadi efektif, jika para *stakeholder* mampu memberikan dukungan riil melalui peran: a) dinas koperasi dan UMKM, b) dinas pariwisata, c) lembaga perbankan dan d) lembaga perguruan tinggi

2. Optimalisasi peran *stakeholder* dalam mendukung pengembangan pengelolaan UMKM harus dilakukan melalui rumusan berikut: a) redesain optimalisasi peran *stakeholder*, b) sinkronisasi peran *stakeholder*, c) perumusan model optimalisasi peran *stakeholder*. Rumusan model ini tentu memerlukan kearifan *stakeholder* untuk melepaskan ego sektoralnya, sehingga para pemangku kepentingan ini mampu menghasilkan rumusan model yang komprehensif sehingga memberi kontribusi riil untuk mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM yang efektif.
3. Sinkronisasi peran *stakeholder* diperlukan untuk menghasilkan rumusan model optimalisasi peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM yang efektif, dengan demikian keterlibatan para pemangku kepentingan diharapkan mampu memberi kontribusi yang riil dalam merumuskan program yang terkait dengan manajemen UMKM. Sinkronisasi program untuk menghasilkan kemanfaatan yang efektif untuk implementasi manajemen dalam pengelolaan UMKM yang terdiri aspek: a) program klinik manajemen, b) program pelatihan manajemen, c) program pendampingan hasil pelatihan dan d) program bina mitra untuk pengembangan usaha UMKM
4. Perlunya optimalisasi peran dari kalangan akademisi, pelaku bisnis dan birokrasi dalam rangka pengembangan pengelolaan UMKM, karena untuk melakukan program pelatihan, program pendampingan dan program pengembangan tidak dapat dilakukan secara individual oleh masing masing penggiat UMKM tetapi harus dilakukan secara terintegrasi dari ketiga elemen tersebut yang sering disebut *triple helix*. Melalui sinergi tiga elemen tersebut diharapkan mampu menghasilkan rumusan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif, efisien dan aplikatif.
5. Perlunya pemberdayaan masyarakat melalui optimalisasi kepemilikan sumber daya setempat, guna mendukung pengembangan UMKM yang produktif, berintegritas dan mandiri. Sumberdaya masyarakat yang selama ini masih terabaikan harus dioptimalkan agar proses percepatan ekonomi dapat terwujud sesuai dengan jati diri ekonomi suatu bangsa,

melalui pemberdayaan sumberdaya berupa nilai nilai kearifan dan budaya lokal, sikap optimis untuk maju dan bakat keterampilan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alhempri, Raden Rudi dan Wismar Harianto, 2013, Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan terhadap Pengembangan Usaha Kecil pada Program Kemitraan Bina Lingkungan. *Media Riset Bisnis dan Manajemen*, volume 13, Nomor 1, April 2013.
- Carroll, A. B., "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons*, Vol. 34No. 4, 1991, hlm. 39-48.
- Donaldson, T. dan L. E. Preston, "The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications", *Academy of Management Review*, Vol. 20 No. 1, 1995, hlm. 65-91.
- Hamalik, Oemar (2000), *Pengembangan SDM : Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan, Pendekatan Terpadu*, Cetakan 1, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Intruksi Presiden Nomor. 6 tahun 2007 tentang Percepatan Sektor Riil dan Pengembangan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah.
- Michael E. Porter. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Rahardjo, M. Dawam dan Fakhri Ali, (1993). *Factor-faktor Keuangan yang Mempengaruhi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta : LP3ES.
- Susilo, Bambang, Hendra Wijaya, dan Nanik Yuliati, 2014. Pengaruh Pelatihan terhadap Pengembangan Usaha di KUD Marem Desa Serut Kecamatan Panti Kabupaten Jember Tahun 2013, Penelitian dipublikasikan, diakses tanggal 10 Januari 2017
- Tambunan, T. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta: Salemba.
- Undang-Undang No. 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional Tahun 2004-2004, Penerbit Sinar Grafika hal 52-53
- Undang-Undang No. 9 Tahun 1995. Tentang Usaha Kecil Menengah (UKM)
- Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UsahaMikro, Kecil, dan Menengah.



## TENTANG PENULIS



Wahyudiono, dilahirkan di salah satu desa yang masuk wilayah Kabupaten Magetan, menyelesaikan pendidikan pada program sarjana akuntansi (S1) tahun 1986, melanjutkan program magister manajemen (S2) dengan spesialis pemasaran pada tahun 1996, dilanjutkan program pendidikan doktor (S3) bidang ekonomi manajemen lulus tahun 2006 pada lembaga yang sama di Universitas Airlangga Surabaya.

Karier sebagai dosen dimulai pada tahun 1983 sebagai asisten dosen sampai akhirnya meraih jabatan akademik Lektor Kepala dan dosen bersertifikasi sejak tahun 2009.

Sejak tahun 2008 mulai menekuni bidang penelitian dengan minat kajian dibidang strategik dan manajemen UMKM, pariwisata dan industri kreatif. Memperoleh hibah penelitian Dikti sejak tahun 2012 sampai tahun 2018 dan memperoleh kepercayaan terlibat dalam tim penelitian sebanyak delapan judul penelitian yang telah didanai oleh Kemenristekdikti (skema penelitian hibah bersaing & penelitian terapan unggulan perguruan tinggi. Menjadi narasumber berbagai seminar/workshop terkait tata kelola lembaga perguruan tinggi, nara sumber program klinik dan pelatihan yang diselenggarakan oleh institusi dari pemerintah daerah diantaranya dinas koperasi dan UMKM, dinas tenaga kerja dan transmigrasi, pelatihan manajemen perbankan, pelatihan pengelolaan manajemen di akademi pelayaran dan politeknik (polteknepel) Surabaya.

Beberapa buku UMKM yang telah ditulis diantaranya terkait dengan membangun daya saing dan kinerja UMKM berbasis nilai kearifan lokal dan nilai budaya, Orientasi *Stakeholder* dalam membangun daya saing UMKM, Optimalisasi pengelolaan sentra UMKM. Ketiga buku yang ditulis ini semua tentang berbagai fenomena yang dialami oleh pelaku UMKM yang berada di Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur. Menjadi nara sumber dalam pelatihan dan akreditasi institusi/lembaga, penelitian, kinerja dosen/lembaga, dan, manajemen UMKM, menjadi asesor kompetensi profesi (LSP/BNSP bidang Akuntansi) dan asesor beban kinerja dosen bagi dosen tersertifikasi. Sampai saat ini masih aktif sebagai dosen tetap fakultas ekonomi dan bisnis universitas Narotama Surabaya, sekaligus dosen tidak tetap di beberapa perguruan tinggi lain Perbanas, Uwika, UKDC, Itats dan Unitomo Surabaya baik program vokasi, program sarjana maupun program pasca sarjana. Jabatan struktural yang pernah diembannya sebagai ketua prodi Akuntansi, ketua

prodi magister manajemen, dekan fakultas ekonomi, ketua pusat penelitian (LPPM), ketua departemen perencanaan dan pengembangan universitas, ketua pusat teknologi pembelajaran, ketua senat fakultas ekonomi dan sekretaris senat universitas. Aktif dalam berbagai organisasi profesi di antaranya Forum Dekan Fakultas Ekonomi di Surabaya, forum dosen serdos fakultas ekonomi di Surabaya, anggota Asosiasi Ilmuwan Manajemen Indonesia, anggota Ikatan Doktor Ekonomi Indonesia dan anggota Forum Manajemen Indonesia.



Maria Widyastuti, lahir di Jawa Tengah tepatnya di kota Klaten, menempuh pendidikan program sarjana bidang manajemen lulus tahun 1984 di Universitas Negeri Surakarta, dilanjut Program Magister Manajemen lulus 2002 di Universitas Putra Bangsa Surabaya, pada program doktor pada bidang ilmu manajemen dan dinyatakan lulus pada tahun 2017 di STIE-Indonesia Surabaya.

Kariernya di bidang pendidikan dimulai pada tahun 1988, pada saat ini telah meraih jabatan akademik lektor kepala dan dosen tersertifikasi serta asesor dosen tersertifikasi sejak tahun 2009. Sejak tahun 2011 mulai aktif melakukan berbagai penelitian, pengabdian masyarakat yang bernaung di bawah yayasan yohanes Gabriel khususnya sekolah sekolah yang berlokasi di Jawa Timur. Aktif menulis buku manajemen keuangan untuk mahasiswanya di Fakultas Ekonomi UKDC Surabaya. Jabatan struktural yang pernah diemban diantaranya sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan sebagai Ketua LPPM sampai saat sekarang. Mulai tahun 2017 ikut terlibat dalam penelitian terapan unggulan perguruan tinggi melalui kolaborasi dengan perguruan tinggi lain di Surabaya hingga tahun 2019. Dalam upaya menambah keilmuan di bidang manajemen telah ikut berbagai kegiatan seminar nasional baik sebagai nara sumber, dosen tamu maupun peserta. Aktif dalam organisasi profesi diantaranya Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI), Forum Dekan Fakultas Ekonomi dan Forum Dosen Fakultas Ekonomi di Surabaya.



Aminatuzzuhro, lahir di kota Surabaya, mengikuti pendidikan program sarjana Akuntansi lulus pada tahun 1996, dilanjut program Magister Akuntansi pada tahun 2006 di Universitas Airlangga Surabaya. Karier dibidang pendidikan dimulai sebagai dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Putra Surabaya sejak tahun 1998 – sekarang.

Jabatan struktural yang pernah diembannya adalah sebagai Ketua Program Studi Akuntansi sejak tahun 2000 sampai sekarang. Sejak tahun 2013 mulai bergabung dan aktif menekuni bidang penelitian dan pengabdian masyarakat bersama tim peneliti internal di perguruan tinggi sendiri. Sejak tahun 2017 memasuki babak baru dalam penelitian kolaborasi dengan perguruan tinggi lain di Surabaya melalui skema penelitian terapan unggulan perguruan tinggi sampai tahun 2019. Dalam upaya meningkatkan nilai keilmuannya telah aktif pada berbagai kegiatan seminar nasional baik di dalam negeri maupun diluar negeri. Aktif dalam berbagai organisasi profesi diantaranya Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI), Forum Dekan Fakultas Ekonomi dan Forum Dosen Fakultas Ekonomi di Surabaya.