

Wahyudiono  
Maria Widyastuti  
Aminatuzzuhro

# Perekayasaan Sosial:

## Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur



Pengembangan usaha merupakan satu strategi yang mengarah pada pemanfaatan sumberdaya ekonomi yang lebih efektif dan efisien, agar memberikan nilai tambah ekonomi bagi keberlanjutan usaha.

# Perekayasaan Sosial:

## Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur

Pengembangan usaha sektor UMKM di Indonesia masih belum menyentuh aspek organisasi dan manajemen yang memadai, walaupun jumlah pelaku UMKM sangatlah besar namun upaya mensinergikan sumberdaya ekonomi belumlah optimal untuk mengelola pangsa pasar domestik maupun pasar global, oleh karena itu perlunya optimalisasi kemitraan *stakeholder* dan sinergi sumberdaya masyarakat untuk pengembangan usaha sektor UMKM, agar sektor ini mampu memberi kontribusi riil bagi perekonomian masyarakat. Kemitraan *stakeholder* yang terdiri unsur birokrasi, pelaku bisnis dan perguruan tinggi merupakan unsur pemangku kepentingan yang seharusnya memberi kontribusi riil dalam pengembangan usaha sektor UMKM, namun hingga sekarang masih belum optimal perannya dalam memberikan nilai tambah ekonomis bagi sektor UMKM.

Penguatan sumberdaya ekonomi harus disinergikan untuk mendorong dan memacu tumbuh berkembangnya usaha UMKM, agar sektor ini memiliki model pengembangan usaha yang efektif dan layak, oleh karena itu perlunya mengoptimalkan kemitraan *stakeholder* dalam pengembangan program klinik konsultasi manajemen, pelatihan manajemen usaha UMKM, pendampingan hasil pelatihan, akses sumberdana dan pengembangan keberlanjutan usaha UMKM. Buku ini lebih memfokuskan kajiannya tentang kemitraan *stakeholder*, penguatan kelembagaan, penguatan fungsi manajemen serta pemanfaatan teknologi informasi agar pengembangan usaha sektor UMKM memiliki model yang memadai sebagai rujukkannya, sehingga kedepannya sektor ini mampu mengembangkan usahanya dengan cara yang efektif sekaligus menciptakan daya saing yang kuat dalam menghadapi persaingan global dan masuk era industri digital.



**Wahyudiono**, dilahirkan di suatu desa yang masuk wilayah Kabupaten Magetan, telah menyelesaikan pendidikan pada program sarjana akuntansi (S1) tahun 1986, mengikuti program magister manajemen (S2) tahun 1996 dan dilanjutkan program pendidikan doktor (S3) bidang ilmu ekonomi manajemen lulus tahun 2006 pada lembaga yang sama Universitas Airlangga Surabaya. Sampai aktif sebagai dosen tetap fakultas ekonomi dan bisnis universitas Narotama Surabaya



**Maria Widyastuti**, dilahirkan di daerah Jawa Tengah tepatnya 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, program doktor ilmu manajemen lulus pada tahun 2017 di STIE-Indonesia Surabaya. Jabatan struktural diantaranya sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan sebagai Ketua LPPM sampai saat sekarang di UKDC Surabaya.



**Aminatuzuhro**, lahir di kota Surabaya, mengikuti pendidikan program sarjana Akuntansi lulus pada tahun 1996, program Magister Akuntansi pada tahun 2006 di Universitas Airlangga Surabaya. sebagai dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Putra Surabaya sejak tahun 1998 sampai saat sekarang. Jabatan struktural yang pernah diembannya adalah sebagai Ketua Program Studi Akuntansi sejak tahun 2000 sampai sekarang.

ISBN 978-602-1187-75-3



9

786021

187753



Griya Kebraon Tengah XVII Blok FH-10 Surabaya  
HP / WA : 085645678944  
E-mail: perwiramedia.nusantara@yahoo.co.id

# **Perekayasaan Sosial:**

## **Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur**

Pengembangan usaha merupakan strategi yang mengarah pada pemanfaatan sumberdaya ekonomi yang lebih efektif dan efisien, agar memberi nilai tambah bagi keberlanjutan usaha.

**Wahyudiono  
Maria Widyastuti  
Aminatuzzuhro**

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

# **Perekayasaan Sosial:**

## **Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur**

**Penulis**

Wahyudiono  
Maria Widyastuti  
Aminatuzzuhro

Desain Cover  
Anna

Layout Isi  
Yuda Prawira

Copyright © 2019 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 : 978-602-1187-83-8**

**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, Islam, ilmu dan kesehatan, atas ijin dan ridhoNYA kami tim peneliti hibah Ristekdikti telah mempersembahkan satu buku lagi dengan Judul **“Perekayasaan Sosial: Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur”**. Buku ini di desain untuk merekonstruksi model pengembangan usaha sektor UMKM pada Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur. Desain buku ini meliputi penguatan aspek kelembagaan, penguatan mitra usaha, penguatan fungsi manajemen, aspek pemanfaatan teknologi informasi, penguatan kemitraan *stakeholder* dan pengembangan berkelanjutan.

Struktur buku perekayasaan sosial ini meliputi lima bagian yang terdiri dari latar belakang, pendekatan metode yang dipergunakan, obyek yang diteliti, perumusan model dan penutup. Bagian perumusan merupakan inti dari model pengembangan usaha sektor UMKM yang diharapkan mampu menjadi model yang efektif dan dapat diimplementasi pada usaha sektor UMKM. Mendorong UMKM menjadi tumbuh berkembang membutuhkan peran aktif *stakeholder* secara *ter-integrated* dalam mengoptimalkan sumberdaya yang dimiliki oleh sektor UMKM yang terdiri dari kalangan birokrasi, pelaku bisnis dan akademisi, oleh karena itu dalam buku ini ingin mengupas lebih mendalam bagaimana mengoptimalkan peran *stakeholder* dalam pengembangan usaha sektor UMKM agar sektor ini memiliki nilai tambah ekonomis dan mampu berkontribusi secara riil terhadap perekonomian domestik dan nasional serta turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat menjadi lebih baik.

Pemanfaatan sumberdaya ekonomi merupakan instrumen penting untuk mengembangkan nilai tambah ekonomis sektor UMKM guna mengungkit tumbuh dan berkembangnya usaha sektor informal ditengah persaingan yang global dan dinamis, oleh karena itu upaya untuk mengoptimalkan kemitraan *stakeholder* dan mensinergikan sumberdaya ekonomi masyarakat merupakan langkah strategis sebagai instrumen untuk merumuskan arah kebijakan yang menyangkut pengembangan usaha sektor UMKM, sehingga kedepannya sektor ini memiliki model yang layak, mandiri dan berkelanjutan agar sektor

ini mampu tumbuh berkembang ditengah persaingan ekonomi global dan mampu menjamin keberlanjutan di era ekonomi digital.

Pada kesempatan ini tim peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada pihak Pemerintah Republik Indonesia cq. Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah berkenan memberikan hibah melalui kontrak penelitian Nomor: 008/SP2H/LT/MONO/L7/2019 dan kontrak penelitian dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Narotama Nomor: 163C/NR-LPPM/03/IV/2019 sehingga kami dapat menyelesaikan satu buku lagi dengan judul tentang: “Perekayasaan Sosial: Model pengembangan usaha sektor UMKM“ tepat waktu dan berlangsung dengan baik. Semoga buku ini dapat memberi manfaat bagi pelaku usaha mikro dan kecil, bagi masyarakat, pemerintah dalam menyusun kebijakan lokal serta lembaga pendidikan tinggi dan mahasiswa yang ingin mengenal lebih dalam terkait dengan karakteristik usaha mikro dan kecil di Indonesia dan menjadikan usaha mikro dan kecil sebagai pusat kajian ilmiah di perguruan tinggi.

Surabaya, Oktober 2019  
Ketua Tim,  
Universitas Narotama Surabaya

Wahyudiono

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penyusunan Model.....	8
1.4 Manfaat Penyusunan Model.....	9
BAB 2. KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Komunitas Usaha.....	11
2.2 Fungsi Koperasi.....	16
2.3 Optimalisasi Peran Koperasi.....	18
2.4 Pengembangan Pelayanan Koperasi.....	19
2.5 Pemberdayaan Fungsi Koperasi.....	22
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Obyek dan Nara Sumber.....	25
3.3 Instrumen Penelitian.....	26
3.4 Sampel Sumber Data.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	29
3.7 Satuan Kajian (fokus amatan).....	31
3.7.1 Penguatan Kelembagaan.....	31
3.7.2 Penguatan Mitra Usaha.....	32
3.7.3 Penguatan Fungsi Manajemen.....	33
3.7.4 Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	33
3.7.5 Penguatan Mitra <i>Stakeholder</i> .....	34
3.7.6 Pengembangan Keberlanjutan.....	35
3.8 Teknik Analisis Data.....	36
3.8.1 Rancangan dan Metode Penelitian.....	38
3.8.2 Detail Kegiatan Penelitian.....	39

BAB 4. GAMBARAN OBYEK PENELITIAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Obyek.....	41
4.2 Karakteristik Sentra UMKM.....	45
4.2.1 Pelaku UMKM.....	45
4.2.2 Lokasi Sentra UMKM.....	46
4.2.3 Komoditi Barang Dagangan.....	49
4.2.4 Siklus Kunjungan Wisatawan.....	50
4.2.5 Infrastruktur Kawasan Wisata.....	52
4.2.6 Karakteristik Pengembangan Usaha UMKM.....	53
BAB 5. PERUMUSAN MODEL.....	69
5.1 Aspek Perumusan Model.....	69
5.1.1 Identifikasi Proses Pengembangan Usaha UMKM.....	70
5.1.1.1 Penguatan Kelembagaan.....	72
5.1.1.2 Penguatan Mitra Usaha.....	73
5.1.1.3 Penguatan Fungsi Manajemen.....	74
5.1.1.4 Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	75
5.1.1.5 Penguatan Mitra <i>Stakeholder</i> .....	76
5.1.1.6 Pengembangan Berkelanjutan.....	77
5.1.2 Mapping Proses Pengembangan Usaha UMKM.....	78
5.1.2.1 Penguatan Kelembagaan.....	79
5.1.2.2 Penguatan Mitra Usaha.....	81
5.1.2.3 Penguatan Fungsi Manajemen.....	83
5.1.2.4 Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	84
5.1.2.5 Penguatan Mitra <i>Stakeholder</i> .....	86
5.1.2.6 Pengembangan Berkelanjutan.....	88
5.1.3 Merumuskan Model Pengembangan Usaha UMKM.....	90
5.1.3.1 Penentuan Titik Krusial.....	91
5.1.3.2 Rumusan Model.....	96
5.1.4 Pengujian Efektivitas Model.....	102
5.1.5 Mengevaluasi Efektivitas Rumusan Model.....	109
5.2 Pembahasan Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM.....	110
5.2.1 Kemitraan <i>Stakeholder</i> .....	111
5.2.1.1 Kalangan Birokrasi.....	112
5.2.1.2 Kalangan Bisnis.....	114
5.2.1.3 Kalangan Akademik.....	117
5.2.2 Sinergi Sumberdaya.....	120
5.2.2.1 Penguatan Kelembagaan.....	120
5.2.2.2 Penguatan Fungsi Manajemen.....	122
5.2.2.3 Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	124
5.2.2.4 Kelembagaan Koperasi.....	127
5.2.3 Perilaku Kreatif dan Budaya Inovatif.....	129
5.2.3.1 Kreatif dan Inovatif aspek Kemitraan.....	130
5.2.3.2 Kreatif dan Inovatif aspek Manajemen.....	131



5.2.3.3 Kreatif dan Inovatif aspek Pasar.....	132
5.2.3.4 Kebutuhan Pengembangan Berkelanjutan.....	134
BAB 6. PENUTUP.....	141
6.1 Kesimpulan.....	141
6.2 Rekomendasi.....	142
DAFTAR PUSTAKA.....	145
BIOGRAFI PENULIS.....	147

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Penyerapan Tenaga Kerja Per Sektor.....	6
Tabel 3.1 : Rincian Tahapan Penelitian.....	30
Tabel 4.1 : Karakteristik Proses Pengembangan UMKM Tuban.....	53
Tabel 4.2 : Karakteristik Proses Pengembangan UMKM Lamongan.....	56
Tabel 4.2 : Karakteristik Proses Pengembangan UMKM Gresik.....	60
Tabel 4.4 : Karakteristik Proses Pengembangan UMKM Surabaya.....	63
Tabel 5.1 : Penguatan Kelembagaan.....	72
Tabel 5.2 : Penguatan Mitra Usaha.....	73
Tabel 5.3 : Penguatan Fungsi Manajemen.....	74
Tabel 5.4 : Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	75
Tabel 5.5 : Penguatan Mitra <i>Stakeholder</i> .....	76
Tabel 5.6 : Pengembangan Berkelanjutan.....	77
Tabel 5.7 : Mapping Karakteristik Penguatan Kelembagaan.....	79
Tabel 5.8 : Mapping Karakteristik Penguatan Mitra Usaha.....	81
Tabel 5.9 : Mapping Karakteristik Penguatan Fungsi Manajemen.....	83
Tabel 5.10: Mapping Karakteristik Penguatan Pemanfaatan Teknologi...	85
Tabel 5.11: Mapping Karakteristik Penguatan Mitra <i>Stakeholder</i> .....	87
Tabel 5.12: Mapping Karakteristik Pengembangan Berkelanjutan.....	89
Tabel 5.13: Persepsi Atas Efektivitas Model Pengembangan Usaha.....	104

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 : Tujuh Indikator Utama Penguatan Kelembagaan.....	80
Gambar 4.2 : Tujuh Indikator Utama Penguatan Mitra Usaha.....	82
Gambar 4.3 : Tujuh Indikator Utama Penguatan Fungsi Manajemen.....	84
Gambar 4.4 : Tujuh Indikator Utama Pemanfaatan Teknologi Informas	86
Gambar 4.5 : Tujuh Indikator Utama Penguatan Mitra Stakeholder.....	88
Gambar 4.6 : Tujuh Indikator Utama Pengembangan Keberlanjutan.....	90
Gambar 4.7 : Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM.....	99
Gambar 4.8 : Persepsi Respon Terhadap Kelayakan Model.....	108

# **BAB. 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Para ulama penyebar 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 kearifan 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 outentik 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 mutualisme 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 di kawasan wisata religi.

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 prosentasenya namun secara kuantitas mengalami kenaikan cukup baik, hal ini menunjukkan juga pada kunjungan wisata religi tetap mengalami kenaikan dalam jumlah kunjungan wisatawannya.

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 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 secara riil bagi peningkatan pendapatan masyarakat.

Mengacu pada uraian latar belakang tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi dan struktur ekonomi di Jawa Timur lebih dipengaruhi dan ditentukan oleh karakteristik masyarakatnya baik menyakuti 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 dimiliki oleh daerah harus dikelola secara benar dan memadai serta mampu memberikan nilai tambah bagi kesejahteraan masyarakatnya. Secara umum daya tarik wisata dapat dikelompokkan 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 melakukan optimalisasi 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 perekayasa sosial dalam bentuk kebijakan: **“Model Pengembangan Usaha UMKM yang Efektif Pada Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur”**, sehingga sentra UMKM pada kawasan wisata religi mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat yang kuat, mandiri serta meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat yang tinggal disekitar kawasan wisata religi

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang tersaji pada latar belakang tersebut, maka dapat peneliti kemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah karakteristik proses pengembangan usaha UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur ?
2. Bagaimanakah model pengembangan usaha UMKM yang efektif di kawasan wisata religi di Jawa Timur ?
3. Bagaimanakah model pusat informasi manajemen terpadu pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur ?

## **1.3 Tujuan Penyusunan Model**

Mengacu pada rumusan masalah tersebut diatas, dapat dikemukakan tujuan dari perekayasa sosial model sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur
2. Merumuskan model pengembangan usaha UMKM yang efektif dikawasan wisata religi di Jawa Timur
3. Merumuskan model pusat pengembangan manajemen terpadu sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur

#### 1.4 Manfaat Penyusunan Model

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

- a. Bagi *stakeholder*, memberi alternatif model pengembangan usaha sektor UMKM pada kawasan wisata religi yang lebih efektif, sehingga dapat digunakan sebagai panduan dalam mengelola dan pengembangan usaha UMKM yang lebih baik, dalam rangka mendorong peningkatan usahanya menjadi tumbuh berkembang serta meningkatkan daya saing usahanya menjadi lebih unggul dan meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM.
- b. Bagi Pemerintah Daerah, memberi solusi dalam rangka untuk pengembangan usaha sektor UMKM yang berada di wilayah agar mampu mengambil peran yang lebih efektif dalam mendorong pengembangan usaha sektor 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 pengembangan usaha sektor 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 pengembangan usaha sektor UMKM yang efektif dan efisien sehingga mampu meningkatkan kenyamanan wisatawan religi di makam wali di Jawa Timur.

- d. Bagi Masyarakat, memberikan model pengembangan usaha sektor 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 pengembangan usaha sektor UMKM ini diharapkan mengurangi ketidakpastian dalam rangka pengembangan usaha sektor UMKM dibanding dengan jika tidak memiliki suatu model pengembangan usaha yang memadai.

## **BAB 2**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunitas Usaha**

Pembinaan terhadap sektor koperasi dan UMKM sangat perlu untuk terus dikembangkan sehingga manakala sektor koperasi dan UMKM mau ekspansi masuk ke publik tidak ada kendala baik segi pengawasannya, pembukuannya akuntabilitasnya dan perizinannya. Dalam hal ini koperasi dan UMKM harus memiliki basis kelembagaan yang kuat dan terpercaya sehingga dapat memasuki pasar asing di negara-negara ASEAN.

Berkaitan dengan hal tersebut, Pemerintah terus berupaya untuk mempermudah perizinan usaha bagi sektor koperasi dan UMKM sehingga mampu masuk ke sektor formal dan memiliki kemampuan bersaing. Koperasi dan UMKM perlu kita dorong sebagai institusi dari ekonomi kerakyatan yang merupakan nyawa baru dalam struktur perekonomian Indonesia, tentunya dengan penguatan kelembagaan yang ada pada dua sektor perekonomian ini agar mereka siap bersaing tidak hanya pada pasar domestik akan tetapi juga siap bersaing di pasar internasional. Untuk itu pemerintah melalui Kemenkop UMKM terus berupaya membangun ekosistem atau iklim usaha yang kondusif untuk mendorong koperasi dan UMKM semakin tumbuh dan berkembang serta berdaya saing.

Untuk memperkuat aspek kelembagaan, pemerintah menjalin kerja sama dengan berbagai pihak untuk menjadikan pelaku koperasi dan UMKM agar bisa menjadi wirausaha yang handal dan terampil, salah satunya dengan Bank Indonesia. Bank Indonesia menyediakan ekosistem mulai pelatihan lembaga keuangan, akuntansi dan menyediakan pembiayaan murah mudah dengan berbagai skim pembiayaan. Kementerian Koordinator (Kemenko) Perekonomian membangun ekosistem terkait regulasi yang mendorong kemudahan berwirausaha bagi pelaku sektor usaha koperasi dan UMKM terkait potensi bernilai ekonomi di sejumlah daerah dimana Kemenko Perekonomian bekerja sama dengan pemerintah daerah sehingga dapat menggali sebanyak mungkin potensi untuk UMKM. Selain itu, pemerintah juga menggandeng berbagai

universitas untuk memberikan pelatihan-pelatihan kewirausahaan kepada pelaku usaha. Untuk itu, sinergitas antar pemangku kepentingan sangat diperlukan untuk menyiapkan koperasi dan UMKM dengan dasar kelembagaan yang kuat. Oleh karena itu, faktor kelembagaan yang dimaksud disini adalah daya dukung institusi yang terkait dengan kepentingan UMKM.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini tengah menghadapi fenomena paradoks. Disatu sisi UMKM terlihat sangat strategis karena merupakan pilar pendukung utama dan terdepan dan pembangunan ekonomi. UMKM merupakan lapangan usaha yang paling banyak dan paling mudah diakses oleh masyarakat bawah di Indonesia. UMKM paling besar dan paling cepat dalam memberikan peluang lapangan pekerjaan dan memberikan sumber penghasilan bagi kebanyakan masyarakat kita. UMKM paling fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah kebijakan perekonomian dan sektor UMKM juga cukup terdiversifikasi dan memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan. Betapa luar biasanya peran UMKM di Indonesia kita ini, namun disisi lain kita juga banyak menemukan persoalan pelik ditubuh UMKM.

Sejatinya selama ini telah terjadi paradok yang cukup lama di tubuh UMKM di Indonesia. Disatu sisi perannya mempesona tetapi disisi lain UMKM ini banyak mengandung masalah. Hal ini disebabkan karena secara ekonomi politik, keberadaannya dianak tirikan atau juga bisa dikatakan dinomor duakan terutama pada masa Orde Baru yang lalu. Dominasi keberpihakan rezim Orde Baru kepada pelaku ekonomi besar telah menyebabkan UMKM di Indonesia lemah secara kelembagaan. Sehingga UMKM kita menjadi lambat mandiri, lambat mengembangkan diri dan menjadi lemah dalam hal akses.

Bukan menjadi rahasia umum lagi bagi kita semua, bahwa dari dahulu permasalahan klasik yang selalu mendera UMKM antara lain adalah :

1. Rumitnya proses perizinan dan penyederhanaan pencatatan usaha.  
Perizinan usaha di Indonesia sangat berbelit dan memakan waktu yang

sangat lama jika dibandingkan dengan negara-negara lain padahal untuk UMKM izin usaha adalah modal paling dasar jika mau berkembang dan mendapat akses dengan baik terutama sekali akses permodalan.

2. Sulitnya akses penambahan modal melalui kredit bank. Kebanyakan UMKM tidak berhasil mendapatkan kredit dari bank karena UMKM tidak memenuhi persyaratan untuk layak diberi kredit (tidak *bankable*). Hal ini antara lain karena UMKM belum memiliki pengetahuan dan kesiapan dalam memenuhi persyaratan kredit sehingga para pelaku UMKM memandang prosedur kredit terlalu sulit dan berbelit.
3. Lemahnya kemampuan UMKM dalam hal manajemen. Permasalahan sebagian besar UMKM di Indonesia adalah lemahnya kemampuan manajemen. Karena sebagian besar pelaku UMKM memiliki tingkat pendidikan SMU atau sederajat, maka penguasaan ini sangat lemah. Padahal ini merupakan kunci utama jika UMKM mau menilai perkembangan dan ingin mendapat akses kredit modal usaha di perbankan.
4. Lemahnya penguasaan terhadap *networking* atau jaringan kerja dan akses pasar. Hal ini muncul akibat lemahnya kemampuan UMKM mengorganisir diri dan lemahnya kemampuan pemasaran UMKM, lemahnya penguasaan jaringan pasar, dan lemahnya penguasaan fasilitas teknologi dan informasi (IT) oleh UMKM.

Saat ini, disaat kita sadar akan nasib UMKM dan segera berkegiatan memberikan bantuan untuk memperbaiki nasib UMKM, kita dihadapkan pada fakta bahwa pendekatan konvensional dengan memberikan bantuan modal dan manajemen usaha semata bukanlah lagi solusi yang tepat untuk UMKM dimasa datang. UMKM dimasa datang menghadapi tantangan pasar bebas yang serba terbuka dalam hal persaingan dengan pelaku ekonomi dari luar negeri. Oleh sebab itu UMKM membutuhkan kesiapan untuk menjadi mandiri dan kuat secara kelembagaan. Dengan demikian UMKM kita dapat dengan mudah memperoleh akses *networking*, akses perizinan dan perlindungan UMKM, menguasai akses modal perbankan,



menguasai akses jaringan pasar regional dan global, menguasai akses teknologi dan informasi.

Kelembagaan menurut Douglass C North (1996) secara sederhana dapat dipahami sebagai seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara aktor dan organisasi dalam suatu konteks, misal konteks Pemerintah Daerah, konteks lembaga keuangan termasuk konteks UMKM ini. Pandangan kelembagaan ini saat ini diusung oleh para pemikir ekonomi kelembagaan baru atau New Institutional Economics, yang menganggap bahwa kegagalan kelembagaan (*institutional failures*) yang menjadi penyebab terjadinya keterbelakangan.

Kelembagaan ini dalam perspektif New Institutional Economic menurut pandangan Davis and North (1971) dibedakan antara *institutional environment* dan *institutional arrangement*. *Institutional environment* membahas tentang *background constraint*, atau *rule of the game* yang memandu perilaku individu-individu. Hal-hal tersebut berbentuk *formal constraint* yakni (aturan tertulis, perundang-undangan, *property right etc*) dan *informal constraint* seperti adat istiadat, norma, aturan sosial dan sejenisnya. Sementara itu *institutional arrangement* membicarakan tentang *governance structure* atau dalam istilah Williamson (1993) disebut sebagai *the institutions of governance* yang mencakup kontrak dan kegiatan pengorganisasian.

Dalam pandangan ekonomi kelembagaan, UMKM dipandang kuat secara kelembagaan jika setidaknya memenuhi prinsip-prinsip :

1. Aturan main (*role of the game*) yang mengawal proses perkembangan UMKM bisa memberikan kontribusi yang positif bagi perkembangan UMKM
2. Hak kepemilikan atau *property right* yang terartikulasi dalam bentuk perizinan usaha dan hak cipta yang dihasilkan oleh UMKM dapat dengan mudah diperoleh UMKM.
3. Informasi yang diakses oleh UMKM mendekati sempurna atau tidak terjadi *asymmetric information* sehingga dapat dengan mudah mengakses informasi yang berbentuk regulasi dari pemerintah maupun informasi internal dalam pengelolaan UMKM.

4. *Transaction cost* atau biaya transaksi yang harus dikeluarkan UMKM dalam mengurus perizinan dan pengelolaan produksi dan penjualan kecil sehingga UMKM bisa berkembang tanpa harus menanggung beban yang berat atas biaya-biaya perizinan dan transaksi lainnya.

Melihat permasalahan yang melilit sekujur tubuh UMKM diatas, mungkinkah akan lahir kelembagaan yang kuat pada UMKM di Indonesia? Bagaimanakah kita harus bersikap terhadap UMKM agar lahir kelembagaan yang kuat pada UMKM? Menurut North (1996) ada 5 (lima) asumsi yang mempengaruhi perubahan suatu kelembagaan yaitu:

1. Interaksi yang berkelanjutan antara kelembagaan dan organisasi dalam situasi ekonomi yang terbatas, oleh sebab itu persaingan merupakan kunci untuk perubahan kelembagaan.
2. Persaingan akan mendorong organisasi untuk terus menerus berinvestasi dalam keterampilan dan pengetahuan untuk bertahan. Berbagai macam keahlian dan pengetahuan individual dan organisasi akan mengembangkan persepsi tentang peluang, dan karenanya pilihan yang akan menambah perubahan pada organisasi
3. Kerangka kerja kelembagaan akan memberikan insentif secara maksimum kepada mereka yang memiliki keterampilan dan pengetahuan
4. Persepsi dibentuk dari perilaku mental individu
5. Lingkup ekonomi, yang saling melengkapi dalam menjalin kerjasama dengan kelembagaan lain diharapkan dapat membuat perubahan kelembagaan yang saling menguntungkan dan saling ketergantungan.

Jadi sebenarnya tidak tertutup kemungkinan akan terciptanya kelembagaan UMKM yang kuat jika kita melihat kelima asumsi diatas. Sehingga saat ini yang sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM adalah *stakeholders* dan semua pihak yang berniat mendukung penguatan kelembagaan UMKM. Pertama, mendorong UMKM agar berinteraksi secara aktif dengan aturan-aturan yang melingkupi pengelolaan UMKM di Indonesia, melakukan kritik, masukan dan perubahan serta pembaharuan

kebijakan peraturan tentang UMKM. Kedua, membantu meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM dan persaingan yang dihadapi UMKM harus dimanfaatkan sebaik mungkin untuk mendorong lahirnya institusi UMKM yang kuat. Ketiga, UMKM akan kuat jika memberlakukan asas profesionalitas dalam khususnya dalam hal insentif sehingga pelaku UMKM lebih serius dalam mengembangkan UMKM. Keempat, Membantu UMKM membangun mental kewirausahaan dan mental keberanian untuk memperjuangkan nasib UMKM menjadi organisasi bisnis yang kuat dan mandiri di Indonesia. Kelima, Membantu UMKM membangun kerjasama yang lebih serius dalam bentuk asosiasi dan jaringan kerja yang dapat mewadahi kepentingan UKM dalam memperjuangkan regulasi yang berpihak pada UKM dimasa yang akan datang.

Dalam penguatan kelembagaan UMKM, pemerintah juga harus bekerjasama dengan komunitas usaha agar kelembagaan UMKM menjadi semakin kuat dan kokoh sehingga manakala UMKM akan melakukan kerjasama kemitraan dengan komunitas usaha akan sangat mudah dan sudah memiliki wadah kelembagaan sebagai syarat dalam membangun kemitraan.

Komunitas usaha yang ada pada sektor UMKM dalam hal ini terdiri dari berbagai pelaku usaha yang sama-sama menjalankan kegiatan bisnis, baik pada sektor usaha yang sama maupun sektor usaha yang berbeda. Komunitas usaha disini juga termasuk asosiasi-asosiasi usaha yang ada yang pada umumnya menaungi dan menjadi wadah organisasi bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnis tertentu. Bersinergi dengan komunitas usaha, pelaku UMKM akan dapat memperkuat kelembagaannya melalui berbagai pelatihan, baik pelatihan mengenai aspek manajemen usaha maupun aspek manajerial lainnya yang sangat diperlukan oleh pelaku UMKM dalam menjalankan kegiatan usahanya.

## **2.2 Fungsi Koperasi**

Sebagaimana kita bersama bahwa koperasi adalah merupakan entitas bisnis yang banyak bersentuhan dengan ekonomi kerakyatan dan usaha

skala kecil yang sifatnya informal. Dalam banyak kasus yang terjadi di lapangan, para pelaku UMKM dalam pemenuhan kebutuhan akan pembiayaan usahanya seringkali berurusan dengan koperasi. Koperasi dijadikan sebagai satu-satunya lembaga jasa keuangan yang bisa memberikan pinjaman untuk kepentingan usahanya karena proses mudah, cepat dan persyaratannya ringan apabila dibandingkan dengan lembaga jasa keuangan lainnya, seperti perbankan misalnya.

Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Koperasi, disebutkan bahwa Fungsi dan peran Koperasi meliputi aktivitas sebagai berikut:

1. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya;
2. Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat;
3. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan Koperasi sebagai sokogurunya;
4. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

Atas dasar fungsi dan peran daripada koperasi sesuai dengan amanat UU Nomor 25 tahun 1992 diatas, maka penguatan kelembagaan sektor UMKM dapat dilakukan melalui fungsi dan peran yang ada pada koperasi. Dalam hal ini dapatlah dikatakan bahwa koperasi berfungsi untuk memperkuat kelembagaan UMKM sehingga akan menjadikan UMKM sebagai salah satu sektor usaha yang kokoh, kuat, dan tahan dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Sebagai anggota koperasi, pelaku UMKM tentunya akan sangat mendapatkan dukungan dalam hal kebutuhan akan modal usaha, bantuan atau konsultasi akan pengembangan usaha, pendidikan, pelatihan, serta pendampingan usaha secara terus-menerus dari koperasi. Dalam hal ini

pemberdayaan koperasi dalam pengelolaan UMKM menjadi sangat penting untuk mewujudkan kemandirian UMKM secara ekonomi dalam menjalankan kegiatan usahanya.

### **2.3 Optimalisasi Peran Koperasi**

Melihat pentingnya fungsi koperasi dalam membantu kegiatan usaha sektor UMKM sebagaimana diamanatkan dalam UU No. 25 Tahun 1992 diatas, serta hubungan yang terjalin sangat erat dan familier antara pelaku UMKM dengan koperasi selama ini, maka penguatan kelembagaan UMKM melalui koperasi hendaknya dapat dioptimalkan dengan peran dan porsi yang lebih yang harus dilakukan oleh koperasi sehingga UMKM akan dapat menjadi semakin kokoh, kuat dan tahan dalam struktur kelembagaannya. Apalagi koperasi sekarang ini juga dipandang sebagai salah satu lembaga keuangan mikro (LMK) sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro, dimana dalam peraturan perundangan tersebut jelas disebutkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro yang selanjutnya disingkat LKM adalah lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata - mata mencari keuntungan. LKM bertujuan untuk : (1). meningkatkan akses pendanaan skala mikro bagi masyarakat; (2). membantu peningkatan pemberdayaan ekonomi dan produktivitas masyarakat; dan (3). membantu peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat miskin dan/atau berpenghasilan rendah yang tersebar diberbagai wilayah di Indonesia.

Melihat sedemikian dekatnya hubungan antara pelaku UMKM dan koperasi selama ini, maka sudah selayaknya optimalisasi peran koperasi dalam memperkuat kelembagaan UMKM dapat dikembangkan dengan tujuan untuk menjadi UMKM mampu untuk menjalankan kegiatan usahanya dengan baik dan berkelanjutan. Penguatan kelembagaan UMKM melalui optimalisasi peran koperasi, dalam hal ini dapat dilakukan

melalui pelatihan manajemen usaha, pemberian jasa konsultasi usaha yang pada umumnya berkaitan dengan masalah-masalah pengelolaan keuangan dan akses permodalan, serta pemberian pinjaman.

Melalui peran dan fungsi koperasi inilah, kelembagaan UMKM akan dapat menjadi semakin kuat dan pada gilirannya sektor UMKM akan dapat meningkatkan kinerjanya serta mampu berkompetisi di pasar domestik maupun internasional.

#### **2.4 Pengembangan Pelayanan Koperasi**

Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan cara baru berkoperasi. Dalam kaitan ini, para pelaku koperasi memiliki tantangan untuk bersaing di era digital. Oleh karena itu, para pelaku koperasi harus mengubah mindset dalam sistem tata kelola secara menyeluruh.

Koperasi harus melakukan reformasi total agar mampu melewati era revolusi industri 4.0. Koperasi harus mampu beradaptasi dan bertransformasi secara dinamis. Oleh karenanya, koperasi harus kreatif dan inovatif dalam menjalankan strategi bisnis, salah satunya dengan penggunaan teknologi bisa dijadikan sebagai alat koperasi dalam menerapkan strategi efisiensi usaha dan dapat meningkatkan daya saingnya dengan menggandeng UMKM sebagai pelaku utamanya.

Berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada pada saat ini, sudah saatnya koperasi mengembangkan aplikasi-aplikasi teknologi yang bisa diaplikasikan pada bisnis koperasi. Misalnya, aplikasi pelayanan anggota dan bisnis, untuk meningkatkan kinerja usaha. Dengan cara ini, Rapat Anggota Tahunan (RAT) sudah bisa dilakukan secara online. Artinya, dengan anggota koperasi yang mencapai ratusan ribu orang, berapa anggaran yang bisa dihemat dan bisa dialokasikan untuk pengembangan usaha koperasi.

Dengan cara demikian, koperasi akan mampu menjawab tantangan zaman dan mampu bersaing dengan sektor usaha lain termasuk para startup digital. Selain itu, program *rebranding* dan menampilkan citra baru bagi koperasi akan membuahkan hasil, khususnya di kalangan generasi milenial sehingga generasi milenial akan lebih familier dengan keberadaan

dan eksisten usaha koperasi yang selama ini dinilai jelek dan memiliki citra (*image*) kurang baik.

Koperasi saat ini sudah banyak yang berkembang menjadi besar dan masuk ke sektor-sektor usaha modern. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk terus membangun citra baru koperasi yang selama ini masih dianggap jadul dan kuno, apalagi dengan kehadiran *financial technology* (*fintech*) yang berkembang sekarang ini, akan semakin memperburuk citra koperasi apabila dari pihak koperasi sendiri tidak mau berbenah diri dengan citra yang baru maupun menambah dan mengembangkan jenis layanan yang baru bagi para anggotanya.

Dalam hal ini, tantangan teknologi informasi harus disikapi dengan ide kreatif, aktif, dan inovatif dimana akan melahirkan layanan digital koperasi. Koperasi Digital sudah memiliki layanan digital untuk melakukan pendaftaran *online*. Calon anggota cukup mengisi beberapa data pribadi di situs lembaga untuk menjadi anggota koperasi. Kemudian calon anggota melakukan pembayaran simpanan melalui transfer yang akan terdeteksi secara otomatis dalam waktu kurang dari 15 menit.

Ketika zaman telah menuju ke era digital tak dipungkiri organisasi bisnis yang sudah bergerak sejak abad 20 lalu pun harus beralih ke arah digital atau disebut koperasi digital. Berbeda dengan koperasi konvensional yang hanya bergerak di bidang ekonomi. Keuntungan Koperasi digital selain bergerak di bidang ekonomi namun juga teknologi. Koperasi digital juga akan memfokuskan kegiatannya pada tiga bidang yaitu *Device*, *Network* dan *Application* (*DNA*). Di area *Device*, Koperasi akan memiliki *brand Smartphone* sendiri yang kemudian aplikasi-aplikasinya akan diisi secara prioritas untuk aplikasi lokal.

Sedangkan di area *network*, Koperasi ini akan meluncurkan satelit untuk Indonesia yang kemudian pengelolaan dan pelayanan pelanggannya akan dilakukan oleh Aliansi Penyelenggara jasa Internet Indonesia (APJII) sesuai dengan semangat koperasi yaitu Kerjasama Gotong Royong dan mendukung UKM.

Koperasi adalah organisasi ekonomi yang berwatak sosial dan budaya yang memiliki sifat *self-help* (menolong dirinya sendiri), sehingga

adanya kepentingan ekonomi yang sama dari para anggotanya menjadi dasar kemandirian sebuah koperasi. Untuk itu, keinginan untuk membangun kemandirian dan kedaulatan ekonomi digital melalui koperasi sudah sesuai dengan ruh sebuah koperasi yang otonom dan memiliki sifat *self-help*.

Dengan kehadiran Koperasi Digital Indonesia Mandiri ini, maka akan dapat ikut mendorong para pelaku UMKM yang jumlahnya banyak untuk beradaptasi dengan ekonomi digital, sehingga arus informasi yang sudah semakin cepat ini dapat memberikan manfaat bagi mereka dalam pengembangan usahanya. Hal ini dikarenakan UMKM perlu mendapat dukungan dari berbagai pihak, baik Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha dan Masyarakat, sehingga pemberdayaan UMKM melalui peran koperasi dapat secara efektif menjadikan menjadikan UMKM naik kelas dari skala usaha mereka meningkat dari skala mikro (aset maksimal 50 juta dan omzet 300 juta setiap tahunnya) menjadi skala kecil (aset maksimal 500 juta dan omzet 2,5 Milyar) dan seterusnya.

Apa yang telah dijelaskan diatas, pada dasarnya mengilustrasikan bagaimana pengembangan layanan koperasi terhadap anggotanya (termasuk pelaku UMKM) yang sekarang ini telah berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dimana pada kalangan pelaku usaha dan dunia bisnis pada umumnya teknologi informasi dan komunikasi ini sudah banyak digunakan dalam membantu kelancaran kegiatan usahanya. Penggunaan aplikasi-aplikasi teknologi informasi dan komunikasi dalam dunia bisnis pada dasarnya sangat berkaitan dengan perbaikan dan peningkatan kualitas layanan, membangun kemitraan dengan stakeholder yang secara langsung maupun tidak langsung mampu membuka akses sumberdaya yang lebih efektif, kuat dan mandiri.

Dengan kualitas layanan yang semakin baik yang dilakukan oleh sektor koperasi dalam rangka mendukung pengembangan sektor UMKM, maka pada gilirannya akan membantu sektor UMKM untuk berkembang skala usahanya dan UMKM akan dapat naik kelas sehingga dapat



menjalankan kegiatan usahanya secara berkelanjutan dalam jangka panjang.

## **2.5 Pemberdayaan Fungsi Koperasi**

Koperasi adalah suatu lembaga ekonomi kerakyatan yang dibentuk oleh dan untuk kepentingan anggotanya. Dalam kegiatan usahanya, koperasi akan berorientasi pada azas kekeluargaan dan kebersamaan. Oleh karenanya Koperasi juga merupakan salah satu pengorganisasian masyarakat sebagai bentuk dari pemberdayaan masyarakat. Kindervartter (1979) memaknai pemberdayaan sebagai berikut *“people gaining an understanding of and control over social, economic, and or political frces in order to improve their standing in society”*. Pengertian pemberdayaan tersebut dapat diartikan sebagai proses peningkatan kemampuan seseorang baik dalam arti pengetahuan, keterampilan, maupun sikap agar dapat memahami dan mengontrol kekuatan sosial, ekonomi, dan atau politik sehingga dapat memperbaiki kedudukannya dalam masyarakat.

Pendapat tersebut dikuatkan pula oleh Kamil (2009), menurutnya terdapat empat karakteristik dasar dalam proses pemberdayaan masyarakat yang sangat erat kaitannya dengan peran pendidikan nonformal. Salah satu karakteristik tersebut adalah pengorganisasian masyarakat ialah karakteristik yang mengarah pada tujuan untuk mengaktifkan masyarakat dalam usaha meningkatkan dan mengubah keadaan sosial ekonomi mereka. Terkait dengan usaha untuk meningkatkan dan mengubah keadaan sosial ekonomi masyarakat sebagaimana dikemukakan diatas, maka hal ini sejalan dengan fungsi dan peran daripada keberadaan koperasi yang ada di tengah-tengah masyarakat.

Masyarakat sebagai individu maupun kelompok, sebagai anggota ataupun bukan anggota yang kebetulan sebagai pelaku UMKM tentunya akan sangat diuntungkan dengan kehadiran koperasi ini. Hal ini dengan tujuan daripada koperasi itu sendiri untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan

Undang-Undang Dasar 1945. Tujuan koperasi sebagaimana dijelaskan diatas, kemudian diperkuat dengan fungsi koperasi yang pada dasarnya adalah membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.

Oleh karenanya isu mengenai pemberdayaan yang sekarang ini lagi hangat-hangatnya dibicarakan, dilakukan dan dilaksanakan pada berbagai sektor kehidupan di masyarakat, hendaknya juga lebih banyak dikembangkan pada sektor usaha koperasi, khususnya pada pemberdayaan fungsi koperasi. Hal ini sesuai dengan fungsi koperasi untuk membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota dan masyarakat. Melalui upaya pemberdayaan fungsi koperasi inilah, potensi dan kemampuan ekonomi masyarakat (termasuk pelaku UMKM) akan dapat ditingkatkan, sehingga UMKM akan dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan lebih baik, akan dapat mandiri secara ekonomi, dan pada gilirannya kesejahteraan ekonomi mereka akan mengalami peningkatan.

Pemberdayaan fungsi koperasi dapat dilakukan melalui berbagai macam kegiatan dan program pemberdayaan, antara lain melalui proses pembinaan bagi pelaku UMKM, dimana bentuk daripada proses pembinaan ini diisi dengan pelatihan dan pendampingan usaha agar pelaku UMKM dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan baik dan benar. Dalam pelatihan dan pendampingan usaha, pelaku UMKM dapat diberikan materi mengenai kewirausahaan, aspek manajemen perusahaan, dan aspek manajerial dalam pengelolaan usaha pada umumnya. Tentunya materi pelatihan dan pendampingan yang diberikan juga harus



## **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 pengembangan usaha UMKM yang bersifat holistik, oleh karena itu fokus terhadap permasalahan menjadi sangat penting. Penelitian ini memerlukan pendalaman dan kajian dengan nara sumber secara langsung, sehingga tidak memungkinkan jika dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Pelaku sektor UMKM kawasan wisata religi ini dilibatkan secara langsung sebagai aktor utama, bertemu langsung dilokasi dan dapat mengungkap peranan yang dilakukan sebagai pelaku usaha UMKM, agar mampu memaknai hal tersebut secara lengkap dengan sang pelaku usaha tentang sejauhmana peran yang telah dilakukan saat amatan terjadi, khususnya dalam rangka pengembangan usaha UMKM.

Penentuan fokus menjadi sangat penting, agar penelitian dapat mengarah target yang diinginkan yaitu merumuskan model pengembangan usaha UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. Pengembangan usaha sektor UMKM yang efektif melibatkan banyak aspek. Secara umum terdapat enam fokus kajian yang meliputi aspek: 1) penguatan kelembagaan, 2) penguatan mitra usaha, 3) penguatan fungsi manajemen, 4) pemanfaatan teknologi informasi, 5) penguatan mitra *stakeholder* dan 6) pengembangan keberlanjutan, sehingga model ini nantinya dapat dipergunakan sebagai model acuan bagi pelaku UMKM untuk pengembangan 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, dengan demikian yang menjadi

obyek penelitian ini adalah model pengembangan usaha sentra UMKM yang berada pada kawasan wisata religi di Jawa Timur. Maksud dari pengembangan usaha meliputi keseluruhan aspek yang dapat memberi kontribusi pada kemajuan usaha/bisnis kelompok masyarakat atau pelaku UMKM yang berada di kawasan wisata religi yang meliputi makam Sunan Ampel, Syeh Maulana Malik Ibrahim, Sunan Giri, sunan Drajad dan Sunan Bonang.

Nara sumber atau informan merupakan pihak yang akan 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 proses pengembangan usaha sektor 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 adalah tokoh masyarakat/pemuka agama, pelaku sektor UMKM serta masyarakat sendiri yang berdomisil di kawasan wisata religi baik di kota Surabaya, Gresik, Lamongan dan Tuban, yang secara geografis keempat kota tersebut merupakan lokasi 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 pelaku sektor UMKM yang berlokasi di lima kawasan wisata religi. Sedangkan instrumen peneliti kedua dari kalangan akademisi dalam hal ini diwakili oleh Universitas Narotama, Universitas Darma Cendika dan Universitas Wijaya Putra yang dalam hal ini diberi mandat sebagai tim peneliti melalui usulan Hibah

Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT). Instrumen peneliti kedua lebih banyak berperan dalam mendesain konsep penelitian, menyiapkan kerangka berpikir, menentukan obyek nara sumber, melakukan pengumpulan data, analisis data serta medeskripsikan hasil penelitian sesuai tujuan yang telah ditentukan.

Instrumen penelitian harus tertuang dalam organisasi yang terstruktur dan jelas, agar penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan mekanisme kerja dan jadwal yang telah ditentukan. Peneliti dari kalangan akademisi juga harus bermitra dan berkolaborasi untuk menghasilkan suatu penelitian kerjasama, agar permasalahan yang bersifat holistik dapat dipecahkan secara komprehensif, oleh karena itu kedua pihak peneliti harus memiliki kompetensi yang dibutuhkan untuk menjawab dan menyelesaikan permasalahan sosial tersebut. Kedua pihak peneliti akan melakukan fungsi penelitan sesuai dengan domain yang dikuasainya, sehingga dapat dihasilkan penelitian yang komprehensif yaitu berupa perumusan model pengembangan usaha sektor UMKM yang berlokasi di kawasan wisata religi Jawa Timur yaitu kawasan wisata religi 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 pelaku UMKM, tokoh masyarakat/ pemuka agama dan masyarakat setempat yang dipandang mengetahui dengan benar tentang proses pengembangan sektor 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 pengembangan usaha sektor UMKM

yang berlokasi di kawasan wisata religi. Sampel sumber data ini diperlukan untuk memperoleh data yang valid, oleh karena itu sumber data harus mereka yang paham benar tentang sejarah dan proses perjalanan usaha para pelaku sektor UMKM. Kompilasi kedua sumber data tentu akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang proses pengembangan usaha warga masyarakat yang melakukan aktivitas usaha di kawasan wisata religi, sehingga dapat dipergunakan untuk merumuskan model pengembangan usaha 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. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan pendekatan 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 proses pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur, sehingga 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 proses pengembangan usaha 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 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 pelaku usaha UMKM, tokoh masyarakat/ pemuka agama, warga setempat dan pihak lain yang memiliki kualifikasi untuk memberikan informasi yang valid terkait dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM terutama pihak yang di pandang sangat mumpuni dan layak untuk memberikan informasi atau data yang diperlukan untuk merumuskan solusi atas permasalahan yang sedang diteliti.

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

Untuk menjamin tingkat kepercayaan data yang telah dikumpulkan dengan teknik tertentu, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengecekan terhadap keabsahan data. Kebenaran data penelitian kualitatif dapat ditentukan melalui empat cara yang meliputi: 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 “*triangulasi 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 atau data yang dikumpulkan melalui sumber yang berbeda selama proses pengumpulan data.

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

*Transferability*, 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 keilmiahannya 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 dilakukan 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. *Dependability* 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. 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 mengarah pada proses yang bersifat holistik, oleh karena itu perlunya dibatasi masalah penelitiannya dengan cara menentukan fokus amatannya dengan langkah berikut: a) mengidentifikasi proses pengembangan usaha sektor UMKM yang diterapkan masyarakat yang tergabung dalam komunitas usaha kawasan wisata religi, b) merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM yang Efektif bagi pelaku usaha kawasan wisata religi, oleh karena itu fokus didalam kajian ini dapat diidentifikasi menjadi enam satuan kajian, terkait dengan perumusan model pengembangan usaha sektor UMKM yang terdiri:

1. Penguatan kelembagaan
2. Penguatan mitra usaha,
3. Penguatan fungsi manajemen
4. Pemanfaatan teknologi informasi,
5. Penguatan mitra *stakeholder*
6. Pengembangan keberlanjutan.

#### **3.7.1 Penguatan Kelembagaan**

Penguatan kelembagaan, merupakan upaya riil dari pemilik UMKM dalam memperbaiki aspek kelembagaan yang terkait langsung dengan upaya memperkuat fungsi organisasi untuk mendukung aktivitas usahanya, tujuan tercapainya praktek pengelolaan UMKM kawasan wisata religi di

Jawa Timur yang lebih optimum, oleh karena itu optimalisasi fungsi koperasi dalam memfasilitasi pengembangan UMKM merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan implementasi pengelolaan sektor UMKM, sehingga diperlukan langkah optimalisasi peran riil dan konstruktif dari *stakeholder* agar pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi akan berdayaguna didalam meningkatkan nilai tambah ekonomian masyarakat menjadi lebih tinggi sehingga memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakatnya. Penguatan kelembagaan ini meliputi indikator sebagai berikut:

- a. Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan
- b. Penguatan dalam organisasi koperasi
- c. Penguatan fungsi koperasi sebagai pusat pelayanan UMKM
- d. Penguatan melalui kemitraan dengan pelaku bisnis lainnya
- e. Penguatan melalui kemitraan dengan lembaga pembiayaan atau lembaga perbankan
- f. Penguatan melalui kemitraan dengan lembaga birokrasi
- g. Penguatan melalui kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi

### **3.7.2 Penguatan Mitra Usaha**

Penguatan mitra usaha, merupakan upaya riil dari pemilik UMKM dalam memperbaiki aspek kelembagaan yang terkait langsung dengan upaya memperkuat mitra atau membangun jaringan terkait dengan dukungan usahanya, untuk tujuan proses bisnis sektor UMKM kawasan wisata religi memperoleh dukungan mitra yang lebih luas, oleh karena itu optimalisasi membangun mitra usaha mampu memberi kontribusi dalam pengembangan UMKM kawasan wisata religi, sehingga diperlukan optimalisasi peran riil dan konstruktif memabangun mitra usaha untuk mendukung pengembangan usaha UMKM kawasan wisata religi menjadi lebih luas aksesnya dalam meningkatkan nilai ekonomianya sehingga memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakatnya. Penguatan mitra usaha ini meliputi indikator sebagai berikut:

- a. Membangun kemitraan dengan sesama pelaku bisnis
- b. Membangun kemitraan dengan komunitas/paguyupan anggota UMKM

- c. Membangun kemitraan secara formal dengan wadah koperasi
- d. Membangun kemitraan dengan kalangan birokrasi terkait
- e. Membangun kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan
- f. Membangun kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi
- g. Membangun memitraan dengan tokoh masyarakat/agama setempat
- h. Membangun kemitraan dengan lembaga swadaya masyarakat (LSM)
- i. Membangun kemitraan dengan masyarakat/warga setempat

### **3.7.3 Penguatan Fungsi Manajemen**

Penguatan fungsi manajemen, merupakan upaya riil dari pemilik UMKM dalam memperbaiki penerapan fungsi manajemen yang terkait langsung dengan upaya memperkuat pengelolaan usahanya, untuk tujuan agar proses bisnis sektor UMKM kawasan wisata religi menjadi lebih efektif, oleh karena itu optimalisasi penguatan fungsi manajemen mampu memberi kontribusi dalam pengembangan usaha UMKM kawasan wisata religi, sehingga diperlukan optimalisasi riil dan konstruktif dalam meningkatkan fungsi manajemen dalam pengembangan usaha UMKM kawasan wisata religi menjadi lebih efektif dalam upaya meningkatkan nilai tambah usahanya sehingga memberi kontribusi secara riil bagi kesejahteraan masyarakatnya. Penguatan fungsi manajemen meliputi indikator sebagai berikut:

- a. Pemahaman fungsi manajemen daya manusia dan ketenaga kerjaan
- b. Pemahaman fungsi manajemen pengolahan bahan baku/produksi
- c. Pemahaman fungsi manajemen pemasaran/retail
- d. Pemahaman fungsi manajemen keuangan/akuntansi
- e. Pemahaman fungsi manajemen ide kreatif dan perilaku inovatif
- f. Pemahaman fungsi manajemen teknologi informasi
- g. Pemahaman fungsi manajemen kemitraan/kerjasama
- h. Pemahaman fungsi manajemen dalam persaingan

### **3.7.4 Pemanfaatan Teknologi Informasi**

Pemanfaatan teknologi informasi, merupakan upaya riil yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM dalam rangka menggunakan teknologi

informasi sebagai alat bantu dalam pengelolaan sumberdaya ekonomi yang dimilikinya, agar pengelolaan aktivitas usahanya menjadi efektif dan efisien, oleh karena itu optimalisasi dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk membangun daya saing, akan mampu memberi kontribusi dalam pengembangan UMKM kawasan wisata religi, sehingga diperlukan optimalisasi peran riil dan konstruktif untuk menggunakan teknologi informasi guna mendukung pengembangan usaha UMKM kawasan wisata religi menjadi lebih memadai, sehingga mampu meningkatkan nilai tambah ekonomi serta memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat. Pemanfaatan teknologi informasi meliputi indikator sebagai berikut:

- a. Pemanfaatan teknologi informasi didalam manajemen SDM/ ketenagakerjaan
- b. Pemanfaatan teknologi informasi didalam manajemen produksi/ pengolahan
- c. Pemanfaatan teknologi informasi didalam manajemen retail/ pemasaran
- d. Pemanfaatan teknologi informasi didalam manajemen keuangan/ akuntansi
- e. Pemanfaatan teknologi informasi didalam manajemen kreativitas dan inovasi
- f. Pemanfaatan teknologi informasi didalam manajemen kemitraan/ kerjasama
- g. Pemanfaatan teknologi informasi didalam manajemen strategi pesaing
- h. Pemanfaatan teknologi informasi didalam manajemen orientasi pelanggan
- i. Pemanfaatan teknologi informasi didalam manajemen ide kreatif internal

### **3.7.5 Penguatan Mitra *Stakeholder***

Penguatan mitra *stakeholder*, merupakan upaya dari pemilik UMKM dalam membangun mitra yang terkait langsung dengan *stakeholder* baik dari kalangan lembaga perguruan tinggi, birokrasi, pelaku bisnis maupun lembaga keuangan dalam rangka memperkuat jaringan terkait dengan

dukungan usahanya yang lebih luas, oleh karena itu optimalisasi dalam membangun kemitraan *stakeholder* mampu memberi kontribusi dalam pengembangan UMKM kawasan wisata religi, sehingga diperlukan optimalisasi peran riil dan konstruktif membangun kemitraan ini untuk mendukung pengembangan usaha UMKM kawasan wisata religi menjadi lebih luas aksesnya dalam meningkatkan nilai ekonominya sehingga memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakatnya. Penguatan mitra *stakeholder* ini meliputi indikator sebagai berikut:

- a. Melakukan kemitraan dengan pihak konsumen/pembeli
- b. Melakukan kemitraan dengan pihak pemasok/supplier
- c. Melakukan kemitraan dengan pihak pekerja/pegawai
- d. Melakukan kemitraan dengan pihak dinas koperasi & UMKM
- e. Melakukan kemitraan dengan pihak lembaga pembiayaan atau lembaga perbankan
- f. Melakukan kemitraan dengan pihak lembaga perguruan tinggi
- g. Melakukan kemitraan dengan lembaga swadaya masyarakat (LSM)
- h. Melakukan kemitraan dengan pihak tokoh masyarakat/pemuka agama
- i. Melakukan kemitraan dengan pihak warga setempat

### **3.7.6 Pengembangan Keberlanjutan**

Pengembangan berkelanjutan, merupakan upaya pemilik UMKM dalam rangka menggali dan mengoptimalkan ide ide kreatif dan perilaku inovatif dalam pengembangan usahanya. Membangun ide ide kreatif dan perilaku inovatif harus mencakup keseluruhan aspek kelembagaan, kemitraan, fungsi manajemen maupun pemanfaatan teknologi informasi dengan harapan proses pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai keunikan, oleh karena itu implementasi perilaku kreatif dan inovatif harus mampu memberi kontribusi dalam pengembangan UMKM kawasan wisata religi, sehingga mendukung pengembangan usaha UMKM kawasan wisata religi menjadi lebih luas aksesnya dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi sumberdaya yang dimilikinya dan memberi kontribusi keunikan atas

produk maupun layanan yang optimal bagi konsumennya. Pengembangan keberlanjutan ini meliputi indikator sebagai berikut:

- a. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif didalam manajemen ketenagakerjaan
- b. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif didalam manajemen pengolahan
- c. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif didalam manajemen pemasaran/retail
- d. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif didalam manajemen keuangan dan akuntansi
- e. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif didalam manajemen kemitraan
- f. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif didalam manajemen pesaing
- g. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif didalam manajemen pelanggan
- h. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif melalui lembaga birokrasi
- i. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif melalui lembaga pembiayaan dan perbankan
- j. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif melalui lembaga perguruan tinggi
- k. Menggali ide ide kreatif dan perilaku inovatif melalui tokoh masyarakat/pemuka agama
- l. Menggali ide kreatif dan perilaku inovatif melalui pemanfaatan teknologi informasi

### **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.

Analisis data dalam perumusan model ini dilakukan dengan menggunakan model analisis domain yaitu memberikan gambaran yang umum dan menyeluruh tentang proses pengembangan usaha sektor UMKM yang telah diimplementasikan 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 penyajian datanya, mendiskripsikan hasil penelitian, menganalisis data, membuat kesimpulan/saran, membuat rekomendasi bagi pengambilan kebijakan maupun bagi kelanjutan penelitian dimasa mendatang serta pengembangan model baru yang lebih aplikatif dan efektif untuk mendukung pengembangan usaha sektor UMKM dimasa mendatang.

Perumusan model terdiri dari beberapa tahapan diantaranya adalah: a) mengidentifikasi proses pengembangan usaha sektor UMKM di kawasan wisata religi, (b) memetakan karakteristik proses pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi, (c) merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM yang efektif (d) menguji efektivitas model pengembangan sektor UMKM (e) evaluasi model pengembangan usaha sektor UMKM melalui *focus group discusssion* untuk tujuan melakukan penyempurnaan model yang lebih aplikatif serta (f) memperbaiki perumusan model pengembangan sektor UMKM yang lebih layak untuk diterapkan di kawasan wisata religi di Jawa Timur. Melalui proses tahapan secara terstruktur dan komprehensif diharapkan model pengembangan usaha sektor UMKM ini memberikan kontribusi yang bermanfaat untuk menjadi panduan bagi pelaku usaha sektor UMKM.



### 3.8.1 Rancangan Penyusunan Model

Rancangan dan metode penelitian ini merupakan kelanjutan dari proses penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, oleh karena itu tahap desain dan metode penelitian ini tidak terpisahkan dengan rancangan dan metode sebelumnya, sehingga luaran yang dihasilkan menjadi bagian yang *ter-integrated* dengan hasil luaran tahun sebelumnya. Adapun detail dari rancangan penelitian ini dapat diringkas dalam bentuk tabel: 3.1 yang singkat sebagai berikut:

Tabel 3.1: Rincian tahapan perumusan model

Aspek Yang Diteliti	Rancangan Penelitian	Metode Penelitian	Indikator Capaian
Identifikasi pengembangan usaha di sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur	Desain kuesioner untuk mengidentifikasi usaha di sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur	Menentukan 110 responden secara acak pada pelaku usaha di lima lokasi sentra UMKM kawasan wisata religi	Dapat diidentifikasi aktivitas pelaku usaha di lima sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur
Merumuskan peluang usaha sentra UMKM yang relevan dengan kawasan wisata religi	Merumuskan peluang usaha di lima sentra UMKM yang relevan di kawasan wisata religi di Jawa Timur	Menentukan skoring penilaian untuk menentukan peluang usaha yang relevan dengan kawasan wisata religi	Dapat dirumuskan peluang usaha yang relevan dengan karakteristik kawasan wisata religi di Jawa Timur
Menyusun profil sentra UMKM di kawasan wisata religi di Jawa	Menyusun profil sentra UMKM di kawasan wisata religi	Memetakan dan menyusun profil sentra UMKM di kawasan wisata religi	Dapat disusun profil sentra UMKM pada kawasan religi di Jawa Timur
Membangun pusat informasi terpadu sentra UMKM pada kawasan wisata religi	Merumuskan model pusat informasi terpadu sentra UMKM pada kawasan wisata di Jawa Timur	Memformulasikan model pusat layanan terpadu sentra UMKM di kawasan wisata religi melalui FGD	Dapat dirumuskan model pusat informasi terpadu sentra UMKM melalui <i>focus group discussion</i>

Sumber: Diolah oleh Peneliti

### **3.8.2 Detail Kegiatan Perumusan Model**

Kegiatan Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi secara rinci dapat dijabarkan secara bertahap, dimana tahapan yang pertama selalu berkaitan dengan langkah pada tahapan selanjutnya dengan urutan sebagai berikut:

1. Identifikasi pengembangan usaha pada sentra UMKM

Tahapan ini dilakukan identifikasi terhadap kegiatan usaha sentra UMKM di kawasan wisata religi dengan cara mendesain kuesioner yang menekankan pada aspek pengembangan usahanya. Kuesioner ini akan disebar pada 110 responden/ pelaku usaha di lima lokasi sentra UMKM secara acak sehingga dapat diidentifikasi tentang karakteristik usaha sentra UMKM yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tersebar pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

2. Merumuskan peluang usaha yang relevan

Tahapan ini mengkaji secara mendalam tentang karakteristik usaha di sentra UMKM yang dilakukan oleh 110 responden/ pelaku usaha di lima lokasi sentra UMKM. Jawaban dari 110 responden tersebut akan dijadikan acuan untuk merumuskan peluang usaha dengan memberi bobot dan nilai skoring dari setiap indikator yang terkait dengan peluang usaha, sehingga dapat dirumuskan peluang usaha yang relevan dengan karakteristik usaha sentra UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur dengan tetap mempertahankan nilai budaya serta kearifan lokal yang dimiliki oleh masing masing kawasan wisata religi tersebut.

3. Menyusun profil sentra UMKM

Tahap ini melakukan kajian secara mendalam tentang karakteristik usaha yang ada dan relevan untuk dikembangkan dikawasan wisata ini, selanjutnya di susun profil sentra UMKM yang dapat menggambarkan secara komprehensif tentang profil sentra UMKM yang tersebar pada lima kawasan religi di Jatim.

4. Membangun pusat informasi terpadu di sentra UMKM

Tahap ini dilakukan kajian secara mendalam dan komprehensif terhadap usaha dan peluang usaha yang relevan dengan kawasan wisata religi, sehingga dapat dirumuskan model pusat informasi terpadu yang

terkait dengan sentra UMKM di kawasan ini agar memudahkan masyarakat yang ingin melakukan ziarah pada lima kawasan wisata religi di Jawa Timur.

## **BAB. 4**

### **OBJEK PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Obyek dalam penelitian ini adalah proses pengembangan usaha yang terkait dengan pelaku 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 memanfaatkan peluang yang ada melalui kegiatan riil yang memberi kontribusi bagi nilai ekonomi setempat. Keanekaragaman aktivitas bisnis masyarakat turut mewarnai karakteristik usaha sektor UMKM di kawasan wisata religi, sehingga *brand image* yang berbeda dibandingkan dengan kawasan wisata tempat lain merupakan langkah strategis dalam membangun pasar.

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

Peran tokoh masyarakat/pemuka agama dan warga dapat memberi dukungan dan mempercepat proses transformasi pengetahuan dan proses bisnis UMKM, oleh karena itu upaya untuk mendorong partisipasi masyarakat secara optimal, tentu akan turut mempercepat proses pengembangan UMKM yang efektif dan mandiri. Secara umum terdapat empat elemen masyarakat yang ditunggu kiprahnya dalam mendukung proses percepatan pengembangan usaha UMKM yaitu: a) akademisi, b) pelaku bisnis c) lembaga keuangan, d) birokrasi. *stakeholder* ini akan memainkan peran yang berbeda, tetapi akan menjadi optimal

kontribusinya manakala seluruh *stakeholder* memiliki visi dan misi yang sama dan mengikatkan dirinya dengan kepentingan yang sama yaitu memberikan dukungan untuk pengembangan usaha sektor UMKM yang efektif, oleh karena itu pengembangan usaha harus dirumuskan dalam bentuk model, adapun sumbangsih dari masing masing *stakeholder* dapat dijelaskan sebagai berikut.

### **1. 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 memberikan kemanfaatan bagi masyarakat sesuai dengan situasi dan karakteristik yang berkembang di ditengah persaingan usaha yang terus berkembang secara dinamis dan selalu beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang terjadi dan terus berubah.

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.

## 2. Pelaku Bisnis

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 Keuangan

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 yang lebih selaras dengan karakteristik pelaku UMKM dengan perumusan model yang mampu menampung aspirasi yang terjadi secara riil.

#### **4. Kalangan Birokrasi dan 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 serta memberi kesempatan mahasiswa dan dosen terus melakukan inovasi risetnya.

## **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 sektor UMKM sebagai alternatif kekuatan ekonomi baru dan secara terstruktur mampu menjadi mesin penggerak perekonomian warga disekitar kawasan wisata religi.

#### **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 yang besar dan tidak berkontribusi secara riil bagi perkembangan pariwisata setempat, khususnya dalam upaya untuk mensejahterakan masyarakat sekitar kawasan wisata religi.

Lokasi sentra UMKM 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 lorang, sehingga kalau masuk dan keluar dari makam pengunjung seperti berada di tengah kawasan 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 arah makam juga banyak lokasi sentra UMKM namun keberadaan sudah diluar kawasan. Lokasi makam Sunan Giri berada pada tempat diatas kawasan, sehingga keberadaan UMKM juga ikut tersebar disekitar lokasi makam.



Lokasi Sentra UMKM ini berada didekat pintu keluar makam terus menuju kearah timur, terdapat dua lorong yang banyak ditempati pelaku UMKM, kemudian dilokasi bawah 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 disebelah 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. Letak yang strategis tentu memberi peluang yang cukup baik untuk aktivitas usaha UMKM, namun realiatanya UMKM yang berada dikawasan wisata makam Sunan Maulana Malik Ibrahim belum optimal.



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.



Gambar sebelah menunjukkan lokasi sentra UMKM yang berada diujung timur masjid, jika masuk dari arah timur, 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 mampu menciptakan komoditi yang memiliki nilai kearifan lokal yang bersifat unik sehingga mampu memberi nilai pembeda atas komoditi yang berasal dari daerah lain.

#### **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 sentra UMKM dapat memanfaatkan momentum 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.

#### 4.2.6 Karakteristik Pengembangan Usaha Sektor UMKM

Hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui jawaban responden pelaku UMKM kawasan wisata religi yang berlokasi dikota Tuban, Lamongan, Gresik dan Surabaya, maka hasil jawaban tersebut dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 4.1: Karakteristik Proses Pengembangan UMKM di Tuban

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
<b>I. Penguatan Kelembagaan</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	22	73,33	8	26,67
2	Penguatan dalam membangun koperasi	23	76,67	7	23,33
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	24	80,00	6	20,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	23	76,67	7	23,33
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/paguyupan	22	73,33	8	26,67
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	24	80,00	6	20,00
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	23	76,67	7	23,33
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	25	83,33	5	16,67
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	25	83,33	5	16,67
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	24	80,00	6	20,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	25	83,33	5	16,67
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	25	83,33	5	16,67
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	26	86,67	4	13,33
Rata Rata Jawaban Respoden		<b>24</b>	<b>80,00</b>	<b>6</b>	<b>20,00</b>
<b>II. Penguatan Mitra Usaha</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	25	83,33	5	16,67
2	Penguatan dalam membangun koperasi	24	80,00	6	20,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	22	73,33	8	16,67
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	18	60,00	12	40,00
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/paguyupan	20	66,67	10	33,33



6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	23	76,67	7	23,33
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	25	83,33	5	16,67
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	25	83,33	5	16,67
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	22	73,33	8	26,67
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	19	63,33	11	36,67
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan	18	60,00	12	40,00
	Rata Rata Jawaban Responden	<b>22</b>	<b>73,33</b>	<b>8</b>	<b>16,67</b>
<b>III. PENGUATAN FUNGSI MANAJEMEN</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	22	73,33	8	26,67
2	Penguatan dalam membangun koperasi	21	70,00	9	30,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	23	76,67	7	23,33
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	26	86,67	4	13,33
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/paguyupan	24	80,00	6	20,00
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	20	66,67	10	23,33
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	24	80,00	6	20,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	20	66,67	10	33,33
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	23	76,67	7	23,33
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	17	56,67	13	43,33
	Rata Rata Jawaban Responden	<b>24</b>	<b>80,00</b>	<b>6</b>	<b>20,00</b>
<b>IV. PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	23	76,67	7	23,33
2	Penguatan dalam membangun koperasi	25	83,33	5	16,67
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	24	80,00	6	20,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	22	73,33	8	23,33
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/paguyupan	19	63,33	11	36,67
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	24	80,00	6	20,00
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	25	83,33	5	16,67
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	26	86,67	4	13,33
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	23	76,67	7	23,33
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	20	66,67	10	33,33
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	18	60,00	12	40,00
	Rata Rata Jawaban Responden	<b>23</b>	<b>76,67</b>	<b>7</b>	<b>23,33</b>
<b>V. PENGUATAN MITRA STAKEHOLDER</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	25	83,33	5	16,67
2	Penguatan dalam membangun koperasi	24	80,00	6	20,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	22	73,33	8	26,67
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	25	83,33	5	16,67
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/	23	76,67	7	23,33

	paguyupan				
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	23	76,67	7	23,33
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	21	70,00	9	30,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	25	83,33	5	16,67
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	21	70,00	9	30,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	21	70,00	9	30,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan	20	67,67	10	33,33
	Rata Rata Jawaban Respoden	<b>23</b>	<b>76,67</b>	<b>7</b>	<b>23,33</b>
<b>VI. PENGEMBANGAN BERKELANJUTAN</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	22	73,33	8	26,67
2	Penguatan dalam membangun koperasi	23	76,67	7	23,33
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	24	80,00	6	20,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	22	73,33	8	26,67
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/paguyupan	22	73,33	8	26,67
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	24	80,00	6	20,00
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	25	83,33	5	16,67
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	24	80,00	6	20,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	24	80,00	6	20,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	25	83,33	5	16,67
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan	23	76,67	7	23,33
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	22	73,33	8	26,67
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan fungsi manajemen	25	83,33	5	16,67
14	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	22	73,33	8	26,67
	Rata Rata Jawaban Respoden	<b>23</b>	<b>76,67</b>	<b>7</b>	<b>23,33</b>

Sumber: Dari Pengolahan Data

Tabel diatas menunjukkan bahwa ke enam aspek yang dipergunakan untuk mengungkap proses pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di kota Tuban memberi isyarat adanya keinginan untuk melakukan pengembangan usahanya. Desain kuesioner dirancang untuk memberi respon yang positif dengan memberi jawaban “ya”, sebaliknya pilihan jawaban “tidak” merupakan respon yang memberi isyarat ketidak

inginan untuk melakukan pengembangan terkait dengan usahanya. Prosentase jawaban “ya” pada angka yang besar memberikan makna bahwa pelaku UMKM kawasan wisata religi berharap adanya suatu kebijakan atau regulasi yang memberi suatu perubahan pada aspek kelembagaan, kemitraan, fungsi manajemen, pemanfaatan teknologi, mitra dengan *stakeholder* dan pengembangan keberlanjutan. Enam aspek tersebut dirasa cukup relevan sebagai varabel untuk mengungkap suatu keinginan akan pengembangan usaha sektor UMKM. Adapun rekapitulasi jawaban “ya” dirinci sebagai berikut:

No	Keterangan	Nilai		Nilai Rata-rata
		terendah	tertinggi	
1	Penguatan kelembagaan	73,33%	86,67%	80,00%
2	Penguatan mitra usaha	60,00%	83,33%	73,33%
3	Penguatan fungsi manajemen	56,67%	86,67%	80,00%
4	Pemanfaatanteknologi informasi	60,00%	86,67%	76,67%
5	Penguatan mitra stakeholder	66,67%	83,33%	76,67%
6	Pengembangan keberlanjutan	73,33%	83,33%	76,67%

Tabel 4.2: Karakteristik Proses Pengembangan UMKM di Lamongan

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
<b>I. PENGUATAN KELEMBAGAAN</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	14	70,00	6	30,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	13	65,00	7	35,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	15	75,00	5	25,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	16	80,00	4	20,00
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	16	80,00	4	20,00
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	15	75,00	5	25,00
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	17	85,00	3	15,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	18	90,00	2	10,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	18	90,00	2	10,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	16	80,00	4	20,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	16	80,00	4	20,00
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk	14	70,00	6	30,00

	memperoleh akses regulasi dan penerapannya				
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	17	85,00	3	15,00
	Rata Rata Jawaban Responden	<b>16</b>	<b>80,00</b>	<b>4</b>	<b>20,00</b>
<b>II. Penguatan Mitra Usaha</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	12	60,00	8	40,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	14	70,00	6	30,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	15	75,00	5	25,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	14	70,00	6	30,00
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	13	65,00	7	35,00
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	15	75,00	5	25,00
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	18	90,00	2	10,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	17	85,00	3	15,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	13	65,00	7	35,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	12	60,00	8	40,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan	14	70,00	6	30,00
	Rata Rata Jawaban Responden	<b>14</b>	<b>70,00</b>	<b>6</b>	<b>30,00</b>
<b>III. Penguatan Fungsi Manajemen</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	15	75,00	5	25,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	14	70,00	6	30,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	16	80,00	4	20,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	17	85,00	3	15,00
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	14	70,00	6	30,00
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	13	65,00	7	35,00
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	15	75,00	5	25,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	14	70,00	6	30,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	16	80,00	4	20,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	13	65,00	7	35,00
	Rata Rata Jawaban Responden	<b>15</b>	<b>75,00</b>	<b>5</b>	<b>25,00</b>
<b>IV. Pemanfaatan Teknologi Informasi</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	16	80,00	4	20,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	18	90,00	2	10,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	17	85,00	3	15,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	14	70,00	6	30,00
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	13	65,00	7	35,00

6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	18	90,00	2	10,00
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	19	95,00	1	5,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	17	85,00	3	15,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	13	65,00	7	35,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	14	70,00	6	30,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	14	70,00	6	30,00
Rata Rata Jawaban Responden		<b>16</b>	<b>80,00</b>	<b>4</b>	<b>20,00</b>
<b>V. Penguatan Mitra Stakeholder</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	17	85,00	3	15,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	18	90,00	2	10,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	17	85,00	3	15,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	16	80,00	4	20,00
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	14	70,00	6	30,00
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	15	75,00	5	25,00
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	17	85,00	3	15,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	15	75,00	5	25,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	14	70,00	6	30,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	14	70,00	6	30,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan	15	75,00	5	25,00
Rata Rata Jawaban Responden		<b>16</b>	<b>80,00</b>	<b>4</b>	<b>20,00</b>
<b>VI. Pengembangan Berkelanjutan</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	14	70,00	6	30,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	16	80,00	4	20,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	14	70,00	6	30,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	15	75,00	5	25,00
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	13	65,00	7	35,00
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	17	85,00	3	15,00
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	17	85,00	3	15,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	16	80,00	4	20,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	15	75,00	5	25,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	16	80,00	4	20,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan	15	75,00	5	25,00

	dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan				
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	13	65,00	7	35,00
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan fungsi manajemen	16	80,00	4	20,00
14	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	15	75,00	5	25,00
	Rata Rata Jawaban Respoden	<b>15</b>	<b>75,00</b>	<b>5</b>	<b>25,00</b>

Sumber: Dari Pengolahan Data

Tabel diatas menunjukkan bahwa ke enam aspek yang dipergunakan untuk mengungkap proses pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di kota Lamongan memberikan satu isyarat adanya keinginan untuk melakukan upaya pengembangan usahanya. Desain kuesioner dirancang untuk memberi respon yang positif dengan memberi jawaban “ya”, sebaliknya pilihan “tidak” merupakan respon yang memberi isyarat ketidak inginan untuk melakukan pengembangan usahanya. Prosentase jawaban “ya” pada angka yang besar memberikan makna bahwa pelaku UMKM kawasan wisata religi berharap adanya suatu kebijakan atau regulasi yang memberi manfaat perubahan pada aspek kelembagaan, kemitraan, fungsi fungsi manajemen, pemanfaatan teknologi informasi, mitra *stakeholder* dan pengembangan keberlanjutan. Enam aspek tersebut dirasa cukup relevan sebagai varabel untuk menjelaskan keinginan masyarakat pelaku UMKM dalam proses pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur. Adapun rekapitulasi jawaban “ya” dirinci sebagai berikut:

No	Keterangan	Nilai		Nilai
		terendah	tertinggi	Rata rata
1	Penguatan kelembagaan	65,00%	90,00%	80,00%
2	Penguatan mitra usaha	60,00%	90,00%	73,33%
3	Penguatan fungsi manajemen	65,00%	85,00%	80,00%
4	Pemanfaatan teknologi informasi	65,00%	95,00%	80,00%
5	Penguatan mitra stakeholder	70,00%	90,00%	80,00%
6	Pengembangan keberlanjutan	65,00%	85,00%	75,00%

**Tabel 4.3: Karakteristik Proses Pengembangan UMKM di Gresik**

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
<b>I. PENGUATAN KELEMBAGAAN</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	21	70,00	9	30,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	23	76,67	7	23,33
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	23	76,67	7	23,33
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	24	80,00	6	20,00
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	21	70,00	9	30,00
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	23	76,67	7	23,33
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	24	80,00	6	20,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	25	83,33	5	16,67
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	26	86,67	4	13,33
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	27	90,00	3	10,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	24	80,00	6	20,00
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	25	83,33	5	16,67
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	27	90,00	3	10,00
Rata Rata Jawaban Respoden		<b>24</b>	<b>80,00</b>	<b>6</b>	<b>20,00</b>
<b>II. PENGUATAN MITRA USAHA</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	24	80,00	6	20,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	22	73,33	8	26,67
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	20	66,67	10	33,33
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	19	63,33	11	36,67
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	18	60,00	12	40,00
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	22	73,33	8	26,67
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	26	86,67	4	13,33
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	27	90,00	3	10,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	22	73,33	8	26,67
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	21	70,00	9	30,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan	22	73,33	8	26,67

	dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan				
	Rata Rata Jawaban Responden	22	73,33	8	26,67
<b>III. PENGUATAN FUNGSI MANAJEMEN</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	20	66,67	10	33,33
2	Penguatan dalam membangun koperasi	18	60,00	12	40,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	23	76,67	7	23,33
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	25	83,33	5	16,67
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	20	66,67	10	33,33
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	21	70,00	9	30,00
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	24	80,00	6	20,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	23	76,67	7	23,33
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	25	83,33	5	16,67
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	23	76,67	7	23,33
	Rata Rata Jawaban Responden	24	80,00	6	20,00
<b>IV. PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	24	80,00	6	20,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	26	86,67	4	13,33
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	26	86,67	4	13,33
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	22	73,33	8	26,67
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	21	70,00	9	30,00
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	26	86,67	4	13,33
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	26	86,67	4	13,33
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	25	83,33	5	16,67
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	23	76,67	7	23,33
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	21	70,00	9	30,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	22	73,33	8	26,67
	Rata Rata Jawaban Responden	24	80,00	6	20,00
<b>V. PENGUATAN MITRA STAKEHOLDER</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	25	83,33	5	16,67
2	Penguatan dalam membangun koperasi	27	90,00	3	10,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	25	83,33	5	16,67
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini	26	86,67	4	13,33



	akan belum memberi manfaat positif				
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	23	76,67	7	23,33
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	25	83,33	5	16,67
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	23	76,67	7	23,33
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	25	83,33	5	16,67
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	23	76,67	7	23,33
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	23	76,67	7	23,33
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan	23	76,67	7	23,33
	Rata Rata Jawaban Responden	<b>24</b>	<b>80,00</b>	<b>6</b>	<b>20,00</b>
<b>VI. PENGEMBANGAN BERKELANJUTAN</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	25	83,33	5	16,67
2	Penguatan dalam membangun koperasi	23	76,67	7	23,33
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	25	83,33	5	16,67
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	24	80,00	6	20,00
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	22	73,33	8	26,67
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	26	86,67	4	13,33
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	26	86,67	4	13,33
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	26	86,67	4	13,33
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	24	80,00	6	20,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	25	83,33	5	16,67
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan	23	76,67	7	23,33
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	23	76,67	7	23,33
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan fungsi manajemen	25	83,33	5	16,67
14	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	22	73,33	8	26,67
	Rata Rata Jawaban Responden	<b>24</b>	<b>80,00</b>	<b>6</b>	<b>20,00</b>

Sumber: Dari Pengolahan Data

Tabel diatas menunjukkan bahwa ke enam aspek yang dipergunakan untuk mengungkap proses pengembangan usaha UMKM kawasan wisata religi di kota Gresik memberikan isyarat adanya harapan untuk melakukan upaya pengembangan usahanya. Desain kuesioner dirancang untuk memberi respon yang positif dengan memberi jawaban “ya”, sebaliknya pilihan jawaban “tidak” merupakan respon yang ketidak inginan untuk melakukan pengembangan usahanya. Prosentase jawaban “ya” pada angka yang besar memberikan makna bahwa pelaku UMKM kawasan wisata religi berharap adanya suatu kebijakan atau regulasi yang memberi manfaat perubahan pada aspek kelembagaan, kemitraan, fungsi manajemen, pemanfaatan teknologi, mitra dengan stakeholder dan pengembangan keberlanjutan. Enam aspek tersebut dirasa cukup relevan sebagai varabel untuk menjelaskan keinginan proses pengembanhn usaha sektor UMKM. Adapun rekapitulasi jawaban “ya” dari responden dapat dirinci sebagai berikut:

No	Keterangan	Nilai		Nilai Rata rata
		terendah	tertinggi	
1	Penguatan kelembagaan	70,00%	90,00%	80,00%
2	Penguatan mitra usaha	60,00%	90,00%	73,33%
3	Penguatan fungsi manajemen	66,67%	83,33%	80,00%
4	Pemanfaatan teknologi informasi	70,00%	86,67%	80,00%
5	Penguatan mitra stakeholder	76,67%	90,00%	80,00%
6	Pengembangan keberlanjutan	73,33%	86,67%	80,00%

**Tabel 4.4: Karakteristik Proses Pengembangan UMKM di Surabaya**

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
<b>I. Penguatan KELEMBAGAAN</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	21	70,00	9	30,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	21	70,00	9	30,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	19	63,33	11	36,67
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	17	56,67	13	43,33
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari	23	76,67	7	23,33

	komunitas/ paguyupan				
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	23	76,67	7	23,33
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	22	73,33	8	16,67
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	26	86,67	4	13,33
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	27	90,00	3	10,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	23	76,67	7	23,33
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	20	66,67	10	33,33
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	20	66,67	10	33,33
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	26	86,67	4	13,33
	Rata Rata Jawaban Responden	22	73,33	8	26,67
<b>II. Penguatan Mitra Usaha</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	20	66,67	10	33,33
2	Penguatan dalam membangun koperasi	18	60,00	12	40,00
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	22	73,33	8	26,67
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	20	66,67	10	33,33
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	19	63,33	11	36,67
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	21	70,00	9	30,00
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	27	90,00	3	10,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	25	83,33	5	16,67
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	22	73,33	8	26,67
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	23	76,67	7	23,33
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan	22	73,33	8	26,67
	Rata Rata Jawaban Responden	22	73,33	8	26,67
<b>III. Penguatan Fungsi Manajemen</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	21	70,00	9	30,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	23	76,67	7	23,33
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	22	73,33	8	26,67
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	26	86,67	4	13,33
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari	24	80,00	6	20,00

	komunitas/ paguyupan				
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	23	76,67	7	23,33
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	22	73,33	8	26,67
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	24	80,00	6	20,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	23	76,67	7	23,33
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	21	70,00	9	30,00
	Rata Rata Jawaban Responden	<b>23</b>	<b>76,67</b>	<b>7</b>	<b>23,33</b>
<b>IV. PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	22	73,33	8	26,67
2	Penguatan dalam membangun koperasi	26	86,67	4	13,33
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	25	83,33	5	16,67
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	23	76,67	7	23,33
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	23	76,67	7	23,33
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	26	86,67	4	13,33
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	25	83,33	5	16,67
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	24	80,00	6	20,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	22	73,33	8	26,67
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	24	80,00	6	20,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	23	76,67	7	23,33
	Rata Rata Jawaban Responden	<b>24</b>	<b>80,00</b>	<b>6</b>	<b>20,00</b>
<b>V. PENGUATAN MITRA STAKEHOLDER</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	24	80,00	6	20,00
2	Penguatan dalam membangun koperasi	25	83,33	5	16,67
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	24	80,00	6	20,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	26	86,67	4	13,33
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	24	80,00	6	20,00
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	26	86,67	4	13,33
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	24	80,00	6	20,00
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	24	80,00	6	20,00
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	22	73,33	8	26,67
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	23	76,67	7	23,33

11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan	22	73,33	8	26,67
Rata Rata Jawaban Respoden		<b>24</b>	<b>80,00</b>	<b>6</b>	<b>20,00</b>
<b>VI. PENGEMBANGAN BERKELANJUTAN</b>					
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	25	83,33	5	16,67
2	Penguatan dalam membangun koperasi	23	76,67	7	23,33
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	25	83,33	5	16,67
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	24	80,00	6	20,00
5	Penguatan dalam meningkatkan peran dari komunitas/ paguyupan	23	76,67	7	23,33
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	26	86,67	4	13,33
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	25	83,33	5	16,67
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	23	76,67	7	23,33
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	24	80,00	6	20,00
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	27	90,00	3	10,00
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan dalam rangka untuk memperoleh akses permodalan	24	80,00	6	20,00
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	23	76,67	7	23,33
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan fungsi manajemen	25	83,33	5	16,67
14	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	24	80,00	6	20,00
Rata Rata Jawaban Respoden		<b>24</b>	<b>80,00</b>	<b>6</b>	<b>20,00</b>

Sumber: Dari Pengolahan Data

Tabel diatas menunjukkan bahwa ke enam aspek yang dipergunakan untuk mengungkap proses pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di kota Surabaya. Desain kuesioner dirancang untuk memberi respon yang positif dengan memberi pilihan jawaban “ya”, sebaliknya pilihan “tidak” merupakan respon yang memberi isyarat ketidak inginan untuk melakukan perubahan terkait dengan pengembangan usahanya. Prosentase jawaban “ya” pada angka yang besar memberikan makna bahwa pelaku UMKM kawasan wisata religi berharap adanya suatu

kebijakan atau regulasi yang memberi perubahan pada aspek kelembagaan, kemitraan, fungsi manajemen, pemanfaatan teknologi, mitra dengan stakeholder dan pengembangan keberlanjutan. Enam aspek tersebut dirasa cukup relevan sebagai variabel untuk menjelaskan keinginan pengembangan usaha sektor UMKM. Adapun rekapitulasi jawaban “ya” dari responden dapat dirinci sebagai berikut:

No	Keterangan	Nilai		Nilai Rata rata
		terendah	tertinggi	
1	Penguatan kelembagaan	56,67%	90,00%	73,33%
2	Penguatan mitra usaha	60,00%	90,00%	73,33%
3	Penguatan fungsi manajemen	70,00%	86,67%	76,67%
4	Pemanfaatan teknologi informasi	73,33%	86,67%	80,00%
5	Penguatan mitra stakeholder	73,33%	86,67%	80,00%
6	Pengembangan keberlanjutan	76,67%	90,00%	80,00%



## **BAB 5**

### **PERUMUSAN MODEL**

#### **5.1 Perumusan Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM**

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

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



perumusan model pengembangan usaha sektor UMKM dapat diuraikan sebagai berikut:

### **5.1.1 Identifikasi Proses Pengembangan Usaha Sektor UMKM**

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

Mengacu hasil survey awal melalui proses triangulasi terkait dengan proses pengembangan usaha UMKM di kawasan wisata religi, dapat ditemukan enam satuan kajian yang relevan untuk mengungkap proses pengembangan usaha sektor UMKM yaitu: a) penguatan kelembagaan, b) penguatan mitra usaha, c) penguatan fungsi manajemen, d) pemanfaatan teknologi informasi, e) penguatan mitra dengan *stakeholder* serta f) pengembangan keberlanjutan. Enam aspek kajian tersebut di harapkan mampu mengungkap tentang proses pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi, selanjutnya dijabarkan melalui instrumen kuesioner/panduan wawancara akan dipergunakan untuk pendalaman obyek dan pengumpulan data. Pelaku usaha sektor UMKM sebagai sampel sumber data ditentukan perannya melalui suatu pertimbangan tertentu (*purposive-sampling*), sehingga nara sumber tersebut dapat memenuhi syarat sebagai informan yang valid dan memiliki kualifikasi sebagai nara sumber sehubungan dengan keterangan yang terkait peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi Sunan

Ampel, Sunan Giri, Sunan Syeh Maulana Malik Ibrahim, Sunan Bonang dan Sunan Drajad. Tahapan ini dilakukan untuk mengidentifikasi proses pengembangan usaha UMKM yang diterapkan pelaku usaha kawasan wisata religi selama ini. Identifikasi proses pengembangan usaha UMKM merupakan tahapan yang krusial didalam perumusan “Model pengembangan usahaUMKM” karena tahap ini harus mampu menggali dan mengungkap satuan kajian/variabel serta indikator yang relevan dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM yang terjadi selama ini sekaligus sebagai dasar untuk merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, sehingga dapat dihasilkan model yang efektif sesuai dengan karakteristik pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi serta karakteristik budaya masyarakat.

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

jawaban responden merupakan ungkapan respon dari para nara sumberdata terhadap variabel yang terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM, yang dapat ditampilkan dalam infodata sebagai berikut.

### 5.1.1.1 Penguatan Kelembagaan

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

**Tabel 5.1 : Penguatan Kelembagaan**

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	78	70,91	32	29,09
2	Penguatan dalam membangun koperasi	80	72,73	30	27,27
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	81	73,64	29	26,36
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	80	72,73	30	27,27
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/paguyupan	82	74,55	28	25,45
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	85	72,27	25	22,73
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	86	78,18	24	21,82
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	94	85,45	16	14,55
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	96	86,27	14	12,73
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	90	81,82	20	18,18
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	85	77,27	25	22,73
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	84	76,36	26	23,64
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	96	87,27	14	12,73
Rata Rata Jawaban Respoden		<b>86</b>	<b>78,18</b>	<b>24</b>	<b>21,82</b>

Sumber: Dari Pengolahan Data

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 13 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap penguatan kelembagaan dipersepsi oleh pelaku usaha

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

### 5.1.1.2 Penguatan Mitra Usaha

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

**Tabel 5.2 : Penguatan Mitra Usaha**

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

Sumber: Dari Pengolahan Data

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 11 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap penguatan mitra usaha dipersepsi oleh pelaku usaha

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

### 5.1.1.3 Penguatan Fungsi Manajemen

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

**Tabel 5.3 : Penguatan Fungsi Manajemen**

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

Sumber: Dari Pengolahan Data

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 10 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap penguatan fungsi manajemen dipersepsi oleh pelaku usaha dengan nilai skor berkisar antara 67,27%-85,45% dengan skor rata rata sebesar 74,21%. Infodata ini menunjukkan besarnya harapan masyarakat pelaku UMKM perlunya penguatan fungsi manajemen dalam

rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, oleh karena itu penguatan fungsi manajemen harus menjadi pertimbangan penting didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM

#### 5.1.1.4 Pemanfaatan Teknologi Informasi

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

**Tabel 5.4 : Pemanfaatan Teknologi Informasi**

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

Sumber: Dari Pengolahan Data

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

wisata religi di Jawa Timur, oleh karena itu pemanfaatan teknologi informasi harus menjadi pertimbangan penting didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM

### 5.1.1.5 Penguatan Mitra *Stakeholder*

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

**Tabel 5.5 : Penguatan Mitra *Stakeholder***

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

Sumber: Dari Pengolahan Data

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 11 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap penguatan mitra *stakeholder* dipersepsi oleh pelaku usaha dengan nilai skor berkisar antara 72,73%-85,45% dengan skor rata rata sebesar 79,09%. Infodata ini menunjukkan besarnya harapan masyarakat pelaku UMKM perlunya penguatan mitra *stakeholder* dalam rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata

religi di Jawa Timur, oleh karena itu penguatan mitra *stakeholder* harus menjadi pertimbangan penting didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM

### 5.1.1.6 Pengembangan Keberlanjutan

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

**Tabel 5.6: Pengembangan Keberlanjutan**

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	87	79,09	23	20,91
2	Penguatan dalam membangun koperasi	86	78,18	24	21,82
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	87	79,09	23	20,91
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	86	78,18	24	21,82
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/paguyupan	80	72,73	30	27,27
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	93	84,55	17	15,45
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	93	84,55	17	15,45
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	89	80,91	21	19,09
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	87	79,09	23	20,91
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	93	84,55	17	15,45
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	85	77,27	25	22,73
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	81	73,64	29	26,36
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	91	82,73	19	17,72
14	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	83	75,45	27	24,55
Rata Rata Jawaban Respoden		<b>87</b>	<b>79,09</b>	<b>23</b>	<b>20,91</b>

Sumber: Dari Pengolahan Data



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

### **5.1.2 Mapping Karakteristik Pengembangan Usaha UMKM**

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

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

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

karakteristik proses pengembangan usaha UMKM yang selanjutnya dapat ditampilkan secara detail dalam tabel sebagai berikut.

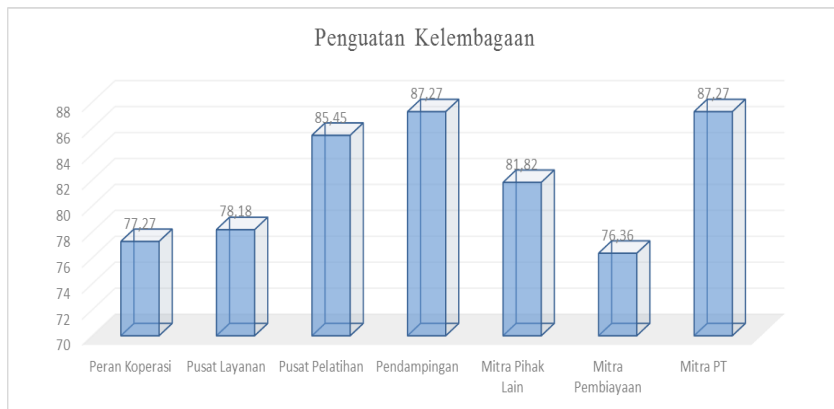
### 5.1.2.1 Mapping Karakteristik Penguatan Kelembagaan

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada tabel 5.1 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek penguatan kelembagaan, sehingga dapat di petakan sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel 5.7. Aspek penguatan kelembagaan merupakan aspek yang sangat krusial dalam pengembangan UMKM, oleh karena itu penataan pada kelembagaan UMKM memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dan ter-*integrated* dengan semua pemangku kepentingan, mengingat besarnya harapan dari pelaku UMKM yang masih belum sejalan dengan kondisi riil yang terkait dengan aspek penguatan kelembagaan, untuk detailnya lihat dalam tabel berikut:

Tabel 5.7: Mapping Karakteristik Penguatan Kelembagaan

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		≤ 34%	35-68%	69-100%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	-	-	70,91
2	Penguatan dalam membangun koperasi	-	-	72,73
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	-	-	73,64
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	-	-	72,73
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/paguyupan	-	-	74,55
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	-	-	77,27
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	-	-	78,18
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	85,45
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	87,27
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	-	-	81,82
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	-	-	77,27
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	-	-	76,36
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	-	-	87,27
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	-	<b>78,18</b>

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas atas jawaban pernyataan "ya" dari responden tersebut, maka dipilih tujuh respon tertinggi agar lebih fokus untuk menentukan titik kritis sebagai rujukan dalam merumuskan model. Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditampilkan pada gambar 5.1 sebagai berikut ini.



**Gambar 5.1: Tujuh Indikator Utama Aspek Penguatan Kelembagaan**

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

### 5.1.2.2 Mapping Karakteristik Penguatan Mitra Usaha

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada tabel 5.2 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek penguatan mitra usaha, sehingga dapat di petakan sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel 5.8 Aspek penguatan mitra usaha merupakan aspek yang sangat krusial dalam pengembangan UMKM, oleh karena itu membangun kemitraan untuk UMKM memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dan *ter-integrated* dengan semua pemangku kepentingan, mengingat besarnya harapan dari pelaku UMKM yang masih belum sejalan dengan kondisi riil yang terkait dengan aspek penguatan mitra usaha, untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut:

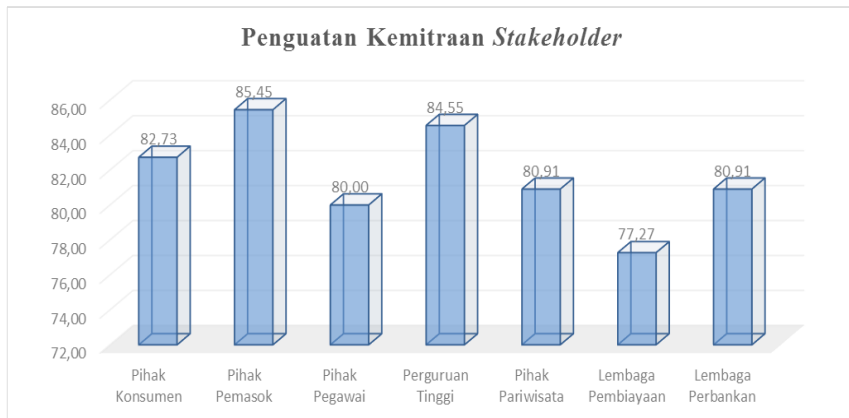
**Tabel 5.8: Mapping Karakteristik Penguatan Mitra Usaha**

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

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban “ya” yang masuk dalam kategori “sedang” masih terdapat dua indikator, sedangkan

indikator lainnya masuk dalam kategori tinggi. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas atas jawaban pernyataan ”ya” dari responden tersebut, maka dipilih tujuh respon tertinggi agar lebih fokus untuk menentukan titik kritis sebagai rujukan dalam merumuskan model. Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditampilkan pada gambar 5.2 sebagai berikut ini.



**Gambar 5.2: Tujuh Indikator Utama Aspek Penguatan Mitra Usaha**

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

### 5.1.2.3 Mapping Karakteristik Penguatan Fungsi Manajemen

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada tabel 5.3 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek penguatan fungsi manajemen, sehingga dapat di *mapping*-kan sebagaimana yang di tampilkan dalam tabel 5.9. Aspek penguatan fungsi manajemen merupakan aspek yang sangat krusial dalam pengembangan UMKM, oleh karena itu memperkuat fungsi manajemen UMKM memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dan *ter-integrated* dengan semua pemangku kepentingan, mengingat besarnya harapan dari pelaku UMKM yang masih belum sejalan dengan kondisi riil yang terkait dengan aspek penguatan fungsi manajemen, untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut:

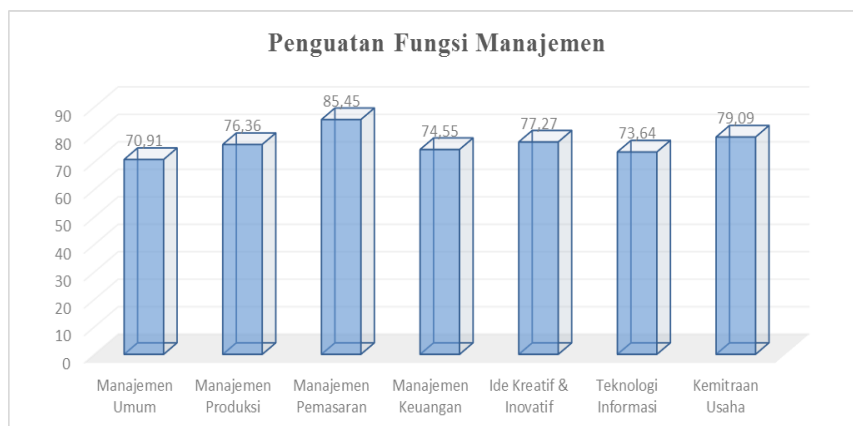
**Tabel 5.9: Mapping Karakteristik Penguatan Fungsi Manajemen**

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

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban “ya” yang masuk dalam kategori “sedang” masih terdapat satu indikator, sedangkan indikator lainnya masuk dalam kategori tinggi. Untuk memberikan gambaran yang detail dan jelas atas jawaban pernyataan ”ya” dari responden tersebut, maka dipilih tujuh respon tertinggi agar lebih fokus untuk menentukan titik kritis sebagai rujukan dalam merumuskan model.

Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditampilkan pada gambar 5.3 sebagai berikut ini.



**Gambar 5.3: Tujuh Indikator Utama Aspek Penguatan Fungsi Manajemen**

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

#### **5.1.2.4 Mapping Karakteristik Pemanfaatan TI**

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada tabel 5.4 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek pemanfaatan teknologi informasi, sehingga dapat dipetakan

sebagaimana yang di tampilkan dalam tabel 5.10. Aspek pemanfaatan teknologi informasi merupakan aspek yang sangat krusial dalam rangka pengembangan UMKM, oleh karena itu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi bagi UMKM memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dan ter-*integrated* dengan semua pihak pemangku kepentingan, mengingat betapa besarnya harapan dari pelaku UMKM yang masih belum searah dengan kondisi riil yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi untuk pengelolaan usaha sektor UMKM , untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 5.10: Mapping Karakteristik Pemanfaatan TI**

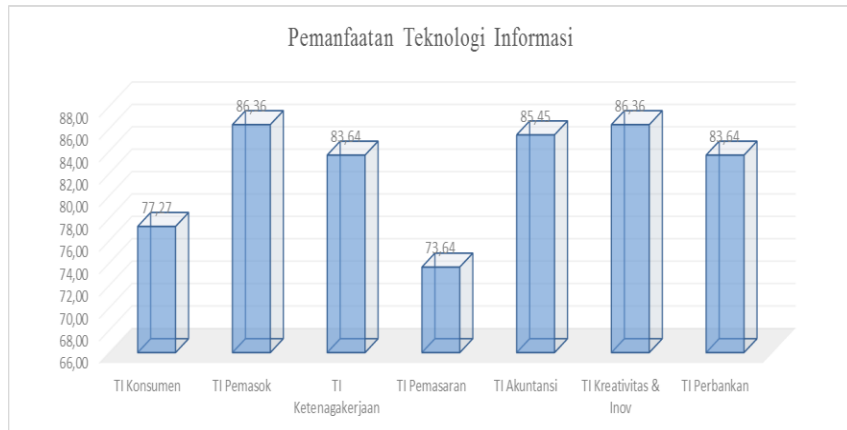
No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah ≤ 34%	Sedang 35-68%	Tinggi 69-100%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	-	-	77,27
2	Penguatan dalam membangun koperasi	-	-	86,36
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	-	-	83,64
4	Penguatan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

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban “ya” untuk 11 indikator yang dipergunakan untuk mengungkapkan pemanfaatan teknologi informasi semuanya masuk dalam kategori tinggi. Untuk memberikan gambaran yang detail dan jelas atas jawaban pernyataan ”ya” dari responden tersebut, maka dipilih tujuh indikator yang memiliki respon tertinggi agar lebih fokus didalam menentukan titik kritis sebagai rujukan dan pertimbangan didalam merumuskan model, oleh karena itu dengan fokus pada tujuh indikator tersebut diharapkan model yang dirumuskan



mampu menjelaskan implementasi proses pengembangan usaha sektor UMKM. Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditampilkan pada gambar 5.4 sebagai berikut.



**Gambar 5.4: Tujuh Indikator Utama Pemanfaatan Teknologi Informasi**

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

#### **5.1.2.5 Mapping Karakteristik Penguatan Mitra Stakeholder**

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada tabel 5.5 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek penguatan mitra *stakeholder*, sehingga dapat di-*mapping*-

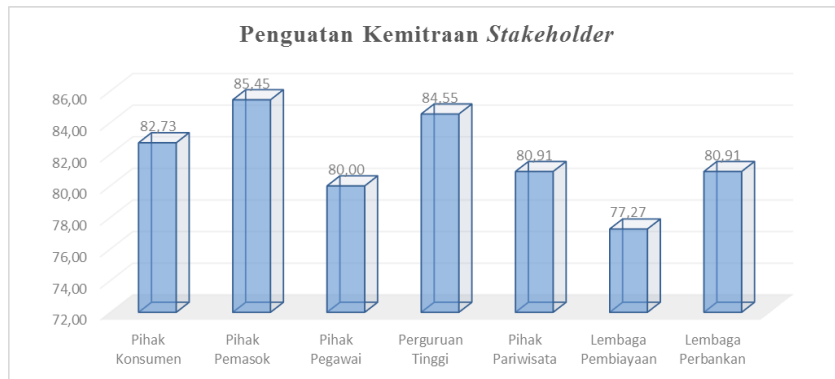
kan sebagaimana yang di tampilkan dalam tabel 5.11 Aspek penguatan mitra *stakeholder* merupakan aspek yang sangat krusial dalam rangka pengembangan sektor UMKM, oleh karena itu memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dengan semua pihak pemangku kepentingan, mengingat betapa besarnya harapan dari pelaku UMKM yang masih belum searah dengan kondisi riil yang terkait dengan penguatan kemitraan *stakeholder* untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 5.11: Mapping Karakteristik Penguatan Mitra Stakeholder**

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

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban “ya” untuk 11 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap penguatan mitra *stakeholder* semuanya masuk dalam kategori tinggi. Untuk memberikan gambaran yang detail dan jelas atas jawaban pernyataan ”ya” dari responden tersebut, maka dipilih tujuh indikator yang memiliki respon tertinggi agar lebih fokus didalam menentukan titik kritis sebagai rujukan dan pertimbangan didalam merumuskan model. Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditampilkan pada gambar 5.5 sebagai berikut.



**Gambar 5.5: Tujuh Indikator Utama Penguatan Kemitraan Stakeholder**

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

#### **5.1.2.6 Mapping Karakteristik Pengembangan Berkelanjutan**

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang disajikan pada tabel 5.6 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek pengembangan berkelanjutan, sehingga dapat di-*mapping*-kan sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel 5.12. Pengembangan berkelanjutan merupakan aspek yang sangat krusial dalam rangka pengembangan sektor UMKM, oleh karena itu memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dengan semua pihak pemangku kepentingan, mengingat betapa besarnya harapan para pelaku UMKM yang masih belum searah dengan kondisi riil yang terkait dengan

**88** | Perekayasa Sosial: Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM

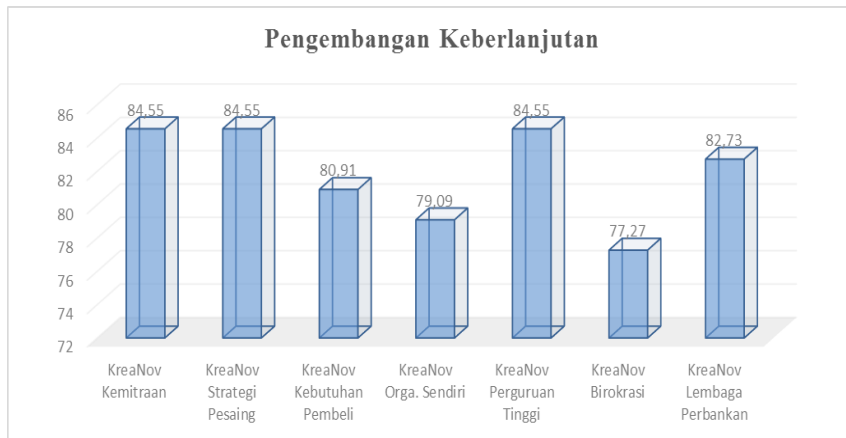
pengembangan berkelanjutan untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 5.12: Mapping Karakteristik Pengembangan Berkelanjutan**

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		≤ 34%	35-68%	69-100%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	-	-	79,09
2	Penguatan dalam membangun koperasi	-	-	78,18
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	-	-	79,09
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	-	-	78,18
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/paguyupan	-	-	72,73
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	-	-	84,55
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	-	-	84,55
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	80,91
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	79,09
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	-	-	84,55
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	-	-	77,27
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	-	-	73,64
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	-	-	82,73
14	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	-	-	75,45
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	-	79,09

Sumber: Diolah oleh Penulis

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



**Gambar 5.6: Tujuh Indikator Utama Pengembangan Berkelanjutan**

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

### 5.1.3 Merumuskan Model Pengembangan Usaha UMKM

Berdasarkan pada *mapping* tersebut, maka dapat dilihat secara keseluruhan dari nilai persepsi pelaku UMKM atas pernyataan pada masing masing aspek dan indikator yang diamati, selanjutnya dilakukan reduksi data (memilih) yang relevan untuk dijadikan acuan dalam merumuskan “Model pengembangan usaha sektor UMKM” yang sesuai dengan karakteristik masyarakat kawasan wisata religi. Pemilihan

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

### **5.1.3.1 Penentuan Titik Krusial Pengembangan Usaha UMKM**

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

#### **1. Penguatan Kelembagaan**

Berdasarkan *Mapping* karakteristik penguatan kelembagaan sebagaimana yang ditampilkan pada gambar 5.1, menunjukkan bawah tujuh titik krusial tersebut sangat urgen untuk diperhatikan dalam rangka merumuskan “Model pengembangan usaha sektor UMKM” dengan uraian sebagai berikut:

- a. Koperasi sebagai salah satu badan hukum yang memiliki peran strategis dalam pengembangan usaha sektor UMKM, harus dioptimalkan peranannya dalam rangka membangun penguatan kelembagaan sehingga perlu dipertimbangkan secara bijak dalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM.
- b. Koperasi seharusnya dapat menjadi instrumen dalam menjembatani kepentingan UMKM melalui fungsinya sebagai pusat layanan, pusat

pelatihan serta pusat pendampingan dalam rangka pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu harus menjadi pertimbangan dalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM.

- c. Koperasi juga memiliki peran penting dalam membangun kemitraan dengan pihak lain, lembaga pembiayaan dan lembaga perguruan tinggi. Melalui upaya kemitraan diharapkan koperasi mampu bekerja sama dalam penyelenggaraan pusat layanan, pusat pelatihan dan pusat pendampingan pada aspek manajemen UMKM, oleh karena itu peran koperasi dalam membangun kemitraan perlu memperoleh perhatian dalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM.

## **2. Penguatan Mitra Usaha**

Berdasarkan *Mapping* karakteristik penguatan mitra usaha sebagaimana yang ditampilkan pada gambar 5.2, menunjukkan bawah ketujuh titik krusial tersebut sangat urgen untuk diperhatikan dalam rangka merumuskan “Model pengembangan usaha sektor UMKM”. Penguatan mitra usaha merupakan upaya membangun akses sumberdaya yang efektif dan efisien. Untuk memberikan fokus pada titik krusial tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

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

pendampingan dan mitra konsultasi dibidang pengembangan manajemen yang relevan dengan kebutuhan bisnisnya.

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

### **3. Penguatan Fungsi Manajemen**

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

- a. Manajemen umum merupakan fungsi manajemen yang mendasari pengelolaan sumberdaya fisik yang dimiliki oleh perseorangan atau suatu organisasi yang melakukan aktivitas bisnis atau kegiatan lainnya.



Manajemen umum memiliki orientasi pada aspek pengelolaannya. Manajemen umum merupakan komponen penting dalam mendukung penguatan fungsi manajemen agar suatu usaha dapat berjalan sesuai dengan kaidah tata kelola yang memadai, oleh karena itu aspek manajemen umum harus memperoleh perhatian dalam rangka merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM karena kontribusinya yang sangat urgen dalam mendukung fungsi operasional dalam bisnis.

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

#### 4. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Berdasarkan *Mapping* karakteristik pemanfaatan teknologi informasi sebagai aspek yang relevan untuk menjelaskan model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang ditampilkan pada gambar 4.4 menunjukkan bahwa ketujuh titik krusial yang sangat urgen tersebut harus diperhatikan serta dipertimbangkan dalam rangka merumuskan “model pengembangan usaha sektor UMKM” dengan uraian sebagai berikut:

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

agar kondisi ini mampu memberi kontribusi riil untuk pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu kemampuan pelaku bisnis didalam pemanfaatan teknologi informasi untuk membangun perilaku kreatif dan budaya inovatif tentunya akan mmepercepat dalam pengembangan usaha sektor UMKM menjadi lebih baik.

## 5. Penguatan Mitra *Stakeholder*

Mengacu pada *Mapping* karakteristik penguatan mitra *stakeholder* sebagai aspek yang relevan untuk menjelaskan model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang ditampilkan pada gambar 5.5 menunjukkan bahwa ketujuh titik krusial tersebut sangat urgen untuk diperhatikan dan pantas dipertimbangkan dalam rangka merumuskan “model pengembangan usaha sektor UMKM” dengan uraian sebagai berikut:

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

penguatan aspek manajemen bagi pelaku UMKM. Akses permodalan dan peningkatan kualitas manajemen lewat program pelatihan, pendampingan dan mitra konsultasi merupakan instrumen penting didalam rangka pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu penguatan kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi dan lembaga lainnya perlu memperoleh perhatian didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, hal ini untuk mendorong tumbuh berkembangnya usaha sektor UMKM menjadi lebih cepat.

## **6. Pengembangan Berkelanjutan**

*Mapping* karakteristik aspek pengembangan berkelanjutan merupakan salah satu aspek yang relevan untuk mendeskripsikan model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang ditampikan pada gambar 5.6. Dalam gambar tersebut menunjukkan bahwa ketujuh titik krusial tersebut sangat urgen untuk diperhatikan dan pantas dipertimbangkan didalam merumuskan “model pengembangan usaha sektor UMKM”. Pengembangan berkelanjutan merupakan proses mengoptimalkan perilaku kreatif dan budaya inovatif yang menyangkut seluruh aspek aktivitas yang terjadi dalam organisasi karena hal ini akan memacu pengembangan berkelanjutan dengan uraian sebagai berikut:

- a. Perilaku kreatif dan budaya inovatif dalam membangun kemitraan dengan pihak memberikan kemanfaatan terhadap akses sumberdaya ekonomi yang lebih luas sehingga pelaku UMKM akan memperoleh berbagai inputan yang lebih efisien dan berkontribusi riil untuk membangun “*superior value*” baik pada produknya maupun layanan pada konsumen, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif sebagai unsur pengembangan keberlanjutan harus diperhatikan didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, karena hal ini akan memacu tumbuh berkembangnya usaha sektor UMKM menjadi lebih baik
- b. Perilaku kreatif dan budaya inovatif dalam pengembangan orientasi pasar baik yang berorientasi pada pelanggan maupun yang berorientasi pada pesaing tentu akan memberikan kontribusi dalam pengelolaan

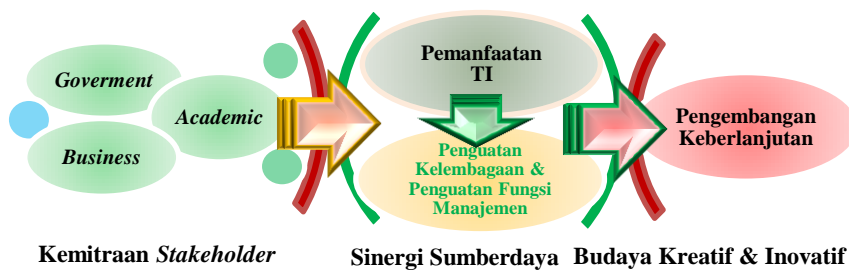
informasi yang komprehensif, sehingga memberi sumbangsih yang lebih baik dalam menciptakan kepuasan kepada konsumennya serta mampu melangkah lebih baik daripada apa yang dilakukan oleh pesaingnya walaupun kriteria persaingan dalam UMKM tidak sama dengan persaingan pada umumnya, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif sebagai unsur pengembangan keberlanjutan harus diperhatikan didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, karena hal ini akan memacu pertumbuhan usaha sektor UMKM menjadi lebih baik

- c. Menumbuhkan perilaku kreatif dan budaya inovatif didalam organisasi sendiri merupakan tantangan tersendiri didalam pengelolaan bisnis, karena hal in terkait dengan budaya organisasi itu sendiri baik yang menyangkut aspek komunikasi, gaya kepemimpinan, aspek sosial dan kesejahteraan, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif sebagai unsur pengembangan keberlanjutan harus diperhatikan didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, karena hal ini akan mendorong budaya kreatif dan inovatif yang lebih baik.
- d. Perilaku kreatif dan budaya inovatif dalam membangun kemitraan dengan pihak lembaga perguruan tinggi, kalangan birokrasi dan lembaga keuangan tentunya akan membuka akses sumberdaya ekonomi yang lebih luas sehingga memberi peluang yang lebih luas pula dalam memperoleh berbagai inputan yang lebih efisien serta berkontribusi riil untuk membangun “*superior value*” baik pada akses permodalan, akses legalitas dan akses kompetensi manajemen, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif sebagai komponen pengembangan keberlanjutan harus diperhatikan didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, karena hal ini akan memacu tumbuh berkembang usaha sektor UMKM lebih baik.

### **5.1.3.2 Rumusan Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM**

Mengacu titik krusial yang ditemukan dalam pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana telah di uraikan tersebut diatas maka dapat

dirumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM yang meliputi tiga tahapan yang terdiri dari: a) redesain kemitraan *stakeholder*, b) mensinergikan sumberdaya internal untuk pengembangan usaha sektor UMKM dan c) perilaku kreatif dan budaya inovatif. Melalui tahapan ini diharapkan mampu menghasilkan model pengembangan usaha sektor UMKM yang ter-*integrated* dan efektif kawasan wisata religi di Jawa Timur.



**Gambar 5.7: Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM**

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

### 1. Redesain Kemitraan *Stakeholder*

Tahapan ini melakukan identifikasi berbagai peran dan kontribusi yang dapat dilakukan oleh *stakeholder* baik dari kalangan pelaku bisnis (pemasok, lembaga pembiayaan), kalangan birokrasi (dinas koperasi & UMKM, Dinas pariwisata) dan lembaga perguruan tinggi sebagai upaya mendukung pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih efektif. Redesain merupakan langkah menata kembali terkait peran masing masing *stakeholder* agar lebih meningkatkan kontribusinya dalam membuka akses terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM yang sesuai dengan kompetensinya. Peningkatan peran *stakeholder* secara formal harus

dikembangkan dalam bentuk kemitraan baik dengan pelaku UMKM yang berfungsi sebagai obyek dan koperasi yang berfungsi sebagai subyek, karena selama ini koperasi memiliki peran strategis untuk menjadi mediasi atau wadah pembinaan sekaligus alat perjuangan UMKM.

## **2. Sinergi Sumberdaya**

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

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

internasional serta mampu mendorong pengembangan usaha sektor UMKM menjadi lebih baik.

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

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

### **3. Perilaku Kreatif dan Budaya Inovatif**

Pengembangan keberlanjutan merupakan satu kebutuhan bagi pelaku usaha agar eksistensi bisnisnya dapat terus berkelanjutan, karena hal ini merupakan bentuk representasi dari model pengembangan usaha sektor UMKM dimasa mendatang karena adanya tuntutan selera konsumen, adanya perubahan persaingan usaha, perubahan cara berbisnis, penggunaan media online, perkembangan bisnis yang serba kompleks serta keinginan pemiliknya untuk tumbuh berkembang menjadi lebih besar. Pengembangan keberlanjutan usaha ini harus didukung oleh perilaku kreatif dan budaya inovatif yang meliputi aspek kemitraan, aspek



kelembagaan, aspek fungsi manajemen serta aspek pemanfaatan teknologi informasi dimana aspek satu dengan aspek yang lain saling ter-*integrated* menjadi satu kesatuan yang utuh dan memberikan nilai sinergis. Melalui perilaku kreatif dan budaya inovatif diharapkan pelaku usaha sektor UMKM mampu menciptakan nilai tambah dan memiliki daya saing yang kuat dalam bisnisnya, khususnya dalam upaya menyediakan komoditi barang dagangan, pelayanan dan komunikasi yang efektif tanpa meninggalkan nilai-nilai budaya dan nilai kearifan lokal yang ada dan masih terjaga lestasi di tengah kehidupan masyarakat khususnya yang berada di kawasan wisata religi di Jawa Timur.

#### **5.1.4 Pengujian Efektivitas Model Pengembangan Usaha**

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

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

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

1. Mengidentifikasi variabel beserta indikator yang ada didalam rumusan model pengembangan usaha sektor UMKM
2. Menentukan jenis skala pengukuran didalam kuesioner dengan menggunakan skala Likert dan hasil pengukuran dengan menggunakan skala interval yaitu lima tingkatan/interval
3. Mendesain kuesioner yang dipergunakan untuk mengungkap persepsi pemangku kepentingan atas “Rumusan Model pengembangan usaha sektor UMKM”
4. Menyebarkan kuesioner kepada 31 responden (*purposive sampling*) kepada para pemangku kepentingan yang meliputi pelaku UMKM, koperasi, para pemerhati dan kalangan akademisi yang memiliki perhatian dengan UMKM yang berlokasi di wilayah obyek yang diteliti (kota Tuban, Lamongan, Gresik dan Surabaya)
5. Melakukan tabulasi data terkait hasil jawaban dari 31 responden, sehingga dapat mengungkap tingkat efektivitas “Rumusan model

pengembangan usaha sektor UMKM” sesuai dengan yang telah dipersepsi oleh responden atau *Stakeholder*, melalui data tabulasi akan dipergunakan untuk menganalisis tentang tingkat efektivitas model yang telah dirumuskan tersebut.

- Melakukan telaah secara mendalam tentang persepsi pemangku kepentingan atas rumusan model yang telah dibuat, kemudian dievaluasi tentang kelemahannya untuk dilakukan penyempurnaan lebih lanjut.

Untuk memberikan gambaran detail terkait jawaban responden dan persepsi pemangku kepentingan atas ”rumusan model pengembangan usaha sektor UMKM” maka dapat disajikan secara detail dalam tabel 5.13 sebagai berikut:

**Tabel 5.13: Persepsi atas Efektivitas “Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM”**

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden					Nilai (%)
		1	2	3	4	5	
<b>I. Kemitraan Dengan Bisnis</b>							
1	Koperasi dan UMKM perlu menjalin kemitraan secara resmi dengan pelaku bisnis	-	-	3	15	13	86,5
2	Perlunya koperasi menjadi mediasi untuk membangun mitra antara pelaku bisnis dengan pelaku UMKM	-	-	2	16	13	87,1
3	Perlunya koperasi menjadi mediasi untuk membangun mitra antara pemasok dengan pelaku UMKM	-	-	1	17	13	87,7
4	Perlunya koperasi memiliki unit bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan komoditi usaha pelaku UMKM	-	-	3	16	12	85,8
5	Koperasi dan pelaku UMKM harus membangun sinergi dalam bentuk hubungan kemitraan usaha	-	-	2	16	13	87,1
6	Koperasi seharusnya hadir disetiap kawasan sentra UMKM dan menjadi mediasi untuk pengembangan usahanya	-	-	2	18	11	85,8
7	Koperasi harus mampu menjadi mediasi untuk menjalinkan kerjasama UMKM dengan lembaga bisnis lain	-	-	3	15	13	86,5
8	Koperasi harus mampu menjadi mediasi untuk menjalinkan kemitraan bisnis UMKM dalam jangka panjang	-	-	2	15	14	87,7
Total Nilai Persepsi Responden		-	-	-	-	-	<b>86,8</b>
<b>II. Kemitraan Dengan Birokrasi</b>							
1	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses legalitas	-	-	2	18	11	85,8
2	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan	-	-	2	19	10	85,2

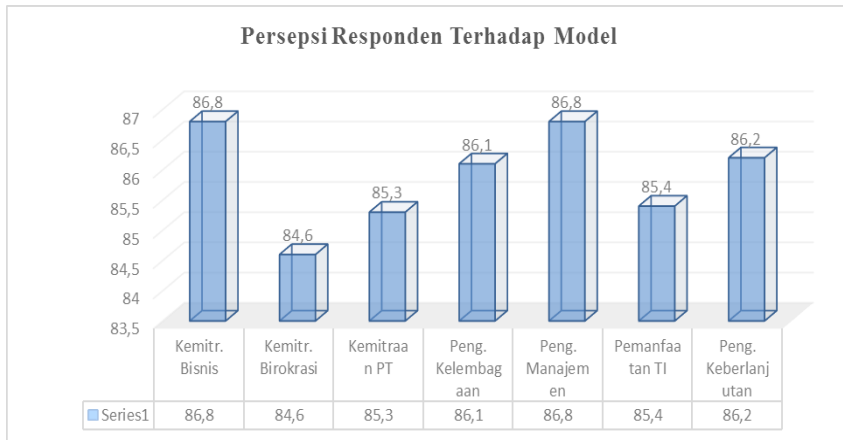
	kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses regulasi						
3	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses bisnis/usaha	-	-	3	19	9	83,9
4	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses permodalan	-	-	4	18	9	83,2
5	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses manajerial	-	-	1	22	8	84,5
6	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses pasar	-	-	3	18	10	84,5
7	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses pendidikan	-	-	3	17	11	85,2
8	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses inovasi usaha	-	-	4	15	12	85,2
	Total Nilai Persepsi Responden	-	-	-	-	-	<b>84,7</b>
<b>III. Kemitraan Dengan Perguruan Tinggi</b>							
1	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara perguruan tinggi & pelaku UMKM dalam akses kemitraan	-	-	2	19	10	85,2
2	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara perguruan tinggi & pelaku UMKM dalam konsultasi bisnis	-	-	4	16	11	84,5
3	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara perguruan tinggi & pelaku UMKM dalam program pelatihan	-	-	3	16	12	85,8
4	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara perguruan tinggi & UMKM dalam program pendampingan	-	-	2	16	13	87,1
5	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara perguruan tinggi & UMKM dalam pengembangan inovasi	-	-	4	16	11	84,5
6	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara perguruan tinggi & UMKM dalam pengembangan bisnis	-	-	3	15	13	86,5
7	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara perguruan tinggi & UMKM dalam pengembangan manajemen	-	-	2	19	10	85,2
8	Koperasi seharusnya mampu menjalinkan kerjasama antara perguruan tinggi & UMKM dlm pengembangan berkelanjutan	-	-	2	21	8	83,8
	Total Nilai Persepsi Responden	-	-	-	-	-	<b>85,3</b>
<b>IV. Penguatan Kelembagaan</b>							
1	Setiap komunitas UMKM dalam kawasan sebaiknya memiliki lembaga koperasi sebagai wadah organisasi usahanya	-	-	2	17	12	86,5
2	Koperasi seharusnya mampu melakukan penguatan aspek keorganisasian dalam bentuk komunitas/paguyupan UMKM	-	-	2	15	14	87,7
3	Koperasi seharusnya mampu melakukan penguatan aspek keorganisasian dalam bentuk komunitas/paguyupan UM	-	-	4	14	13	85,8
4	Koperasi seharusnya mampu memiliki struktur organisasi yang membidangi aspek	-	-	2	18	11	85,8

	pengembangan UMKM						
5	Koperasi seharusnya mampu memiliki struktur organisasi yang menangani aspek pengembangan kemitraan UMKM	-	-	3	18	10	84,5
6	Koperasi seharusnya mampu memiliki struktur organisasi yang menangani aspek pengembangan manajerial UMKM	-	-	4	15	12	85,2
7	Koperasi seharusnya mampu memiliki struktur organisasi yang menangani aspek legalitas UMKM	-	-	1	17	13	87,7
8	Koperasi seharusnya mampu memiliki struktur organisasi yang menangani aspek sumber pendanaan UMKM	-	-	3	16	12	85,8
	Total Nilai Persepsi Responden	-	-	-	-	-	<b>86,2</b>
<b>V. Penguatan Fungsi Manajemen</b>							
1	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan kemampuan manajemen bagi UMKM	-	-	3	15	13	86,5
2	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan aspek manajemen pengolahan usaha UMKM	-	-	2	16	13	87,1
3	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan aspek manajemen ketenagakerjaan UMKM	-	-	1	17	13	87,7
4	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan aspek manajemen pemasaran UMKM	-	-	3	16	12	85,8
5	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan aspek manajemen keuangan UMKM	-	-	2	16	13	87,1
6	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan aspek kreativitas dan inovasi usaha UMKM	-	-	2	18	11	85,8
7	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu aspek pengelolaan sumberdaya untuk UMKM	-	-	3	15	13	86,5
8	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan daya saing UMKM	-	-	2	15	14	87,7
	Total Nilai Persepsi Responden	-	-	-	-	-	<b>86,8</b>
<b>VI. Pemanfaatan Teknologi Informasi</b>							
1	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek manajemen untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	2	18	11	85,8
2	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek ketenagakerjaan untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	3	16	12	85,8
3	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek pengolahan untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	4	14	13	85,8
4	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek pemasaran untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	2	19	10	85,2
5	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek keuangan untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	1	18	12	87,1
6	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek kreativitas & Inovasi untuk pengembangan UMKM	-	-	3	18	10	84,5

7	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi pengelolaan sumberdaya untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	4	18	9	83,2
8	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek daya saing untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	2	18	11	85,8
Total Nilai Persepsi Responden		-	-	-	-	-	<b>85,4</b>
<b>VII. Pengembangan Berkelanjutan</b>							
1	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek manajemen untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	1	18	12	87,1
2	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek ketenagakerjaan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan UMKM	-	-	3	17	11	85,2
3	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek pengolahan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	4	17	10	83,9
4	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek pemasaran untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	2	18	11	85,8
5	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek keuangan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	3	16	12	85,8
6	Perilaku kreatif dan budaya inovatif menjadi kebutuhan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	3	15	13	86,5
7	Perilaku kreatif dan budaya inovatif pengelolaan sumberdaya untuk mendukung pengembangan berkelanjutan UMKM	-	-	2	15	14	87,7
8	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek daya saing untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	1	17	13	87,7
Total Nilai Persepsi Responden		-	-	-	-	-	<b>86,2</b>

Sumber: Diolah oleh Penulis

Mengacu pada nilai rata rata persepsi responden atas tujuh aspek yang ingin digunakan untuk mengungkap seberapa besar tingkat penerimaan model yang telah dirumuskan tersebut, menunjukkan bahwa jawaban responden memiliki nilai yang bervariasi berkisar pada angka 83,23 - 87,74 hal ini menunjukkan bahwa model pengembangan usaha sektor UMKM tersebut sangat diterima oleh kalangan masyarakat sebagai model yang efektif, walaupun dalam implementasinya nanti membutuhkan penyesuaian dengan karakteristik UMKM. Agar memudahkan untuk memahami tingkat efektivitas rumusan model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang telah ditampilkan dalam tabel tersebut, maka untuk memberikan gambaran secara singkat dapat ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut.



**Gambar 5. 8:** Persepsi Responden Terhadap Rumusan Model

Berdasarkan tabel 5.13 dan gambar 5.8 tersebut diatas menunjukkan bahwa “Rumusan model pengembangan usaha sektor UMKM” dipersepsi oleh pemangku kepentingan dengan rata rata nilai persepsi berkisar antara 84,68% - 86,77% untuk keseluruhan aspek yang ada didalam rumusan model. Hal ni menunjukkan bahwa model pengembangan usaha sektor UMKM yang telah dirumuskan tersebut dapat diterima secara layak untuk menjelaskan bagaimana suatu model pengembangan usaha dapat diimplementasikan pada usaha sektor UMKM kawasan wisata Religi di Jawa Timur. Hasil persepsi pemangku kepentingan dapat dikemukakan sebagai berikut:

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

Model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang telah diuji berdasarkan persepsi pemangku kepentingan tersebut telah memberi makna bahwa pengembangan usaha sektor UMKM sebagai model cukup memadai namun hal ini belumlah cukup sebagai model yang siap

diimplementasikan, oleh karena itu perlu dievaluasi kembali melalui *focus group discussion* sebagaimana yang akan dibahas dalam tahapan evaluasi efektivitas model.

### **5.1.5 Mengevaluasi Efektivitas Model Pengembangan Usaha UMKM**

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

1. Desain kemitraan *stakeholder*, keterlibatan pemangku kepentingan baik dari kalangan pelaku bisnis, birokrasi dan akademisi (PT) cenderung memiliki egosektoral yang sangat kuat, oleh karena itu dalam kemitraan *stakeholder* harus dilakukan secara *ter-integrated* agar para pemangku kepentingan mampu memberikan satu sumbangsih yang riil bagi pengembangan usaha sektor UMKM. Koperasi harus mampu meningkatkan perannya sebagai jembatan dalam menjalinkan kemitraan *stakeholder* dengan pelaku UMKM dalam rangka membuka akses bisnis, akses permodalan serta akses manajemen
2. Sinergi sumberdaya, koperasi harus lebih meningkatkan perannya sebagai media yang menjembatani antara pemangku kepentingan dengan pelaku UMKM, oleh karena itu sinergi sumberdaya UMKM harus dioptimalkan melalui penguatan kelembagaan, penguatan fungsi manajemen, pemanfaatan teknologi informasi agar pengembangan usaha sektor UMKM sebagai model mampu dipergunakan sebagai rujukan dalam pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur maupun kawasan lainnya yang memiliki sentra UMKM sebagai aktivitas usaha masyarakat.



3. Perilaku kreatif dan budaya inovatif, menyangkut program jangka panjang yang harus dipersiapkan untuk memandirikan dan mendewasakan pelaku UMKM agar siap menghadapi persaingan global dan perubahan lingkungan bisnis, oleh karena itu perlunya di desain program ter-*integrated* dan berkelanjutan agar proses memandirian dan pendewasaan UMKM dapat berjalan secara natural, sehingga keberlanjutan dari usaha UMKM dapat terjamin melalui sistem dan bersifat masif.

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

## **5.2 Pembahasan Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM**

Tahap ini merupakan tahapan terakhir dalam rumusan model, oleh karena itu pemodelannya harus mencakup berbagai aspek permasalahan yang terjadi ditengah masyarakat. Pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi Jawa Timur harus di kembangkan sesuai dengan karakteristiknya, oleh karena itu pengembangan model merupakan suatu kebutuhan, agar kedepannya UMKM dapat menjadi salah satu pelaku

ekonomi yang mandiri dan kuat, oleh karena itu model pengembangan usaha sektor UMKM dapat diuraikan sebagai berikut:

### **5.2.1 Kemitraan *Stakeholder***

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

Kehadiran badan usaha milik desa seharusnya dipandang sebagai potensi baru untuk mengangkat keberadaan UMKM sebagai alternatif kekuatan ekonomi baru karena secara kultural dan struktur memiliki ikatan yang kuat dengan pemerintahan desa. Selama ini *stakeholder* UMKM meliputi komponen *government*, *business* dan *academic (triple helix)*, dimana masing masing memainkan perannya sesuai dengan domain yang dimilikinya, bahkan cenderung memainkan peran sesuai dengan ego sektoralnya, sehingga dampak manfaatnya kurang optimal bagi kepentingan dan perkembangan UMKM saat sekarang yang akan mendatang (wahyudiono, 2017). Redesain kemitraan *stakeholder* merupakan satu kebutuhan yang mendesak agar potensi yang dimiliki

masing masing tidak sia sia baik dari aspek kebijakan, waktu, tenaga, manfaat dan biaya.

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

#### **5.2.1.1 Kalangan Birokrasi**

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

mengoptimalkan perannya sesuai dengan domain dan kewenangan yang dimilikinya, diantaranya meliputi langkah sebagai berikut:

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

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

#### **5.2.1.2 Kalangan Bisnis**

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

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

pengelolaan bisnis UMKM, baik untuk kepentingan jangka pendek maupun kepentingan jangka panjang.

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

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

seperti kredit sepeda motor, mesin pabrik dan peralatan mesin lainnya, oleh karena itu dengan membuka akses yang lebih luas untuk sektor UMKM tentu akan membuka peluang yang lebih besar dalam penyaluran dana yang lebih produktif. Lembaga leasing selama ini lebih mudah pelayanannya dan persyaratan kreditnya juga tidak serumit lembaga perbankan, maka dengan skala prioritas dan program khusus untuk pembiayaan sektor UMKM tentunya sektor ini akan tumbuh berkembang sesuai dengan karakteristik bisnisnya.

3. Badan usaha milik negara/daerah dan badan usaha swasta lainnya juga memiliki peran yang penting dalam mendorong pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu perlunya kelompok ini mengalokasikan dan memprioritaskan program *corporate social responsibility* (CSR) untuk membantu program pengembangan kualitas manajemen UMKM diwilayahnya, program modal bergulir, membuka akses pasar untuk produk UMKM dan program lain yang bertujuan mendorong pengembangan usaha sektor UMKM. Kerjasama dengan lembaga perbankan juga dapat dilakukan melalui program penyaluran kredit bergulir bagi pelaku UMKM, dimana perusahaan menempatkan dana CSR nya di perbankan tertentu, sedangkan perbankan menyalurkan dalam bentuk kredit sesuai dengan skala prioritas dan rekomendasi yang diberikan oleh pemilik dana tersebut. Kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi juga dapat dilakukan melalui program klinik pelayanan bisnis UMKM, program pelatihan dan program pendampingan aspek manajemen. Melalui kolaborasi program kerjasama terintegrasi antar lembaga merupakan bentuk jawaban untuk mewujudkan optimalisasi peran *stakeholder* dalam mendukung pengembangan usaha sektor UMKM dari aspek manajemen dan aspek permodalan serta memandirikan keberadaan usaha sektor UMKM dalam menghadapi persaingan global dan bisnis yang berkelanjutan.
4. Pedagang besar, pemasok barang dagangan dan bahan baku merupakan mitra yang sangat dibutuhkan oleh usaha sektor UMKM saat sekarang, mengingat aspek legalitas yang masih belum dimilikinya kelompok UMKM, seharusnya setiap sentra UMKM dapat mengoptimalkan peran

koperasi sebagai mitra bersamanya karena koperasi yang sudah memiliki legalitas badan hukum minimal dapat menjadi perantara antara kalangan bisnis tersebut dengan kelompok UMKM, oleh karena itu koperasi harus mengoptimalkan orientasi fungsinya menjadi lebih luas lagi, bukan hanya bermitra dalam aspek peningkatan manajerial saja tetapi sudah mengarah pada aspek bisnis yang mendukung pengembangan usaha sektor UMKM, dengan demikian antara koperasi dan sektor UMKM telah terjadi perubahan peran mitranya yaitu sebagai bapak angkat dan anak angkat terhadap sektor UMKM, sehingga keduanya telah berubah menjadi hubungan mutualisma artinya membangun hubungan yang saling menguntungkan keduanya.

5. Optimalisasi pemanfaatan bantuan dana desa, beberapa tahun terakhir ini telah digulirkan program bantuan desa dari pemerintah pusat yang tujuan utamanya adalah untuk menstimuli dan memperkuat sektor ekonomi yang berbasis rakyat (ekonomi pedesaan). Bantuan dana ini dapat dimanfaatkan untuk membentuk Badan Hukum Milik Desa (BUMDes), oleh karena itu peran dan kompetensi seorang kepala desa sangat besar andilnya dalam membuka keterisoliran akses perekonomian desa dengan perekonomian kota. Kepala desa beserta jajarannya seharusnya mampu memilih program yang memiliki keperpihakan terhadap usaha sektor UMKM di wilayahnya, dengan cara mengoptimalkan sumberdaya alam yang ada di wilayahnya untuk ditransformasi menjadi sumberdaya ekonomi yang memberi nilai tambah bagi masyarakat, diantaranya mengangkat potensi alamnya, desa wisata, hasil pertanian/perkebunan dan potensi sumberdaya lain yang mungkin memiliki aspek nilai kearifan lokal, nilai budaya, nilai sosial dan nilai kultural lainnya, dengan mengoptimalkan peran BUMDes diharapkan akan memberi kontribusi terhadap pengembangan usaha sektor UMKM diseluruh wilayah desa yang ada di Jawa Timur.

### **5.2.1.3 Kalangan akademik**

Perguruan tinggi dipandang sebagai *stakeholder* yang memiliki peran sangat strategis untuk mendukung pengembangan bagi UMKM



dimasa mendatang, karena perguruan tinggi memiliki kekuatan dibidang riset dan sumberdaya manusia yang mumpuni untuk mewujudkan program klinik manajemen, pelatihan kompetensi di bidang manajemen serta program lain yang relevan dengan pengembangan kualitas manajemen UMKM. Perguruan tinggi harus mampu menjadi *agent of development*, namun kenyataan yang terjadi perguruan tinggi masih 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 program kemitraan dengan lembaga perbankan di wilayah tersebut khususnya melakukan pendampingan pada pelaku UMKM dan masyarakat pasca penerimaan kredit dari lembaga perbankan, agar pengelolaan kredit dapat dilakukan secara efektif. Program pendampingan UMKM dapat dikemas melalui program pengabdian masyarakat yang selama ini masih berjalan kurang efektif karena tidak adanya kemitraan dengan lembaga lain, oleh karena itu jika ada program kerjasama dengan lembaga perbankan tentunya perguruan tinggi dapat mengoptimalkan perannya melalui riset dan pengabdian masyarakat khususnya yang terkait dengan program pengembangan usaha sektor UMKM yang berada di wilayah kerjanya.
3. Perlunya perguruan tinggi memiliki program riset unggulan dibidang UMKM, mengingat selama ini sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian regional maupun nasional, namun sumbangsuhnya yang diberikan masih belum optimal, hal ini dikarenakan masih rendahnya tingkat komitmen dan pemanfaatan fungsi manajemen untuk pengelolaan usaha sektor UMKM. Program riset ter-*integrtaed* bertujuan untuk menemukan solusi dari berbagai permasalahan yang sering muncul didalam aktivitas sektor UMKM, khususnya dari aspek manajemen dan bisnis, oleh karena itu program riset dapat membantu dalam menyusun skala prioritas untuk penanganan problem pengelolaan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur.
4. Perlunya kerjasama dengan instansi pemerintah khususnya dinas terkait dengan UMKM (Dinas Koperasi & UMKM, Dinas Pariwisata, Dinas Tatakota), dengan fokus pada pelaksanaan program bina mitra, pelatihan, pendampingan dan riset yang berkaitan dengan penerapan model manajemen dan pengembangan usaha sektor UMKM. Kendala instasi pemerintah adalah ketersediaan waktu untuk melakukan pendampingan dan monitoring atas hasil pelatihan, oleh karena itu melakukan kerjasama dengan lembaga lain tentu dapat menjaga

terlaksananya program pengembangan sektor UMKM secara keberlanjutan serta menyiapkan pelaku UMKM secara mandiri agar nantinya siap menghadapi persaingan global di era bisnis digital.

### **5.2.2 Sinergi Sumberdaya UMKM**

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

#### **5.2.2.1 Penguatan Kelembagaan**

Penguatan kelembagaan merupakan proses untuk membentuk perangkat organisasi atau alat kelembagaan agar aktivitas usaha sektor UMKM dapat berjalan sesuai kebutuhannya. Secara umum penguatan

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

1. Peran Koperasi, lembaga koperasi saat ini memiliki peran yang sangat strategis membawa misi perubahan pada sektor UMKM, oleh karena itu restrukturisasi fungsi koperasi harus dioptimalkan khususnya dalam menjembatani aktivitas usaha UMKM dengan pihak terkait. Setiap kelompok usaha atau sentra UMKM seharusnya menginduk pada koperasi sebagai badan hukumnya agar aktivitas sektor UMKM terlindungi legalitas atau setiap kelompok usaha atau sentra UMKM harus membentuk wadah koperasi agar aktivitas yang terkait dengan pihak eksternal memiliki wadah badan hukum, sehingga kiprah UMKM dalam membangun kemitraan dengan pihak eksternal akan menjadi lebih kuat, hal ini yang dirasa masih kurang berjalan secara masif. Reposisi fungsi koperasi harus diwujudkan dalam rangka misi perubahan pada perilaku bisnis sektor UMKM khususnya aspek manajemen, kemitraan, akses permodalan dan pengembangan keberlanjutan. Fungsi koperasi dimasa mendatang seharusnya bukan fokus pada sektor usaha saja tetapi harus mengarah pada sentra pelayanan manajemen, program pelatihan, pendampingan hasil pelatihan, sentra HKI, pendampingan pengembangan usaha dan kemandirian pelaku UMKM. Hal ini akan terwujud jika koperasi dapat melakukan kerjasama dengan kalangan birokrasi, lembaga perguruan tinggi dan pelaku bisnis, dengan demikian para pelaku UMKM yang terhimpun dalam wadah koperasi menjadi lebih mudah untuk memperoleh dan mengikuti program bina mitra, pelatihan, pendampingan hasil pelatihan, akses permodalan dan akses lainnya yang terkait dengan program pengembangan usaha sektor UMKM.

2. Peran komunitas (paguyupan), untuk beberapa kegiatan sektor UMKM masih ada yang memerlukan hadirnya komunitas (paguyupan) agar kegiatannya dapat berjalan secara terorganisasi. Komunitas ini umumnya bersifat informal, namun cukup efektif untuk kelompok usaha tertentu, sehingga aktivitasnya memiliki arah yang lebih jelas, tidak berjalan secara liar dan menghindarkan terjadinya konflik diantara mereka sendiri. Paguyupan tukang ojek, pedagang di kawasan wisata, pemandu wisata dan lainnya umumnya pelakunya terhimpun dalam sektor jasa dan keberadaannya sangat mendukung aktivitas sektor UMKM, oleh karena itu keberadaan wadah komunitas (paguyupan) merupakan upaya untuk penguatan kelembagaan dalam rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM. Beberapa wadah paguyupan yang selama ini masih eksis di tengah masyarakat kita diantaranya paguyupan pedagang buah, pedagang kawasan wisata, jasa pemandu, tukang ojek dan masih banyak lagi, oleh karena itu model paguyupan ini seharusnya dapat diarahkan sebagai embrio terbentuk koperasi di masa mendatang, melalui wadah koperasi maka keanggotaan pelaku UMKM secara legalitas terlindungi badan hukum, sehingga untuk melakukan kemitraan dengan pihak eksternal akan menjadi lebih formal (kerjasama usaha, akses modal dan peningkatan kompetensi manajerial).

#### **5.2.2.2 Penguatan Fungsi Manajemen**

Fungsi manajemen merupakan serangkaian kegiatan terstruktur yang memiliki tujuan untuk memberi peningkatan kualitas manajemen pada kelompok pelaku UMKM baik aspek manajemen ketenagakerjaan, manajemen manufaktur, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan/akuntansi. Penguatan pada fungsi manajemen diarahkan untuk meningkatkan kompetensi dan kemampuan praktek manajemen untuk pengeloaan usaha sektor UMKM, oleh karena itu penguatan pada fungsi manajemen sektor UMKM memerlukan kemitraan dengan lembaga lainnya utamanya lembaga perguruan tinggi, lembaga perbankan dan pembiayaan, birokrasi serta pelaku bisnis. Penguatan fungsi manajemen

bertujuan untuk menjadikan para pelaku UMKM memiliki modal keterampilan dan wawasan dibidang manajemen, sehingga kedepannya mampu mengelola usahanya berdasarkan sistem dan model yang efektif dan efisien, khususnya untuk memandirikan pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan global dan mengarah pada pengembangan berkelanjutan. Adapun penguatan fungsi manajemen meliputi aspek:

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

3. Manajemen pemasaran, untuk penguatan pada aspek pemasaran harus lebih di fokuskan pada pemilihan keragam produk, keunikan komoditi barang dagangan dan karakteristik produk yang mencerminkan nilai estetika dan nilai kearifan lokal. Penguatan fungsi pemasaran juga memerlukan program pelatihan yang terkait dengan penataan barang, seni komunikasi dengan konsumen serta upaya membangun hubungan personal dengan konsumen dengan satu harapan dapat menciptakan ikatan psikologis dengan pembelinya, oleh karena itu penguatan aspek pemasaran harus dilakukan dengan membangun kemitraan secara terpadu antara koperasi, perguruan tinggi, birokrasi dan pelaku bisnis agar pelaku sektor UMKM memiliki kemampuan yang mumpuni untuk mengelola pelanggan, komoditi barang dagangan dan pengembangan usaha untuk jangka panjang.
4. Manajemen keuangan/akuntansi, penguatan aspek keuangan/akuntansi untuk sektor UMKM sangat sederhana karena aktivitas usahanya masih belum besar. Sektor UMKM yang berada di kawasan wisata religi kebanyakan masuk dalam skala mikro, oleh karena itu penguatan aspek keuangan lebih difokuskan pada pentingnya memisahkan antara kepentingan usaha dengan keperluan keluarga, hal inilah yang masih sering dilakukan oleh kelompok usaha sektor UMKM, sehingga mereka sendiri sangat kesulitan mengukur capaian kinerja selama ini, sehingga pengembangan usaha mereka juga menjadi tidak jelas karena ketidak mampuan memisahkan dua kepentingan yang berbeda. Untuk jangka pendek fokus penguatan manajemen keuangan lebih diarahkan pada cara mengukur beban biaya usaha dengan keperluan keluarganya, agar mereka dapat membuat perhitungan laba untuk keperluan akses permodalan yang lebih besar.

### **5.2.2.3 Pemanfaatan Teknologi Informasi**

Teknologi informasi di era sekarang sudah menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan umat manusia baik untuk keperluan pribadi maupun kepentingan bisnis, bahkan tiada hari tanpa penggunaan teknologi, oleh karena itu teknologi harus dapat dimanfaatkan untuk

mendukung kelancaran usaha UMKM, minimal untuk keperluan komunikasi dengan mitra usahanya. Teknologi informasi bukan piranti baru dalam dunia usaha, tetapi sudah menjadi bagian dalam sistem organisasi, terutama untuk mendukung pengelolaan sumberdaya pisik yang dimilikinya, oleh karena itu pelaku sektor UMKM harus mulai komitmen untuk memanfaatkan teknologi informasi untuk pengelolaan bisnisnya yang meliputi:

1. Pemanfaatan teknologi informasi untuk manajemen, teknologi informasi bukan hal yang baru dalam sistem manajemen, justru teknologi informasi harus dapat dimanfaatkan untuk mendukung implementasi manajemen, sehingga fungsi manajemen dapat berjalan secara efektif dan efisien baik manajemen keuangan, pengolahan bahan, ketenagakerjaan dan pemasaran, untuk memberikan rincian tentang fungsi manajemen tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.
  - a. Manajemen ketenagakerjaan, teknologi informasi minimal dapat membantu pelaku sektor UMKM didalam mengelola tenaga kerjanya, guna menunjang monitoring dan evaluasi aktivitas tenaga kerjanya, sehingga pengawasan akan menjadi efektif. Pemanfaatan teknologi informasi bukan mesti harus menggunakan aplikasi yang canggih dan *complecated* tetapi HP berbasis androidpun sudah lebih dari cukup bagi pelaku UMKM, karena yang di butuhkan adalah kemampuan untuk komunikasi yang efektif dan tepat guna.
  - b. Manajemen pengolahan bahan, pemanfaatan teknologi informasi untuk manajemen pengolahan bahan, lebih difokuskan untuk monotoring dan evaluasi proses manufaktur terutama yang terkait dengan penentuan skedul kebutuhan bahan, kesiapan tenaga kerja, tersedianya bahan penunjang dan skedul penyelesaian barang jadi, sehingga informasi yang diperoleh dapat dipergunakan untuk menentukan target pengiriman barang sesuai dengan pesanan yang telah disetujui. Pemanfaatan teknologi informasi untuk aspek pengolahan bahan (manufaktur) bagi pelaku UMKM dapat dilakukan lewat HP yang berbasis adroid, yang diperlukan bukan



- kecanggihan aplikasinya tetapi manfaat informasi untuk pengambilan keputusan yang efektif dan tepat sasaran.
- c. Manajemen pemasaran, pemanfaatan teknologi informasi untuk manajemen pemasaran sudah tidak dapat ditawar lagi bagi pelaku UMKM. selama ini telah memanfaatkan HP sebagai media komunikasi dan sumber informasi yang efektif dan efisien untuk pengelolaan aspek pemasaran. Pemanfaatan teknologi informasi yang paling utama adalah untuk mengkomunikasikan tentang barang dagangan dari pemasok, barang yang dijual maupun akses komunikasi dengan pembeli. Selama ini penggunaan HP sudah cukup baik dalam rangka membangun komunikasi, namun dalam jangka panjang dapat meningkatkan manfaat aplikasi dari HP sebagai pusat informasi baik untuk keperluan dengan pihak rekanan maupun dengan pihak pembeli, sehingga manajemen pemasarannya dapat dikelola secara efektif dan efisien.
  - d. Manajemen keuangan/akuntansi, pemanfaatan teknologi informasi untuk manajemen keuangan/akuntansi dapat diarahkan untuk pengelolaan sumber dana, minimal untuk monitoring dan evaluasi arus kas dapat dilakukan dengan cara yang efektif. Pemanfaatan HP berbasis android sudah lebih dari cukup bagi pelaku UMKM, yang terpenting adalah mampu menyediakan informasi yang terkait dengan skedul pembayaran hutang, saldo keuangan yang dimiliki setiap saat, sehingga informasi arus kasnya dapat membantu pelaku UMKM untuk pengambilan keputusan yang efektif dan efisien.
2. Pemanfaatan teknologi informasi untuk kemitraan, pemanfaatan informasi yang terkait dengan kemitraan membutuhkan berbagai jenis informasi yang relevan dengan kebutuhannya. Kemitraan bagi pelaku UMKM memiliki makna penting karena mereka membutuhkan akses dengan pihak luar, terutama akses legalitas, akses permodalan, akses kerjasama dan lainnya. Pentingnya kemitraan adalah untuk memperkokoh usaha yang dikembangkan selama ini, teknologi informasi dapat memanfaatkan fasilitas yang ada pada perangkat HP nya, karena dalam aplikasi HP yang dimilikinya sudah cukup untuk

membangun komunikasi yang efektif dengan mitra bisnisnya minimal sumber informasi sudah dapat diperoleh dari perangkat tersebut, oleh karena itu HP bagi pelaku UMKM adalah media sekaligus perangkat yang efektif sebagai sumber teknologi informasi, sehingga kemitraan dapat dibangun dengan cara yang efektif dan efisien.

3. Pemanfaatan teknologi informasi untuk inovasi, era teknologi informasi yang luar biasa ini, pelaku UMKM dapat memanfaatkan fasilitas yang ada di HP nya sebagai sumber informasi yang efektif dan murah. Perilaku kreatif dan budaya inovatif dapat dilakukan oleh setiap pelaku UMKM dengan cara memanfaatkan informasi yang ada didalam aplikasi HP-nya. HP dapat menjadi media serta sumber informasi untuk melakukan inovasi yang terkait dengan usahanya baik dari aspek produk, pelayanan bahkan untuk membangun kemitraan baru dengan pihak lainnya, oleh karena itu HP dan perangkat aplikasi yang ada harus dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM sebagai sumber kreativitas dan inovasi yang berguna untuk pengembangan usahanya.
4. Pemanfaatan teknologi informasi untuk pasar, pemanfaatan teknologi informasi yang terkait dengan pasar terdiri dari dua aspek yaitu informasi terkait dengan pembeli dan informasi terkait dengan pesaing. Media dan sumber informasi tetap memanfaatkan fasilitas aplikasi yang ada didalam HP androidnya, namun jenis informasi harus dipilah pilah sesuai dengan kebutuhan. Informasi terkait dengan pembeli harus diarahkan untuk memahami kebutuhan dan keinginan selera pembeli, sedangkan informasi terkait dengan pesaing diarahkan untuk memahami dan menemukan tren baru yang terjadi di tengah masyarakat, oleh karena itu pelaku UMKM harus benar benar memahami peta kebutuhan serta keinginan konsumennya, disinilah pelaku UMKM dapat menemukan mitra baru yang terkait dengan pasokan barang dagangan yang selaras dengan tren pasar sehingga pasar dapat dipahami dengan benar.

#### **5.2.2.4 Kelembagaan Koperasi**

Koperasi merupakan salah satu pelaku bisnis yang memiliki hubungan erat dengan keberadaan dari sektor UMKM, bahkan UMKM

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

1. Koperasi seharusnya memperkuat kelembagaannya dengan mengembangkan divisi/unit yang khusus memberi pelayanan pada pengembangan sektor UMKM seperti Divisi bina mitra, pusat pelatihan manajemen, pusat pendampingan hasil pelatihan, pusat konsultasi dan keberlanjutan sektor UMKM. Pengembangan divisi ini diharapkan lebih fokus untuk meningkatkan kualitas dan kompetensi bagi pelaku UMKM pada aspek manajeriannya, sehingga kedepannya pelaku UMKM akan mampu mandiri dalam menyongsong masa depannya dan mandiri dalam menghadapi persaingan pasar global.
2. Koperasi seharusnya memperkuat kelembagaannya dengan membuat divisi kerjasama (kemitraan) dengan pihak stakeholder UMKM, baik dari kalangan birokrasi, pelaku bisnis dan kalangan perguruan tinggi. Melalui pengembangan divisi kemitraan diharapkan koperasi mampu menjadi jembatan untuk menjalin kemitraan dalam aspek akses permodalan, akses peningkatan kompetensi dan kualitas pelaku UMKM dan akses legalitas. Permasalahan utama dari pelaku UMKM adalah aspek legalitas, karena umumnya memang tidak memperhatikan aspek ini, yang penting dapat melakukan usaha baginya adalah keberkahan dan lebih dari cukup dalam hidupnya, oleh karena itu dengan koperasi sebagai induk sektor UMKM maka secara kelembagaan fungsi kemitraan secara formal dapat dilakukan oleh koperasi, namun muncul persoalan besar bagi koperasi darimana sumber pembiayaan untuk mengambil alih fungsi tersebut, disinilah

dibutuhkan kearifan dari birokrasi, pelaku bisnis yang sudah besar maupun perguruan tinggi melalui program pengabdian masyarakat.

3. Koperasi seharusnya memperkuat kelembagaannya dengan membuat divisi yang usahanya lebih fokus dengan kegiatan sektor UMKM, jadi koperasi akan menjalankan dua fungsi sekaligus yaitu koperasi sebagai badan hukum yang menjalankan usaha sesuai dengan kompetensi dan pilihan, yang kedua koperasi sebagai alat perjuangan UMKM, hal ini tentu sangat berat karena selama ini koperasi hanya berfokus pada bisnisnya saja sulit berkembang apalagi sebagai alat perjuangan, oleh karena itu solusi yang tepat adalah melibatkan *stakeholder* melalui program *ter-integrated* dimana koperasi harus menjadi obyek sekaligus sebagai subyek. Melalui program ini diharap misi koperasi akan tercapai secara bersama sama, dengan demikian restrukturisasi kelembagaan koperasi harus di lakukan secara benar dan tepat agar koperasi sebagai pelaku usaha dan koperasi sebagai alat perjuangan UMKM dapat berjalan secara berdampingan sehingga kedepannya koperasi dan sektor UMKM benar menjadi soko guru ekonomi dan kekuatan ekonomi baik regional maupun nasional.

### **5.2.3 Perilaku Kreatif dan Budaya Inovatif**

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

penguatan kemitraan dan aspek pasar, adapun perilaku kreatif dan budaya inovatif dapat diuraikan sebagai berikut:

### **5.2.3.1 Kreatif dan Inovatif Aspek Kemitraan**

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

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

membangun komunitas, agar kemitraan koperasi dan sektor UMKM dapat berjalan dengan harmonis

### **5.2.3.2 Kreatif dan Inovatif Pada Aspek Manajemen**

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

1. Penataan kompetensi kualitas ketenagakerjaan merupakan bagian paling penting dalam pengembangan usaha sektor UMKM, mengingat historis keberadaan sektor ini sejak dahulu hingga sekarang. Sektor ini lebih banyak dimasuki oleh sektor informal maka pola untuk menata ketenagakerjaannya juga harus bersifat informal, oleh karena itu perilaku kreatif dan inovatif yang terkait dengan aspek ini harus melalui program kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi, program CSR oleh Badan Usaha Milik Negara dan program pendampingan oleh lembaga swadaya masyarakat. Melalui pola kemitraan diharapkan pengembangan sumber daya manusia sektor UMKM akan berjalan lebih baik daripada dilakukan secara formal karena selama ini mereka tidak dapat meninggalkan pekerjaannya terlalu lama hanya untuk kepentingan pelatihan, baginya bekerja adalah untuk kehidupan.
2. Pengembangan aspek manajemen pemasaran sifatnya jauh lebih sederhana, bila dibandingkan dengan aspek ketenagakerjaan, karena selama ini fokus utama dari para pelaku UMKM adalah berjualan. Proses perjalanan bisnisnya adalah jual komoditi barang dagangan, oleh karena itu perilaku kreatif dan inovatif yang terkait aspek pemasaran harus lebih diarahkan pada kemampuan pelayanan dan komunikasi dengan konsumennya atau dengan pemasoknya, karena ini menjadi mata rantai bisnis yang ditekuni selama ini. Fasilitas aplikasi yang ada

di android mereka harus di optimalkan untuk kepentingan pemasaran, minimal mengetahui tren selera konsumen yang terus berubah sesuai dengan eranya terutama terkait dengan usaha kuliner, asesoris, pakaian dan cenderamata. Kemampuan dalam mentransformasi nilai budaya, nilai sosial, nilai kearifan lokal dan nilai spritual masyarakat kedalam produk dan jasa tentu menjadi kunci sukses dalam perilaku kreatif dan inovatif dalam aspek pemasaran.

3. Pengembangan pada aspek manajemen pengolahan (manufaktur) fokusnya lebih diarahkan pada sektor pengolahan hasil pangan, hasil pertanian, hasil perikanan, hasil perkebunan dan peternakan bahkan untuk pecinta tanaman dan bunga. Hal ini memang sesuai dengan karakteristik sektor pengolahan yang selama ini sering dijadikan komoditi olahan, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif harus diarahkan pada proses pengolahan yang memenuhi syarat higien, daya tahan produk, cara pengemasan dan pengiriman produk. Melalui kemitraan dengan badan sertifikasi (BPOM), lembaga perguruan tinggi dan pelaku bisnis modern diharapkan akan mampu memberi pengetahuan dan keterampilan riil bagi pelaku sektor UMKM.
4. Pengembangan aspek keuangan/akuntansi bagi pelaku UMKM tidaklah rumit, karena selama ini mereka sudah mampu mengelola usahanya dengan baik meski semuanya dilakukan dalam lingkup yang kecil. Perilaku kreatif dan inovatif harus diarahkan bagaimana mereka memisahkan uang untuk kepentingan bisnis dan uang untuk kepentingan keluarga, serta memaknai arti penting nilai uang karena selama ini mereka tidak berorientasi pada bisnis tetapi berorientasi pada kehidupan, oleh karena itu membawa mereka menuju arah yang benar dalam mengelola keuangan bukanlah hal yang mudah karena keinginan mereka untuk memenuhi kebutuhan keluarga seringkali mengaburkan kepentingan usahanya.

### **5.2.3.3 Kreatif dan Inovatif Pada Aspek Pasar**

Pemahaman tentang pasar pada usaha sektor UMKM tidaklah serumit kita bicara pasar di perusahaan modern, pasar bagi pelaku sektor

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

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



UMKM ini dapat berkembang dan tumbuh sesuai dengan karakteristiknya. Budaya kebersamaan pelaku sektor UMKM sudah dibentuk melalui wadah informal seperti arisan, pengajian dan wadah silaturahmi lainnya, jika hal ini dapat dilakukan secara berkelanjutan maka bicara persaingan dalam sektor UMKM justru wadah membangun kemitraan, malahan anggota masyarakat yang tidak masuk dalam wadah informalnya mereka akan terasing dalam lingkungan usaha sektor UMKM.

#### **5.2.3.4 Kebutuhan Pengembangan Berkelanjutan**

Pengembangan model usaha merupakan salah satu kebutuhan jangka panjang bagi pelaku usaha sektor UMKM, karena UMKM berada dalam wilayah persaingan bisnis yang bersifat *complexated* namun tidaklah rumit, oleh karena itu didalam perumusan model pengembangan usaha sektor UMKM perlu dikemukakan bahwa pengembangan usaha merupakan satu kebutuhan bisnis yang harus dipertimbangan, mengingat perbaikan sistem manajemen pengelolaan UMKM bertujuan untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik, sehingga perbaikan kinerja UMKM juga menuntut pada pengembangan usaha UMKM di masa mendatang, karena adanya perubahan bisnis dan persaingan global. Beberapa catatan yang perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Menyusun kebutuhan kelompok masyarakat atau pelaku UMKM tentang model pelatihan yang terkait dengan pengembangan usahanya. Identifikasi ini dapat dilakukan melalui program penelitian terlebih dahulu sehingga dapat dirumuskan berbagai kebutuhan pelatihan yang dapat mendorong kemajuan usaha UMKM. Model manajerial, pengelolaan usaha atau tata kelola, sering menjadi kendala terbesar bagi pelaku UMKM, oleh karena itu setiap lembaga pendidikan tinggi dapat menentukan prioritas pelatihan sesuai dengan bidang keilmuan yang ada pada lembaganya.
2. Menyusun kebutuhan sumberdaya yang terkait dengan implementasi program bina mitra untuk setiap obyek dan kurun waktu tertentu

(idealnya dua tahun). Orientasi kebutuhan sumberdaya dapat diprioritaskan pada penentuan jadwal, pemilihan mitra bina dengan sekelompok UMKM, kebutuhan jenis pelatihan, jumlah dosen dan mahasiswa yang ikut dilibatkan dalam program pelatihan, pendampingan sampai pada pengembangan.

3. Melakukan kemitraan dengan kalangan pemerintahan atau pelaku bisnis untuk sinkronisasi dengan program pemerintah atau program *corporate* lainnya dalam rangka pemenuhan sumber dana, agar implementasi program pelatihan dan pendampingan dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
4. Menentukan skala prioritas program CSR yang akan dilakukan oleh *corporate* baik menyangkut program kegiatan, jumlah dana yang dialokasikan, sasaran dan target yang diinginkan serta kelompok masyarakat atau pelaku UMKM yang memperoleh kesempatan untuk program CSR
5. Melakukan evaluasi program CSR dan bina mitra dengan kalangan pendidikan tinggi agar menghasilkan program berkelanjutan untuk pelaku UMKM yang lebih terintegrasi dan holistik sehingga berdampak positif pada kemajuan dan keberlanjutan kegiatan masyarakat dan usaha UMKM.
6. Pemerintah sebagai unsur regulator seharusnya mampu untuk menyusun suatu regulasi yang memberi perlindungan terhadap UMKM, mengingat jumlahnya yang sangat besar dan terbukti telah memberi kontribusi terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat melalui kiprahnya di sektor UMKM.
7. Memberi sanksi tegas terhadap *corporate* yang tidak melakukan program CSR sesuai dengan regulasi yang ada, dengan regulasi yang jelas tentu semua pihak dapat saling mendukung upaya pengembangan UMKM yang berorientasi pada 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 budaya, nilai sosial, nilai kearifan lokal dan nilai spritual merupakan nilai peradaban suatu kelompok warga yang tetap terjaga dan dipelihara dalam lingkungan komunitasnya, karena memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakatnya. Nilai nilai ini akan turut mewarnai dalam aspek kehidupan warga dan tercermin dalam perilakunya dalam kesehariannya, baik dalam kehidupan maupun aktivitas usaha, oleh karena itu nilai masyarakat ini sebenarnya merupakan sumber daya yang dapat dioptimalkan kontribusinya karena memiliki nilai spiritual dalam rangka mendorong kehidupan yang lebih baik, usaha yang lebih berkembang dan selalu menjaga serta melestarikan nilai dan norma norma serta etika dalam kehidupan. Hal ini tentu akan mewarnai corak kehidupan masyarakatnya baik dalam komunitas warga maupun aktivitas bisnisnya. Nilai nilai masyarakat yang bersifat positif adalah keunikan bahasa, adat istiadat, cagar alam, berpakaian, pola komunikasi dan lainnya, jika hal ini dapat diinovasi dan diimplementasikan kedalam aktivitas usahanya tentu akan menjadi nilai yang unik dan dapat mencerminkan karakteristik bagi masyarakat.
9. Keinginan menjadi lebih baik, sebagian dari masyarakat kita memiliki karakter ingin menjadi lebih baik dalam segala aspek kehidupannya, tentu ini merupakan sumberdaya yang bersifat *intagible*, sifat ini mampu menjadi pendorong dalam pengembangan masyarakat, karena sudah tercermin dalam norma kehidupan, nilai etika dan nilai norma agama. Karakteristik ini tentu mempermudah proses terbentuknya nilai tambah dalam aktivitas masyarakat karena sudah muncul motivasi diri yang kuat, spirit untuk berubah dan kemampuan bertahan dalam menghadapi setiap tantangan hidup, oleh karena itu keinginan menjadi lebih baik merupakan sumber kekuatan bagi masyarakat sendiri, tentunya layak untuk dipertimbangkan dalam setiap upaya

pemberdayaan masyarakat, karena hal ini akan mempermudah proses pengembangan usaha sektor UMKM dengan segala aspek yang ada padanya dan harus dijaga dan dipelihara dengan memperhatikan nilai nilai budaya, sosial, kearifan lokal dan spiritual yang ada dimasyarakat.

10. Bakat keterampilan, masyarakat yang berdomisili disuatu kawasan, biasanya memiliki bakat secara alami berupa keterampilan yang diperoleh lewat faktor keturunan maupun faktor lingkungan, oleh karena itu nilai tambah masyarakat harus dioptimalkan dalam rangka mendorong kegiatan ekonomi yang lebih berdayaguna dan bermartabat bagi kesejahteraan warganya. Bakat keterampilan ini muncul secara alami biasanya berupa keterampilan didalam memanfaatkan sumberdaya alami, keuletan dalam berkarya, bertahan dalam kesulitan, tetap mengoptimalkan potensi alam sekitar dan berperilaku kreatifif serta budaya inovatif dalam berkarya. Tanpa disadari bakat keterampilan ini mendukung proses transformasi sumberdaya alam ke dalam kegiatan produktif yang bernilai tambah ekonomis serta turut memacu perkembangan kegiatan masyarakat dan sentra UMKM yang berada di kawasan tersebut.
11. Pelaku usaha mikro dan kecil sebagian besar masih dilakukan oleh kelompok masyarakat marginal, jumlah pelakunya sangat besar namun skala usahanya masih sangat kecil, oleh karena itu pelaku sektor UMKM masih membutuhkan program pelatihan, pendampingan hasil pelatihan pada seluruh aspek manajerial yang ada terutama pada peningkatan kompetensi manajemen, pengelolaan hasil usaha, akses pasar, akses permodalan, akses pemanfaatan teknologi informasi dan membangun jejaring (kemitraan). Jumlah UMKM Jawa Timur sangat besar dan terbukti memberi kontribusi terhadap perekonomian serta peningkatan bagi kesejahteraan masyarakatnya walaupun masih belum optimal, oleh karena itu diperlukan sinergi dari kalangan *stakeholder* dalam merumuskan kebijakan strategis dalam membangun keunggulan daya saing UMKM dalam memasuki masyarakat ekonomi Asean (MEA) dan persaingan pasar global. Keberlanjutan usaha UMKM

merupakan upaya strategis dalam rangka memperkuat sistim perekonomian dan jati diri suatu bangsa, khususnya perekonomian domestik yang mengarah pada kemandirian anggaran, oleh karena itu pengembangan kompetensi manajemen bagi pelaku UMKM harus diarahkan pada beberapa kebijakan strategis sebagai berikut:

- a. Terciptanya pelaku UMKM yang berkompeten, kreatif dan inovatif, sehingga mampu dan siap menghadapi berbagai tantangan dan persaingan global
  - b. Berorientasi pada bisnis, bukan sekedar membuka usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya tetapi untuk meraih profit, menciptakan nilai tambah ekonomi dari berbagai sumberdaya yang lebih produktif
  - c. Meningkatkan tingkat kemampuan manajerial yang mumpuni guna untuk mengelola usahanya menjadi lebih efektif dan efisien
  - d. Terjalinnnya kemitraan dengan lembaga lain yang lebih baik terkait dengan akses pembiayaan, akses pasar, akses permodalan, akses sumberdaya dan akses keberlanjutan usaha, dalam rangka menyiapkan diri untuk menghadapi persaingan pasar domestik dan pasar global
  - e. Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi, dalam rangka menuju pada bisnis berbasis digital, hal ini tentu akan menunjang implementasi bisnis yang cepat, jangkauan luas, berkerja efisien dan kinerja bisnis semakin baik.
12. Sentra UMKM merupakan suatu kawasan yang dihuni oleh sekelompok orang yang menjalankan kegiatan usaha yang sama, karena adanya panggilan jiwa dan merasa senasib dan sepenanggungan, memiliki tujuan sama, memiliki komunitas yang sama bahkan terbentuk dari faktor lingkungan yang sama. Namun dalam perkembangannya sentra UMKM harus diupayakan berada dalam lokasi yang sama dan khusus bagi pelaku usaha, agar mempermudah proses pembinaan, pengembangan usahanya, pengawasan dan tujuan lainnya. Kegiatan usaha yang tergabung dalam sentra UMKM akan memperoleh nilai manfaat lebih baik daripada melakukan usaha

dilokasi sendiri, oleh karena itu sentra UMKM masih dibutuhkan dalam rangka pengembangan usaha dari kelompok masyarakat, adapun nilai tambah yang diperoleh pelaku usaha yang berada di sentra UMKM adalah:

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



## **BAB 6**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

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

1. Kemitraan *stakeholder* dalam pengembangan usaha sektor UMKM memegang peranan yang strategis, oleh karena para pemangku yang terdiri dari: a) kalangan birokrasi, b) pelaku bisnis modern, c) kalangan perguruan tinggi, maka secara *ter-integrated* harus membangun kemitraan yang kokoh agar dapat memainkan perannya sesuai dengan domain dan kompetensinya masing masing, sehingga pengembangan UMKM dapat berjalan efektif.
2. Sinergi sumberdaya merupakan upaya untuk mengoptimalkan seluruh potensi sumberdaya yang ada guna untuk memaksimalkan pengembangan usaha sektor UMKM berjalan secara efektif. Terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan diantaranya adalah: a) penguatan kelembaga, b) penguatan fungsi manajemen, c) pemanfaatan teknologi informasi dan d) kelembagaan koperasi. Dalam rangka mensinergikan sumberdaya tersebut maka perlunya memperkuat kemitraan *stakeholder* dan harus di lakukan secara *ter-integrated*.
3. Perilaku kreatif dan budaya inovatif merupakan pola pikir yang senantiasa ingin mengembangkan potensi sumberdaya yang ada menjadi nilai tambah ekonomis yang positif, sehingga mampu menjadi sumber inspiratif dan kekuatan untuk melakukan pengembangan usaha berkelanjutan, hal ini penting dalam rangka menghadapi pasar global yang mengarah pada *digital economic*.
4. Kelembagaan koperasi harus melakukan restrukturisasi fungsi, baik koperasi sebagai pelaku bisnis dan koperasi sebagai alat perjuangan sektor UMKM. Hal ini yang dirasakan masih belum optimal fungsi koperasi sebagai alat perjuangan UMKM, oleh karena itu koperasi harus mampu mewedahi kepentingan UMKM sekaligus mencari solusi dengan cara mengoptimalkan kemitraan dengan para



pemangku kepentingan. Jika suatu wilayah terdapat kelompok usaha yang tergabung dalam sentra UMKM koperasi harus masuk menjadi induknya agar UMKM memiliki memiliki wadah legalitas badan hukum.

5. Nilai budaya, nilai sosial, nilai kearifan lokal dan nilai spritual yang tumbuh dan berkembang ditengah masyarakat harus dapat dimanfaatkan untuk membangun nilai tambah produk atau kelaitas layanan pada konsumennya sekaligus menjadi modal pengembangan usaha keberlanjutan. Hal ini harus dilakukan karena usaha UMKM tidak ingin berhenti tetapi harus dikembangkan terus ditengah tengah arus persaingan yang semakin ketat dan menglobal, karena disadari bersama bahwa keberadaan sektor UMKM ini turut berkontribusi terhadap pengentasan kemiskinan, mengurangi jumlah pengangguran dan turut didalam mengungkit perekonomian domestik dan nasional.
6. Kebutuhan pengembangan model merupakan satu kebutuhan jangka panjang UMKM dan sektor usahanya, tentu selaras dengan implementasi manajemen yang semakin baik serta munculnya pasar global. Pengembangan suatu model merupakan wujud keberhasilan manajemen dalam mengantisipasi perubahan bisnis dan pasar yang bersifat dinamis. Kebutuhan pengembangan model tentu hal ini dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya: 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 pengembangan usaha sektor UMKM, maka dapat diajukan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Perlunya penguatan aspek kemitraan *stakeholder* agar pengembangan usaha sektor UMKM dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, oleh karena itu para pemangku yang terdiri dari: a) kalangan birokrasi, b)

pelaku bisnis modern, dan c) kalangan perguruan tinggi, harus dilibatkan dalam membangun kemitraan yang kuat dan memainkan perannya sesuai dengan domain dan kompetensinya masing masing, sehingga pengembangan UMKM dapat berjalan secara efektif.

2. Perlunya mengoptimalkan sinergi sumberdaya yang ada ditengah masyarakat agar pengembangan usaha sektor UMKM dapat berjalan lebih efektif. Terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan: a) penguatan kelembaga, b) penguatan fungsi manajemen, c) pemanfaatan teknologi informasi dan d) kelembagaan koperasi. Oleh karena itu tahapan ini harus disinergikan melalui penguatan kemitraan *stakeholder* secara optimum, agar sumberdaya yang dimiliki mampu memberi kontribusi yang optimum.
3. Perlunya menumbuhkan perilaku kreatif dan budaya inovatif dikalangan pelaku UMKM, dimana penggalan ide ide dan pola pikir sebagai embrionya senantiasa harus dikembangkan serta memanfaatkan potensi sumberdaya yang ada untuk ditransformasikan menjadi nilai tambah ekonomis yang positif, sehingga dapat menjadi sumber inspiratif dan kekuatan untuk melakukan pengembangan usaha berkelanjutan, hal ini penting dalam rangka menghadapi pasar global yang mengarah pada *digital economic*.
4. Kelembagaan koperasi harus melakukan restrukturisasi fungsi, baik koperasi sebagai pelaku bisnis dan koperasi sebagai alat perjuangan sektor UMKM. Hal ini yang dirasakan masih belum optimal fungsi koperasi sebagai alat perjuangan UMKM, oleh karena itu koperasi harus mampu mewadahi kepentingan UMKM sekaligus mencari solusi dengan cara mengoptimalkan kemitraan dengan para pemangku kepentingan. Jika suatu wilayah terdapat kelompok usaha yang tergabung dalam sentra UMKM koperasi harus masuk menjadi induknya agar UMKM memiliki memiliki wadah legalitas badan hukum.
5. Nilai budaya, nilai sosial, nilai kearifan lokal dan nilai spritual yang tumbuh dan berkembang ditengah masyarakat harus dapat dimanfaatkan untuk membangun nilai tambah produk atau kualitas

layanan pada konsumennya sekaligus menjadi modal pengembangan usaha keberlanjutan. Hal ini harus dilakukan karena usaha UMKM tidak ingin berhenti tetapi harus dikembangkan terus ditengah tengah arus persaingan yang semakin ketat dan menglobal, karena kita sadari bersama bahwa keberadaan sektor UMKM selama ini telah turut berkontribusi terhadap pengentasan kemiskinan, mengurangi jumlah pengangguran dan turut mengungkit pertumbuhan ekonomian domestik dan ekonomi nasional.

6. Pengembangan model merupakan satu kebutuhan jangka panjang yang harus dipahami kepada pelaku UMKM dan usahanya, terutama terkait dengan implementasi praktek manajemen yang semakin baik serta munculnya pasar global. Pengembangan model harus mampu untuk menjawab tantangan pasar dan perubahan selera konsumennya, oleh karena itu perlunya untuk memberi perhatian atas perubahan: a) kebutuhan masyarakat, b) kebutuhan kompetensi, c) mitra dalam bisnis, d) program *corporate social responsibility*, e) legalitas kebijakan yang kuat, f) nilai kearifan lokal dan nilai budaya, g) pemberdayaan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

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



## BIOGRAFI PENULIS



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

Karier sebagai dosen dimulai pada tahun 1983 sebagai asisten dosen sampai akhirnya meraih jabatan akademik Lektor Kepala dan dosen bersertifikasi 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 2019 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, 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 diemban sebagai ketua prodi Akuntansi, ketua prodi magister manajemen, dekan fakultas ekonomi, ketua pusat penelitian, 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, dilahirkan di daerah Jawa Tengah tepatnya di kota Klaten, menempuh pendidikan program sarjana bidang manajemen lulus tahun 1984 di Universitas Negeri Surakarta, dilanjut 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 sejak tahun 2009. Sejak tahun 2011 mulai aktif melakukan berbagai penelitian, pengabdian masyarakat yang berada di lingkungan yayasan yohanes Gabriel khususnya sekolah sekolah yang dinaunginya, menulis berbagai buku manajemen. 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 sampai saat sekarang, kemudian sebagai dosen profesional sejak tersertifikasi tahun 2012.

Jabatan struktural yang pernah diembannya adalah sebagai Ketua Program Studi Akuntansi sejak tahun 2000 sampai sekarang. Sejak tahun 2013 mulai 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 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.