

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam membangun potensi daerah diperlukan peran pemerintah daerah. Salah satu peran pemerintah daerah adalah menggali potensi Usaha Mikro, kecil dan dan menengah (UMKM) karena UMKM memiliki kedudukan dalam perekonomian nasional dengan memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga memiliki peran dalam penyerapan tenaga kerja, menjadi salah satu sumber pendapatan daerah dan memiliki potensi sebagai penghasil devisa dari kegiatan ekspor. Karena itu pelaksanaan tugas dan fungsi pemerintah daerah sangat penting. Terutama dalam proses perkembangan UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dan perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. UMKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lanjutnya perekonomian masyarakat. UMKM ini juga sangat membantu negara atau pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UMKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar. UMKM ini perlu perhatian yang khusus dan didukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Dinas Koperasi dan UMKM merupakan salah satu lembaga atau instansi pemerintah yang berada di setiap daerah di Indonesia, salah satunya adalah Dinas koperasi dan UMKM di Kota Medan. Dimana Dinas Koperasi dan UMKM ini memiliki tugas melaksanakan sebagian urusan pemerintah yaitu bidang Koperasi dan UMKM dan bertanggung jawab dalam hal pembinaan dan pengembangan terhadap Koperasi dan UMKM di Kota Medan

Tabel 1.1
Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Medan
Tahun 2019-2021

No	Sektor	Jumlah (Unit)		
		2019	2020	2021
1	UMKM	26.352	26.789	27.000

Sumber. Dinas Koperasi dan UMKM, 2022

Dari data di atas UMKM Kota Medan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Dampak dari pertumbuhan yang signifikan adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah semakin meningkatkan pendapatan daerah, membuka lapangan kerja baru. Maka dari itu tugas utama bagi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan untuk melaksanakan tugas desentralisasi di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah. Sebagai konsekuensinya, Dinas Koperasi dan UMKM melakukan berbagai program-program kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan potensi sektor usaha mikro, kecil dan menengah. Strategi yang diterapkan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan dalam mengembangkan

UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM cukup bagus sehingga pengembangan UMKM di setiap sektor dapat berjalan dengan baik.

Dengan melihat latar belakang di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam pengembangan UMKM Kota Medan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam pengembangan UMKM Kota Medan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dari rumusan masalah yang telah di jelaskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui strategi Dinas Koperasi dalam mengembangkan UMKM Kota Medan”

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang berguna bagi peneliti sebagai mahasiswa Program Studi Administarsi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas HKBP Nommensen Medan dan dapat

menambah pemahaman peneliti terhadap strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam pengembangan UMKM.

2. Bagi Dinas Koperasi dan UMKM

Penelitian ini berguna sebagai referensi dan informasi tambahan dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Medan.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan proses pengambilan keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien dalam kondisi lingkungan yang selalu berubah-ubah. Tugas manajer perusahaan harus mampu memanfaatkan sumberdaya perusahaan seoptimal mungkin dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha, keharusan ini bukan saja karena lingkungan usaha telah berubah, tetapi sering juga disebabkan karena pihak manajemen telah mengubah usaha utamanya, sehingga pendayagunaan sumberdaya akan berubah pula. Perubahan demikian bisa terjadi sewaktu-waktu, dan semua perusahaan harus mampu mengantisipasinya, bukan hanya perusahaan raksasa yang perlu melakukan hal tersebut, tetapi semua perusahaan tidak peduli perusahaan kecil, menengah, maupun besar. Jika ingin berhasil dalam usahanya perlu menyusun dan melaksanakan strategi dengan baik.

Menurut Iban Sofyan (2015:3) Strategi adalah suatu rencana kegiatan yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena itu dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan maupun diluar perusahaan, tetapi taktik bagaimana perusahaan melaksanakan strategi itu dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, harus dirahasiakan dan tidak semua orang dapat mengetahuinya.

Menurut Mulyadi dan Johny Setyawan (2001:418) strategi adalah pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi organisasi, melalui misi. Strategi membentuk pola pengambilan keputusan dalam mewujudkan visi organisasi.

Manajemen strategi menurut Semantik dalam buku Iban Sofyan (2015:4), manajemen strategi mengandung dua arti yang berbeda yaitu kata manajemen dan kata strategi. Manajemen jelas pengertiannya adalah proses menggunakan sumber daya secara efektif, diperlukan mempelajari fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian, ketiga fungsi inilah kunci keberhasilan manajemen. Kata strategi, kedua kata tersebut mempunyai kesamaan, yaitu adanya unsur perencanaan, unsur kecermatan, dan unsur tujuan. Sehingga jika disimpulkan dalam satu pengertian, manajemen strategi adalah merupakan suatu proses pengambilan keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien dalam kondisi lingkungan perusahaan yang selalu berubah-ubah.

Manajemen strategi tidak hanya digunakan pada sektor swasta tetapi juga sudah diterapkan pada sektor publik. Penerapan Manajemen strategi pada kedua jenis instansi tersebut tidaklah jauh berbeda, hanya pada organisasi sektor publik tidak menekankan tujuan organisasi pada pencarian laba tetapi lebih pada pelayanan.

2.1.1 Sistem Perumusan Strategi

Sistem perumusan strategi menghasilkan keluaran yang sangat penting bagi organisasi, yaitu strategi. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan turbulen, strategi untuk mewujudkan misi dan visi organisasi juga memerlukan penyesuaian bahkan perubahan manakala hasil pemantauan terhadap *trend* perubahan lingkungan makro dan lingkungan.

Menurut Mulyadi dan Johny Setyawan (2001:422) strategi dirumuskan melalui tujuh langkah utama sebagai berikut:

1. Identifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan
2. Penentuan misi, visi, keyakinan dasar, nilai dasar, dan tujuan (*goal*) organisasi.
3. Analisis intern dan ekstern atau analisis SWOT (*strenghts, weaknesses, opportunities, and threats*).
4. Analisis portofolio korporat.

5. Perumusan peluang dan masalah utama.
6. Identifikasi dan evaluasi alternatif strategi.
7. Perumusan Strategi.

2.1.2 Analisis SWOT

Menurut Sondang P, Siagian (2008:172) analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Telah diketahui pula secara halus bahwa “SWOT” merupakan akronim untuk kata-kata “Strengths,” (Kekuatan), “Weaknesses,” (Kelemahan), “Opportunities,” (Peluang) dan “Threats” (Ancaman). Analisis “SWOT” dapat merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategik, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan kedua hal tersebut dengan tepat, biasanya upaya untuk memilih dan menentukan strategi yang efektif membuahkan hasil yang diharapkan.

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan dan berbeda dengan produk lain. sehingga dapat membuat lebih kuat dari pada pesaingnya. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapasitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, Sumber daya keuangan, kapasitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

3. Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

Defenisi sederhana tentang peluang ialah “berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi satuan bisnis.” Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain ialah :

- a. Kecenderungan penting yang terjadi di kalangan pengguna produk,
- b. Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian,
- c. Perubahan dalam kondisi persaingan,
- d. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha,
- e. Hubungan dengan para pembeli yang “akrab,” dan
- f. Hubungan dengan pemasok yang “harmonis.”

4. Ancaman (*treats*)

Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman “adalah faktor -faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis.” Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi “ganjalan” bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan. Berbagai contohnya, antara lain, adalah:

- a. Masuknya pesaing baru di pasar yang sudah dilayani oleh satuan bisnis
- b. Pertumbuhan pasar yang lamban
- c. Meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan
- d. Menguatnya posisi tawar pemasok bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan untuk proses lebih lanjut menjadi produk tertentu
- e. Perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai
- f. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang sifatnya restriktif

Analisis “SWOT” dapat diterapkan dalam paling sedikit tiga bentuk untuk membuat keputusan yang sifatnya strategik. *Pertama:* Analisis “SWOT” memungkinkan para pengambil keputusan kunci dalam suatu perusahaan menggunakan kerangka berpikir yang logis dalam pembahasan yang mereka lakukan yang menyangkut situasi dalam mana organisasi berada, identifikasi dan analisis berbagai alternatif yang layak untuk dipertimbangkan dan, akhirnya, menjauhkan pilihan pada alternatif yang diperkirakan paling ampuh. *Kedua:* Penerapan kedua dari analisis SWOT ialah dengan perbandingan secara

sistematik antara peluang dan ancaman eksternal di satu pihak dan kekuatan dan kelemahan internal di lain pihak. *Ketiga*: Tantangan utama dalam penerapan analisis SWOT terletak pada identifikasi dari posisi sebenarnya suatu satuan bisnis. Karena tidak mustahil suatu satuan bisnis yang menghadapi berbagai peluang juga harus berupaya menghilangkan berbagai ancaman. Mungkin pula terjadi bahwa satuan bisnis mempunyai kelemahan, tetapi juga berbagai faktor kekuatan dalam menghadapi pesaing.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi perusahaan yang bersangkutan. Dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam menerapkan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sebagai peluang, sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

2.1.3 Tipe-Tipe Strategi

Menurut Ranguti dalam Desi Erika Permatasari, dkk (2015:2) Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu :

1. Strategi Manajemen
Strategi manajemen merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh disertai cara pelaksanaannya yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Misalnya strategi pengembangan produk, strategi

penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar dan sebagainya.

2. Strategi Investasi

Strategi Investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan lain sebagainya.

3. Strategi bisnis

Strategi bisnis sering juga disebut dengan strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi, strategi operasional, strategi distribusi, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

2.1.4 Faktor-faktor Berpengaruh Dalam Rancang Bangun Sistem

Manajemen Strategi

Menurut Sondang P, Siagian (2008:23-25) Faktor-faktor yang harus

dikenali dan diperhitungkan antara lain ialah :

a. Tipe dan Struktur Organisasi

Setiap organisasi memiliki “kepribadian” yang khas. Tipe dan struktur yang dipilih untuk digunakan harus dikaitkan dengan “kepribadian” dimaksud. secara tradisional, tipe dan struktur yang paling banyak digunakan adalah tipe yang hierarkikal atau piramidal.

b. Gaya Manajerial

Para teoretisi dan praktisi yang mendalami teori kepemimpinan dan gaya manajerial dalam mengelola organisasi yang besar dan kompleks menekankan beberapa hal. *Pertama:* Kepemimpinan yang efektif adalah kepemimpinan yang situasional. *Kedua:* Gaya Manajerial yang tepat ditentukan oleh tingkat kedewasaan atau kematangan para anggota organisasi. *Ketiga:* Peranan apa yang diharapkan dimainkan oleh para manajer dalam organisasi.

c. Kompleksitas Lingkungan Eksternal

Setiap Organisasi menghadapi kondisi lingkungan yang berbeda-beda. Yang jelas lingkungan eksternal suatu organisasi selalu bergerak (sangat) dinamis. Gerakan yang (sangat) dinamis tersebut pasti berpengaruh pada cara mengelola organisasi, termasuk dalam merumuskan dan menetapkan strategi.

d. Kompleksitas Proses Produksi

Kompleksitas proses produksi yang turut berpengaruh dalam manajemen strategi antara lain ialah apakah organisasi akan memproduksi berdasarkan pendekatan padat karya atau padat modal; apakah akan menggunakan teknologi canggih atau tidak; apakah masyarakat pengguna barang atau

pemakai jasa sudah siap menggunakan produk baru atau tidak; apakah organisasi memiliki keunggulan kompetitif atau tidak dan sebagainya. Dari semua itu pasti mempunyai dampak terhadap proses penentuan strategi dan implementasinya.

e. **Hakikat Permasalahan yang Dihadapi**

Kemampuan melakukan analisis informasi sedemikian rupa sehingga dari analisis yang dilakukan tampak berbagai alternatif yang mungkin ditempuh. Jika berbagai alternatif sudah dikenali kekuatan dan kelemahannya, diperlukan keberanian untuk memilih salah satu diantaranya yang dianggap merupakan opsi yang paling tepat. Masalah yang rumit memerlukan strategi pemecahan yang lain dari pemecahan masalah yang relatif sederhana.

2.1.5 Perencanaan Strategi

Menurut Koontz dan Weihrich dalam Zulkarnain, dkk (2022:65) perencanaan yaitu suatu proses mengembangkan tujuan-tujuan perusahaan serta memilih serangkaian tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Menurut Nickels dan McHugh dalam Zulkarnain, dkk (2022:66) perencanaan merupakan proses yang menyangkut upaya apa yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan dimasa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi.

Menurut Bryson dalam Raymondus I Wayan Ray (2018:142), perencanaan strategi merupakan suatu bagian yang penting karena dapat membantu organisasi :

1. Berpikir secara strategis dan mengembangkan strategi-strategi yang efektif.
2. Memperjelas arah masa depan.
3. Menciptakan prioritas.
4. Membuat keputusan sekarang dengan mengingat konsekuensi masa depan.
5. Mengembangkan landasan yang koheren dan kokoh bagi pembuat keputusan.
6. Menggunakan keleluasaan yang maksimum dalam bidang-bidang yang berada di bawah kontrol organisasi.
7. Membuat keputusan yang melintasi tingkat dan fungsi.
8. Memecahkan masalah utama organisasi.
9. Menangani keadaan yang berubah dengan cepat secara efektif.
10. Membangun kerja kelompok dan keahlian.

2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

2.2.1 Pengertian UMKM

Pemerintah memberikan perhatian yang lebih kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), karena disitulah tumpuan hidup terbesar rakyat Indonesia. Dalam sejarah perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok usaha dengan jumlah paling besar dan terbukti handal menghadapi goncangan krisis ekonomi.

Pemerintah memberikan kriteria untuk masing-masing usaha mikro, kecil, dan menengah diharapkan tepat sasaran dalam pengembangannya. Beberapa lembaga atau instansi bahkan memberikan definisi tersendiri pada Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM), diantaranya adalah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), Keputusan Menteri Keuangan No 316/KMK.016/1994 tanggal 27 juni 1994.

Defenisi UKM yang disampaikan berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya.

- a. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM) dalam buku Rahmawati, dkk (2021:74) bahwa yang dimaksud dengan
 - 1) Usaha Kecil (UK) termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan

- bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu milyar rupiah)
- 2) Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan Rp 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan.
- b. Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan defenisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja dalam buku Rahmawati, dkk (2021:74)
- 1) Usaha Kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang.
 - 2) Usaha Menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.
- c. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 juni 1994 dalam buku rahmawati, dkk (2021:74) menyatakan bahwa usaha kecil didefenisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (enam ratus juta rupiah) atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari : (1) bidang usaha (Firma, CV, PT, dan Koperasi); dan (2) perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).

2.2.2 Kriteria Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)

a. Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 tahun 2008 dalam buku rahmawati (2021:74-75)

Adapun kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Tabel 2.1
kriteria UMKM

NO.	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50 jt	Maks 300 jt
2	Usaha Kecil	>50 juta-500 juta	>300 juta-2,5 milyar
3	Usaha Menengah	>500 juta-10 milyar	>2,5 milyar- 50 milyar

Sumber: Rahmawati, Bisnis Usaha Kecil Menengah

b. Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Berdasarkan Perkembangan

Selain berdasar Undang-undang tersebut, dari sudut pandang perkembangan usaha UMKM sampai saat ini, Rahmana dalam buku Rahmawati (2021:75) mengelompokkan UMKM dalam beberapa Kriteria, yaitu:

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal, misalnya adalah Pedang Kaki Lima (PKL)

- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

2.3 Pengembangan UMKM

Menurut UU Republik Indonesia nomor 18 tahun 2002, pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada atau menghasilkan teknologi baru.

Menurut Undang-Undang RI No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Pengembangan adalah upaya yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah melalui pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah.

Dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tersebut juga dijelaskan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang :

1. Produksi dan Pengolahan
2. Pemasaran
3. Sumber Daya Manusia
4. Desain dan Teknologi

Pengembangan usaha tersebut juga melibatkan dunia usaha serta masyarakat dalam berperan secara aktif untuk melakukan proses pengembangan. Sedangkan pada dasarnya sektor publik menggunakan konstitusi negara yang menjadikan sektor publik lebih kaku dan ketika membuat suatu program kegiatan harus menggunakan cross check dengan undang-undang (Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM) yang telah ada sehingga program-program tersebut tidak melanggar undang-undang dan sesuai prosedur instansi. Sehingga dengan begitu membentuk 4 strategi, yakni :

1. Strategi Penumbuhan, yakni strategi yang bertujuan untuk memperkuat jalannya usaha sektor UKM agar keberadaannya dapat selalu eksis dan bertahan di tengah perkembangan jaman.
2. Strategi pengembangan, yakni strategi untuk melakukan usaha-usaha dalam rangka untuk memberdayakan segala sumber daya yang mendukung keeksistensian sektor UKM.

3. Strategi Perlindungan, yakni strategi yang dimaksudkan untuk melindungi jalannya usaha kecil dan menengah, agar hambatan-hambatan dalam perjalanan usahanya dapat diminimalisir.

4. Jaringan usaha dan Kemitraan

Kerjasama dalam keterkaitan usaha baik secara langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat dan menguntungkan yang melibatkan pelaku UMKM dengan usaha Besar.

2.3.1 Landasan Pengembangan UMKM

Dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2018 tentang UMKM yakni:

1. Akses pendanaan bagi UMKM dilakukan dalam rangka :
 - a. Memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi akses kredit
 - b. Memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringannya
 - c. Memberikan kemudahan untuk mendapatkan pendanaan
 - d. Membantu pelaku UMKM mendapatkan pembiayaan jasa/produk keuangan, baik dari perbankan (sistem konvensional maupun sistem syariah) atau dari lembaga nonbank
2. Aspek sarana dan prasarana, dilakukan dalam rangka :
 - a. Mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan UMKM
 - b. Memberikan keringanan tarif prasarana tertentu
3. Aspek informasi usaha, dilakukan dalam rangka :
 - a. Membentuk dan mempermudah pemanfaatan bank data dan jaringan informasi kredit
 - b. Menyebarkan antara lain informasi pasar, sumber pembiayaan, komoditas penjaminan, design-teknologi dan mutu
 - c. Jaminan transparansi dan akses yang sama
4. Aspek kemitraan, dilakukan dalam rangka:
 - a. Mewujudkan kemitraan antara usaha mikro, kecil dan menengah
 - b. Mewujudkan kemitraan antara UMKM dengan usaha besar
 - c. Mendorong terjadinya hubungan saling menguntungkan dalam transaksi usaha antar-UMKM

- d. Mendorong terjadinya hubungan saling menguntungkan dalam transaksi usaha antar UMKM dengan usaha besar
 - e. Mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar UMKM
 - f. Membentuk struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen
 - g. Mencegah penguasaan pasar oleh perorangan dan kelompok tertentu yang dapat merugikan UMKM
5. Aspek perizinan usaha, dilakukan dalam rangka:
 - a. Menyederhanakan tatacara dan jenis perizinan dengan layanan satu pintu
 - b. Upaya pembebasan biaya perizinan bagi UMKM
 6. Aspek kesempatan berusaha, dilakukan dalam rangka:
 - a. Menentukan peruntukan tempat usaha, yang meliputi pemberian lokasi di pasar, ruang pertokoan, lokasi sentra industri, lokasi pertanian rakyat, lokasi pertambangan rakyat, lokasi yang wajar bagi pedagang kaki lima dan sebagainya
 - b. Menetapkan alokasi waktu berusaha untuk UMKM di subsektor perdagangan ritel
 - c. Mencadangkan bidang dan jenis kegiatan usaha yang memiliki kekhususan proses, bersifat padat karya, serta memiliki warisan budaya yang bersifat khusus dan turun-menurun
 - d. Mencadangkan usaha terbuka bagi usaha besar dengan syarat kerjasama dengan UMKM, melindungi usaha tertentu yang strategis untuk UMKM
 - e. Mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan UMKM
 - f. Memprioritaskan pengadaan barang/jasa dan pemborongan kerja pemerintah
 - g. Memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan
 7. Aspek promosi dagang, ditujukan dalam rangka:
 - a. Meningkatkan promosi produk UMKM di dalam maupun di luar negeri
 - b. Memperluas sumber pendanaan untuk promosi produk UMKM
 - c. Memberikan insentif untuk UMKM yang mampu menyediakan pendanaan secara mandiri dalam kegiatan promosi
 - d. Memfasilitasi pemilihan hak atas kekayaan intelektual
 8. Aspek dukungan kelembagaan ditujukan dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan fungsi inkubator, lembaga layanan pengembangan usaha, konsultan keuangan mitra bank, dan lembaga profesi sejenis lainnya.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penulis melakukan peninjauan pada beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya, Peneliti mengambil tiga penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti dan tahun peneliti	Judul Peneliti	Metode penelitian	Hasil Peneliti
1	Siti Nurhalisa, Mawaddah Irham(2022)	Strategi Dinas Koperasi dalam mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Langkat	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian Kualitatif. Pengetahuan serta informasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini berupa wawancara.	Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang di terapkan oleh dinas koperasi pada dasarnya merupakan cara untuk mengetahui cara dari pemerintah pusat, dan untuk itu dinas koperasi bertugas hanya untuk menjalankan tugas yang telah di perintahkan oleh pusat. Dan tidak semua dari strategi ini dapat dijalankan di Kabupaten Langkat. Hal tersebut dapat timbul disebabkan oleh strategi yang kurang sesuai dengan penerapan di kondisi setiap daerah yang mana dengan ketersediaan dana yang dapat di kelola sesuai apa yang telah diterapkan.

2	Marsaulina Siahaan, dkk (2022)	Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Karawang dalam pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif.	Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan Rencana Strategis Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, Menengah Kabupaten Karawang Tahun 2016-2021, penulis menemukan bahwa pengembangan UMKM dimulai pada tahun 2011 sampai 2016 memang mengalami peningkatan hasil kinerja namun keberhasilan ini tidak dapat diraih secara optimal karena ditemukannya beberapa masalah yang menjadi poin utama penghambat bagi pelaku UMKM.
3	Taufik Ardhiansyah, Retno Suryawati (2022)	Implementasi Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta dalam pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deksriptif Kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.	Hasil dari penelitian ini adalah Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta sudah menjalankan pengembangan program secara cukup baik. Dimana pengembangan program sudah berdampak baik dalam mendorong dan merealisasikan target sasaran berupa mewujudkan sektor UMKM berkualitas dan berdaya saing. Namun dalam pelaksanaan program kegiatan tersebut masih dihadapkan dengan beberapa kendala diantaranya karena keberadaan pandemi Covid-19, sikap kurang terbukanya para pelaku UKM dalam memberikan informasi data usaha, dan masih minimnya kelengkapan legalitas produk dari para pelaku UKM yang meliputi legalitas halal, surat izin usaha, dan SPP-IRT (Sertifikat Produksi Pangan

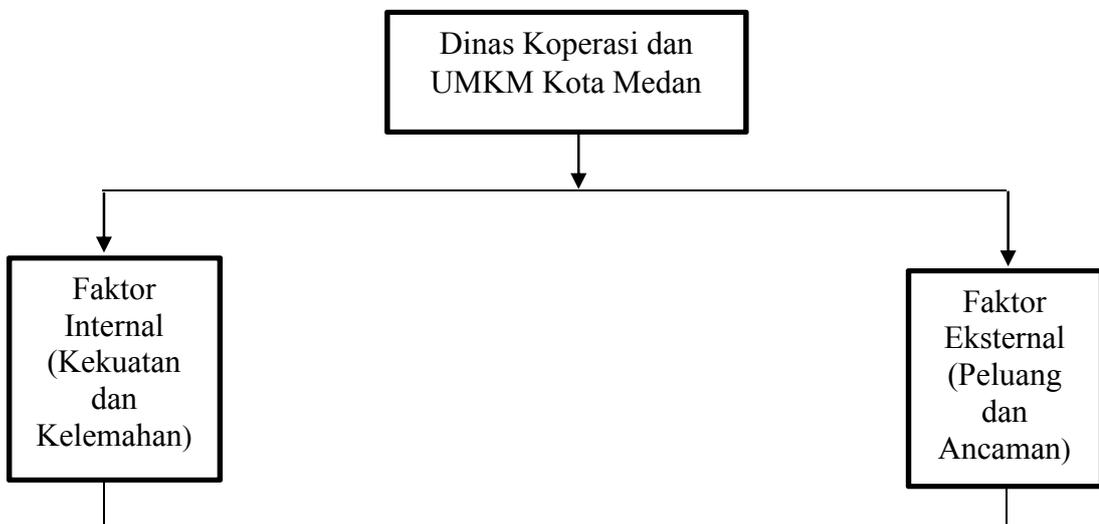
				- Industri Rumah Tangga).
--	--	--	--	---------------------------

2.5 Kerangka Pemikiran

Eksistensi UMKM di Kota Medan mempunyai potensi untuk dapat lebih tumbuh dan berkembang. Adanya tingkat perkembangan dari waktu ke waktu, pada masa krisis hingga saat ini, sektor UMKM menjadi alternatif pemenuhan kesempatan kerja bagi sekian banyak suplai tenaga kerja yang ada. Selain itu, UMKM dapat dijadikan sebagai pengamatan terhadap kondisi ekonomi yang selalu berubah dan terdapat resistensi terhadap kondisi ekonomi. Maka dari itu sangat dibutuhkan adanya suatu usaha untuk lebih mengembangkan potensi sektor UMKM.

Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi Dinas Koperasi dan UMKM kota Medan dalam pengembangan UMKM di Kota Medan. Adapaun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran





Sumber diolah dari pemikiran peneliti

Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan menaungi seluruh sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang terdaftar dalam Dinas Koperasi dan UMKM di Kota Medan. Pemerintah melalui Dinas Koperasi dan UMKM mempunyai tanggung jawab bagi pengembangan sektor UMKM Kota Medan. Dalam pengembangan UMKM yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan harus memperhatikan faktor eksternal dan internal lingkungan disetiap sektor UMKM yang dikembangkan dikarenakan faktor eksternal dan internal dapat mempengaruhi tingkat perkembangan UMKM, pengenalan lingkungan eksternal dan internal secara tepat merupakan keharusan karena dengan pengenalan lingkungan eksternal dan internal dapat dirumuskan strategi. Dinas Koperasi dan UMKM menyusun strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM ini meliputi strategi pertumbuhan, pengembangan, perlindungan, dan jaringan usaha dan kemitraan. Strategi tersebut kemudian diimplementasikan melalui pelaksanaan beberapa program dan kegiatan yang telah disusun. Dengan

adanya kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan program tersebut, diharapkan eksistensi sektor UMKM di Kota Medan akan dapat lebih dikembangkan.

Dalam melaksanakan program-program kerja yang telah disusun, pasti tidak terlepas dari adanya faktor pendukung dan penghambat keberhasilan program. Faktor pendukung merupakan segala sesuatu berupa materi maupun non materi yang dapat mendukung berjalannya program pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan secara efektif dan efisien sehingga pada akhirnya sektor UMKM yang dibina dapat berjalan secara mandiri.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

Menurut Sugiyono (2018:9) Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati. Kualitatif berarti sesuatu yang berkaitan dengan aspek kualitas, nilai atau makna yang terdapat dibalik fakta. Dengan menggunakan metode penelitian

deskriptif kualitatif penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam pengembangan UMKM Kota Medan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan di Jl. Gatot Subroto KM.77 Kampung Lalang, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20126. Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan September 2022- April 2023.

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Kegiatan																															
		September 2022				Oktober 2022				November 2022				Desember 2022				Januari 2023				Februari 2023				Maret 2023				April 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																															
2	ACC Judul			■	■																												
3	Persetujuan Pembimbing							■	■																								
4	Bahan Literatur							■	■																								
5	Penyusunan Proposal							■	■	■	■																						
6	Bimbingan Proposal											■	■	■	■																		
7	Seminar Proposal																																
8	Revisi Proposal															■	■																
9	Pengumpulan Data (Penelitian)																			■	■												
10	Pengolahan dan Analisis Data																							■	■								

3.3 Informan Penelitian

Informan adalah orang yang memahami informasi objek penelitian dan dapat memberikan informasi kepada peneliti untuk mendapatkan informasi. Informan dalam penelitian ini adalah :

1. Informan Kunci

Informan Kunci adalah informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan.

2. Informan Utama

Informan Utama adalah orang yang mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah penelitian. Informan Utama dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha.

3. Informan Pendukung

Informan Pendukung merupakan orang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan pada suatu penelitian. Informan Pendukung dalam penelitian ini adalah Karyawan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan dan Pelaku UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan.

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian. Data primer diperoleh melalui teknik wawancara, wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini dilakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada setiap informan yang telah ditentukan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang telah ada dikumpulkan atau data yang sudah tersedia untuk peneliti yang diperoleh melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder adalah data olahan yang diperoleh melalui teknik dokumentasi, dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mencatat kegiatan pencarian data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, agenda dan sebagainya untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.5 Analisis Data

Analisis data adalah proses menyusun dan merangkai data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi secara terstruktur dan sistematis.

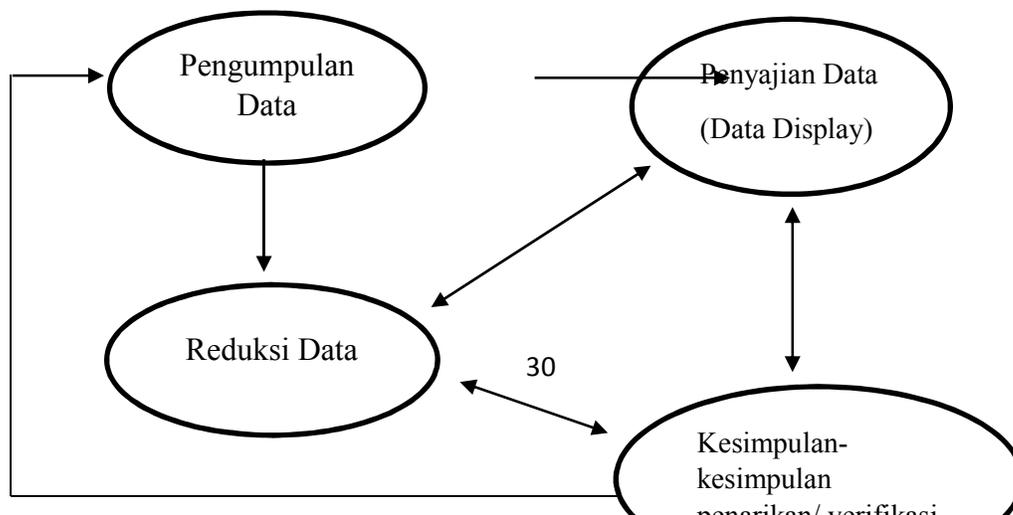
Analisis data yang digunakan dalam dalam penelitian ini adalah menggunakan model Miles dan Hubberman. Miles dan Hubberman (dalam buku Sugiyono (2018:246-252) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan

berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu :

- a. *Data Reduction* (Reduksi data)
Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.
- b. *Data Display* (Penyajian data)
Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.
- c. *Conclusion Drawing/verification* (Penarikan kesimpulan dan verifikasi)
Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.

Ketiga komponen tersebut aktivitasnya berbentuk interaksi dengan proses pengumpulan berbagai siklus. Dalam bentuk ini peneliti tetap bergerak diantara ketiga komponen dengan komponen pengumpulan data selama proses pengumpulan data berlangsung. Sesudah pengumpulan data, kemudian bergerak antara *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing* dengan menggunakan waktu yang masih tersisa bagi penelitiannya. Proses analisa tersebut sering juga disebut model analisa interaktif. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 3.1
Siklus Analisis Data



Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D