

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Adalah sebuah rencana untuk memperbesar suatu pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yang sudah didasari pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi serta pemasaran.¹⁰

Menurut Jain:

Setiap organisasi membutuhkan yang namanya strategi untuk menghadapi suatu permasalahan diantaranya adalah, sumber daya yang dimilikinya sangat terbatas, adanya ketidakpastian mengenai kekuatan untuk bersaing dengan organisasi lain, kurangnya komitmen dan kepercayaan, keputusan harus di setujui oleh pihak-pihak terkait.¹¹

b. Posisi Strategi

Strategi sebagai pencipta posisi unik dan berharga yang di dapatkan dengan melakukan beberapa aktifitas. Disini terdapat tiga basis posisi strategi yaitu:

¹⁰ Hasan Alwi, DEPDIKBUD, Kamus Besar Bahasa Indonesia.

¹¹ Fandy Tjiptono, dkk, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2008), hlm. 5.

1) Basis pertama

Didapatkan dengan memproduksi bagian kecil sebuah produk dari industry tertentu, karena posisi ini berasal dari pemilihan produk.

2) Basis kedua

Melayani seluruh maupun sebagian kebutuhan konsumen tertentu.

3) Basis ketiga

Di dapat dari menarget konsumen yang didapat dari cara akses yang berbeda.¹²

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing.

Menurut Stephanie K. Marrus, seperti yang dikutip Sukristono (1995),

Strategi di definisikan sebagai sebuah proses penentuan sebuah rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai”.¹³

Jack Trout berpendapat:

“Dalam bukunya *Trout On Strateg*, yang membahas inti dari sebuah strategi itu sendiri adalah bagaimana cara bertahan hidup

¹²Sedamayanti, *Manajemen Strategi*, Bandung: Refika Aditama, 2014), hlm.13

¹³Husein Umar, *Strategic Management in Action*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 31.

dalam dunia kompetisi, bagaimana membuat persepsi pada konsumen supaya menjadi lebih berbeda dari yang lainnya, mengetahui kekuatan serta kelemahan dari masing-masing pesaing usaha”.¹⁴

c. Tingkatan Strategi

Di dalam manajemen strategi, pada umumnya perusahaan atau badan usaha memiliki tiga level atau tingkatan strategi, diantaranya yaitu:

1) Strategi tingkat bidang satuan bisnis

Strategi ini biasanya dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industrinya atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi ini pada umumnya menekankan pada peningkatan laba produksi dan penjualan.

2) Strategi tingkat korporasi

Strategi ini menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan mengenai sikap perusahaan secara umum terhadap arah pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis dan lini produk untuk mencapai keseimbangan portofolio produk dan jasa. Strategi ini dirumuskan dan ditetapkan oleh kelompok orang yang menduduki jabatan manajemen puncak yang mencakup semua kegiatan organisasi, termasuk beraneka bidang bersifat bisnis yang ditangani dan semua kegiatan yang bersifat fungsional. Bahkan

¹⁴M. Suyanto, *Marketing Strategy*. (Yogyakarta: CV Andi Offset, Penerbit Andi, 2007), hlm.16.

termasuk strategi interaksi dengan lingkungan eksternal. Intinya terletak pada definisi yang mengatakan bahwa strategi merupakan keputusan mendasar tentang dalam bidang apa organisasi bergerak sekarang dan di masa yang akan datang. Berdasarkan jangka waktu, strategi korporasi memiliki kurun waktu yang lebih panjang dibandingkan dengan strategi yang lain.¹⁵

3) Strategi tingkat fungsional

Strategi fungsional memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dibandingkan dengan tingkatan yang lain. Strategi ini berhubungan dengan fungsi bisnis seperti fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi Sumber Daya Manusia (SDM), fungsi keuangan, fungsi riset. Strategi fungsional ini harus terus mengarah kepada strategi bisnis, sementara untuk konsep mereka yang paling utama adalah sesuai dengan metode dan cara penerapannya.

d. Perumusan Strategi

Perumusan strategi sangat diperlukan setelah mengetahui sesuatu ancaman yang dihadapi perusahaan, peluang atau kesempatan yang dimiliki serta kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan.

a) Misi

Misi organisasi adalah tujuan atau alasan berdirinya suatu organisasi. Pernyataan misi organisasi yang disusun

¹⁵ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), hlm. 21

dengan baik, mengidentifikasi tujuan mendasar yang membedakan antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain, dan mengidentifikasi jangkauan operasi perusahaan dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani.¹⁶

b) Tujuan Organisasi

Tujuan adalah pernyataan luas tentang apa yang akan dituju dan diwujudkan oleh organisasi, misalnya memproduksi produk unggul, mengelola usaha secara efektif, dan memiliki teknologi unggul.

c) Strategi Organisasi

Pada dasarnya, setiap perusahaan mempunyai suatu strategi dalam berusaha. Bentuk strategi akan berbeda-beda antar industri, antar perusahaan dan bahkan antar situasi yang berbeda. Namun, ada sejumlah strategi yang sudah banyak diketahui, di mana alternatif strategi-strategi tersebut relatif dapat diterapkan pada berbagai bentuk industri dan ukuran perusahaan. Strategi-strategi ini dikelompokkan sebagai strategi generik. Dari bermacam-macam strategi dalam kelompok strategi generik ini, pada tahapan berikutnya akan dipilih salah satu strategi atau kombinasi dari beberapa

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 31

strategi untuk dijadikan sebagai *grand strategy* untuk diimplementasikan.

d) Lingkungan

Untuk merealisasikan misinya, perusahaan akan banyak menemui kesulitan, jika ia tidak berinteraksi dengan lingkungan eksternalnya. Oleh karena itu, mengetahui dan menganalisis lingkungan eksternal menjadi sangat penting, apalagi kondisi lingkungan eksternal itu berada diluar kemampuan organisasi untuk mengendalikannya. Selain kondisi lingkungan eksternal, pemahaman terhadap kondisi lingkungan internal perusahaan secara luas dan mendalam juga perlu dilakukan, oleh karena itu, strategi yang dibuat perlu konsisten dan realistis sesuai dengan situasi dan kondisinya. Dari lingkungan internal ini, mampu memahami terkait kelemahan-kelemahan dan kekuatan.

e) Kebijakan

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi. Kebijakan-kebijakan tersebut diinterpretasi dan diimplementasi melalui strategi dan tujuan divisi masing-masing. Divisi-divisi kemudian akan mengembangkan

kebijakannya, yang akan menjadi pedoman bagi wilayah fungsional yang diikutinya.¹⁷

e. Jenis-jenis Alternatif Strategi

Ada beberapa jenis strategi alternatif. Berikut ini adalah jenis-jenis strategi alternatif yang dibagi kedalam 4 kelompok, yaitu:

a) Strategi Integrasi

Strategi integrasi adalah jenis strategi yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan atau pesaing. Jenis-jenis strategi integritas adalah sebagai berikut:

1. Integritas ke depan adalah jenis integrasi yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau paritel.
2. Integrasi ke belakang adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.
3. Integrasi horizontal adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing.

b) Strategi Intensif

Strategi intensif adalah jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya-upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah

¹⁷Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-masalah Manajemen Strategik untuk Skripsi, Tesis. Dan Praktik Bisnis*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 20.

perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.

Strategi intensifikasi dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Penetrasi pasar adalah jenis strategi yang mengusahakan perluasan *market share* melalui usaha pemasaran atau promosi.
2. Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang mengusahakan perluasan pangsa pasar ke wilayah geografis baru.
3. Pengembangan produk adalah adalah jenis strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk/jasa pengembangan produk/jasa baru.

c) Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi adalah suatu jenis strategi di mana perusahaan menambah produk atau jasa baru untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan. Strategi diversifikasi dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Diversifikasi terkait adalah jenis strategi di mana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun masih berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan yang lama.
2. Diversifikasi tak terkait adalah jenis strategi di mana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun tidak berkaitan sama sekali dengan garis bisnis perusahaan sebelumnya.

d) Strategi Defensif

Strategi defensif adalah strategi di mana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Strategi defensif dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu:

1. Penciutan adalah strategi di mana dilakukan pengelompokan ulang (*regrouping*) melalui pengurangan biaya dan aset untuk membalik penjualan dan laba yang menurun.
2. Divestasi adalah strategi di mana dilakukan penjualan suatu divisi atau bagian dari sebuah organisasi.
3. Likuidasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan seluruh aset perusahaan. Secara terpisah-pisah untuk kekayaan berwujudnya.

2. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro

Adalah unsur pelaksanaan pemerintah provinsi yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang berkedudukan dibawah serta bertanggung jawab kepada Kepala Daerah melalui Sekretaris Daerah. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro berperan sebagai pendukung perekonomian masyarakat terutama dalam pelayanan umkm.

Ada beberapa pengertian dari Koperasi dan Usaha Mikro, adalah sebagai berikut:

1. Koperasi
 - a. Pengertian Koperasi

Berasal dari bahasa latin *Coopered an* selanjutnya diterjemahkan lagi menjadi bahasa inggris dengan kata *Cooperation*. Kata *co* yang memiliki arti bersama sedangkan *Operation* yang memiliki arti bekerja. Maka kata *Cooperation* dapat diartikan sebagai kata bekerja sama atau sebagai kata berusaha bersama sama. Dengan ini kerja sama yang dimaksud dapat diartikan sebagai kerja sama dalam sebuah kegiatan yang dilakukan oleh beberapa orang yang memiliki kepentingan dan tujuan yang sama.¹⁸

Pengertian Koperasi dari beberapa sumber:

Dr. Cr. Ray, dalam bukunya *Coorporation at Home and Abred*, tahun 1908 yang memberikan definisi sebagai berikut:

*“An Association for the purpose of joint trading, originating among the weak and conducted always in an unselfish spirit on such term that all who are prepared to assume the duties of membership ahara in its reward in proportion to the degres in which they make use of their assocation”.*¹⁹

Undang-Undang Koperasi Nomor 14 Tahun 1965 mendefinisikan

“Koperasi adalah sebuah organisasi ekonomi dan alat revolusi yang memiliki fungsi sebagai tempat persemaian masyarakat serta wahana menuju sosialisme sesuai dengan Pancasila”²⁰

¹⁸ Toman Sony Tambunan, *Koperasi: Expert*, (Yogyakarta: 2017). Hlm. 33.

¹⁹ Drs. Sudarsono, *Koperasi Dalam Teori Praktek*: PT Rineka Cipta, (Jakarta: 2005), hlm. 13

²⁰ Undang-Undang Koperasi Nomor 14 Tahun 1965.

Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian koperasi dapat dilihat dari berbagai ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Adanya sekelompok orang yang mempunyai tujuan ekonomi yang sama.
- 2) Membangun dan juga memiliki sebuah usaha.
- 3) Memiliki motivasi yang kuat sebagai pendukung dan juga sebagai kekuatan utama.
- 4) Kepentingan bersama untuk tujuan bersama pula.²¹

2. Usaha Mikro

a. Pengertian Usaha Mikro

Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 sudah dijelaskan mengenai pengertian Usaha Mikro atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah.²² Pasal 1 dari UU tersebut menerangkan bahwa Usaha Mikro adalah sebuah usaha produktif milik perorangan maupun individu atau milik badan usaha yang memiliki ciri-ciri sebagai pendiri usaha mikro yang sudah sesuai dengan peraturan yang ada di dalam UU tersebut.²³ Usaha kecil merupakan sebuah usaha ekonomi yang berjalan secara produktif serta yang berdiri sendiri, yang sudah dilakukan dan didirikan oleh perorangan individu maupun badan usaha.

²¹*Ibid* hlm. 8-12.

²²Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009),

²³ *Ibid.*, hlm. 17.

Dalam ekonomi islam UMKM merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk mempertahankan hidupnya dan beribadah menuju kesejahteraan social. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membeda bedakan pangkat, status dan jabatan seseorang, dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam Surah At-Taubah (9), ayat 105.

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ
 وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

*Artinya : dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.*²⁴

Di dalam UU yang sudah tertera, ciri-ciri yang sudah digunakan untuk mengartikan usaha mikro atau usaha kecil dan menengah adalah sebagai berikut:

- a) Usaha mikro merupakan unit usaha yang memiliki asset paling besar Rp. 50 juta dan ini tidak termasuk tanah beserta bangunan tempat usaha.

²⁴ Al-Qur'an Surat At - Taubah ayat 105, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Departemen Agama Republik RI, Fokus Media, Jakarta, 2010, hlm. 203.

- b) Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki asset lebih dari Rp. 50 juta dan paling banyak bias sampai Rp. 500 juta serta tidak termasuk tanah dan juga bangunan tempat usaha.
- c) Usaha menengah merupakan sebuah perusahaan dengan memiliki nilai kelayaan bersih sebesar lebih dari Rp. 500 juta hingga sebesar Rp 1 milyar.²⁵

Usaha mikro menjadi acuan pemain utama dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan yang dimiliki oleh para usaha mikro jika kemampuan yang dimiliki baik maka tidak menutup kemungkinan untuk menjadi lebih maju dan berkembang lagi.

Beberapa keunggulan usaha mikro terhadap usaha besar antara lain sebagai berikut:

- a) Inovasi pada sebuah teknologi modern supaya lebih bisa mengembangkan produk
- b) Hubungan antar pekerja yang baik dalam sebuah perusahaan kecil.
- c) Kemampuan menciptakan lapangan kerja.
- d) Mampu menyesuaikan kondisi pasar pada masa yang akan berjalan.²⁶

b. Kriteria Usaha Mikro

²⁵ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.

²⁶ Titik Sartika Partomo & Abd. Rachman Soejoedono, "*Ekonomi Skala Kecil Menengah dan Koperasi*", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 13.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:

- a) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang, perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi ciri-ciri:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih sebanyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) dan tidak termasuk tanah beserta bangunan tempat produksi usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan sebanyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- b) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki dan dikuasai oleh bank, dan yang telah memiliki ciri-ciri sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih sebesar Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah). Dan sampai Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) dan tidak termasuk tanah beserta bangunan tempat produksi usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan sebesar Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah). Dan sampai dengan Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan juga yang dilakukan oleh perorangan atau juga badan

usaha yang bukan merupakan anak cabang perusahaan tersebut dan juga tidak dimiliki dan dikuasai oleh bank serta yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah). Dan juga paling banyak sebesar Rp 10.000.000 (sepuluh milyar rupiah). Ini juga tidak termasuk tanah dan juga bangunan tempat usaha produksi.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).²⁷

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan pengertian tersendiri bagi UMKM yang berdasarkan dari kuantitas tenaga kerja. Usaha Kecil itu sendiri merupakan usaha yang juga memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan sekitar 19 orang, usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sekitar 20 orang sampai 80 orang.

c. Klasifikasi Usaha Mikro

Dalam perkembangan saat ini Usaha Mikro merupakan sebuah kelompok usaha yang memiliki jumlah yang paling besar. Selain itu juga kelompok ini terbukti dapat bertahan terhadap berbagai macam godaan mengenai krisis ekonomi. Oleh sebab itu diharuskan untuk

²⁷Tulus tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, hlm.12.

menguatkan kelompok Usaha Mikro serta melibatkan banyak kelompok juga. Berikut ada beberapa klasifikasi Usaha Mikro:

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari uang (nafkah) yang lebih umum dan lebih biasa dan yang kerap disebut sebagai sector informal. Contohnya disini adalah pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi sebuah usaha besar.

d. Peranan Usaha Mikro

Sangat diakui bahwa Usaha Mikro memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di Negara-negara berkembang tetapi juga di Negara maju. Di Negara maju Usaha Mikro sangat penting karena sangat membawa dampak baik bagi masyarakat sekitar karena mampu menyerap tenaga kerja secara besar.²⁸

²⁸*ibid., hlm. 1.*

Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum sector pada usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a) Sistem pembukaan administrasi cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan yang standard.
- b) Margin usaha yang lebih tipis mengingat dengan persaingan usaha yang lebih tinggi.
- c) Modal terbatas.
- d) Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih terbatas.
- e) Skala ekonomi yang masih sangat kecil.
- f) Kemampuan dalam memasarkan produk masih sangat terbatas.

Karakteristik yang sudah dimiliki oleh usaha mikro menjelaskan mengenai adanya kelemahan-kelemahan yang memiliki sifat potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan datangnya berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang sepertinya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.²⁹

3. Pemberdayaan

a. Pengertian Pemberdayaan

Yang memiliki sebuah arti yaitu memberikan kekuasaan kepada masyarakat supaya lebih mandiri dalam mengambil suatu

²⁹Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana, 2010), hlm. 32.

keputusan.³⁰ Serta untuk memberikan sebuah motivasi diri maupun dorongan untuk meningkatkan perkembangan terhadap potensi yang ada pada diri.³¹ Secara umum pengertian dari pemberdayaan ini sangat banyak mulai pengertian dari beberapa tokoh, diantaranya adalah sebagai berikut:

Ginandjar Kartasasmita juga berpendapat bahwa “pemberdayaan merupakan suatu upaya untuk membangun suatu daya dengan cara memberikan bantuan berupa dorongan dan motivasi supaya dapat membangkitkan kesadaran diri mengenai potensi yang dimiliki”.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perorangan maupun secara kelompok melalui dari beberapa kegiatan untuk mendukung supaya bisa lebih menjadi mandiri.

Untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ini, khususnya skala kecil (mikro) pada sector informal, langkah pemberdayaan usaha mikro dapat ditempuh dengan cara:

- a) Pengembangan usaha mikro, termasuk usaha mikro yang tradisional.

³⁰Merriam (1995) DALAM Mardi.2002. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi: Tinjauan Teoritik dan Implementasi*. (Jakarta: Seminar Sehari Pemberdayaan Masyarakat: Bappenas

³¹Zubaedi, *Wacana Pembangun Alternatif: Ragam Prespektif Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Jakarta: Ar Ruzz Media, 2007), hlm 42.

- b) Penyediaan skim pembiayaan dan peningkatan kualitas layanan lembaga keuangan mikro.
- c) Penyediaan insentif dan pembinaan usaha mikro.
- d) Peningkatan kualitas koperasi untuk membangun efisiensi kolektif bagi pengusaha mikro.

Pada aspek pemberdayaan usaha mikro, beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan, antara lain:

- a) Program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro (P3KUM) dengan pola dana bergulir, baik menggunakan system konvensional maupun syariah.
- b) Program pengembangan KSP sector atau agribisnis ditujukan untuk membantu usaha mikro yang mengalami kendala dalam mengakses kredit perbankan dalam memperoleh permodalan.
- c) Program perempuan keluarga sehat dan sejahtera ditujukan untuk mengembangkan dan meningkatkan akses permodalan bagi wanita yang memiliki usaha mikro.³²

b. Prinsip dan Tujuan Pemberdayaan

Dalam pasal 4 prinsip pemberdayaan usaha mikro adalah sebagai berikut:

- a) Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan usaha mikro untuk berkarya.
- b) Perwujudan kebijakan public yang transparan dan berkeadilan.

³²Bahrudin Supardi dkk, *Memberdayakan Ekonomi Rakyat Kecil*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm.60.

- c) Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi usaha mikro.
- d) Peningkatan daya saing usaha mikro.
- e) Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian secara terpadu.

Sedangkan menurut pasal 5 tujuan pemberdayaan usaha mikro adalah sebagai berikut:

- a) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang dan berkembang.
- b) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
- c) Meningkatkan peran usaha mikro dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan dan mengentaskan masyarakat sekitar dari kemiskinan.³³

Dalam pandangan islam pemberdayaan harus merupakan gerakan tanpa henti. Hal ini sejalan dengan paradig islam sendiri sebagai agama gerakan atau perubahan. Seperti firman Allah dalam Surat Ar-Ra'd ayat 11 yang berbunyi:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ^{٣٤}

³³Ibid., hlm 17-18.

وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِّنْ وَّالٍ

Artinya: ”Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, dimuka dan dibelakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada perlindungan bagi mereka selain Dia”.³⁴

4. Ekonomi Masyarakat

a. Pengertian Ekonomi Masyarakat

Dalam konteks permasalahan sederhana, ekonomi masyarakat merupakan strategi “bertahan hidup” yang dikembangkan oleh penduduk masyarakat miskin, baik yang berada di desa maupun dikota.³⁵ Meningkatkan kesejahteraan ekonomi merupakan kegiatan dalam pemberdayaan di masyarakat. Ekonomi dapat diartikan sebagai upaya dalam mengelola rumah tangga. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui beberapa kegiatan, antara lain ada produksi, distribusi dan konsumsi. Pemenuhan hidup dengan

³⁴Al-Qur’an Surat Al-Ra’d ayat 11, Al-Qur’an dan Terjemahannya, Departemen Agama Republik RI, Fokus Media, Jakarta, 2010, hlm. 250.

³⁵Mubyarto, *Ekonomi Rakyat dan Program IDT*, (Yogyakarta: Aditya Media, 1996), hlm.4.

kendala terbatasnya sumber daya yang memiliki ke eratan dengan upaya meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan.³⁶

Produksi, distribusi dan konsumsi merupakan rangkaian kegiatan yang berlangsung secara terus menerus dan sering disebut sebagai proses yang berkesinambungan. Proses ini berjalan secara alamiah sejalan dengan perkembangan masyarakat dibidang social, ekonomi, budaya dan politik. Secara ekonomi proses alamiah itu menghasilkan produksi yang harus dinikmati.³⁷

Dengan demikian ekonomi masyarakat adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat secara swadaya mengelola sumberdaya apapun yang dapat menghasilkan dan memenuhi kebutuhan.

5. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama oleh Ni Nyoman Sunariani, AAN. Oka Suryadinata dengan judul penelitian “Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan di Provinsi Bali”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan bertujuan untuk mengetahui hierarki fungsional dengan input utama yang merupakan UMKM. Hasil

³⁶Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm.24.

³⁷*Ibid.*, hlm . 26.

penelitian ini adalah dari program binaan UMKM yang memberikan hasil yang maksimal untuk memberdayakan secara ekonomi UMKM di Provinsi Bali. Dengan adanya pemberdayaan ini diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi.³⁸ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah membahas mengenai usaha mikro serta memiliki tujuan untuk mensejahterakan serta meningkatkan potensi usaha mikro di Kabupaten Tulungagung sendiri. Perbedaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah jika penelitian ini lebih focus membahas UMKM di Provinsi Bali yang memfokuskan mengenai dana pinjaman modal (KUR), tetapi penelitian yang sedang diteliti saat ini lebih focus membahas mengenai para pelaku umkm nya dan juga para masyarakat sekitar nya apakah bisa memberdayakan perekonomian mereka.

Penelitian ke dua oleh Ferry Duwi Kurniawan dan Luluk Fauziah dengan judul penelitiannya “Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tujuan untuk mendeskripsikan mengenai pemberdayaan UMKM dalam penanggulangan kemiskinan di Dusun Waru Rejo, Gempol Pasuruan. Hasil dari penelitian ini adalah dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan dari adanya pemberdayaan masyarakat melalui UMKM adalah untuk membantu meningkatkan

³⁸ Ni Nyoman, dkk, *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan di Provinsi Bali*, Jurnal Ilmiah dan Bisnis Vol. 2 No. 1 Tahun 2017.

perekonomian masyarakat setempat.³⁹ Persamaan dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah memiliki tujuan untuk mengembangkan serta meningkatkan perekonomian pada masyarakat setempat melalui usaha mikro. Sedangkan perbedaannya adalah jika penelitian ini lebih fokus membahas mengenai pengurangan pengangguran yang ada di Dusun Waru Rejo, karena pemberdayaan yang sudah dilakukan oleh pemerintah cenderung hanya memberikan pemberdayaan melalui modal usaha saja. Tetapi dengan penelitian yang telah diteliti lebih memfokuskan terhadap pemberdayaan perekonomian masyarakat sekitar, apakah dapat meningkatkan perekonomian mereka atau justru malah tidak memiliki dampak apa-apa setelah pemberian strategi dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro itu sendiri.

Penelitian ketiga oleh Budi Hartono penelitian yang berjudul “Strategi Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan Usaha Mikro Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro di Kota Tanjungpinang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui strategi yang telah dibuat serta permasalahan yang ada di Dinas Tenaga Kerja. Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui strategi yang sudah dikehendaki melalui sasaran yang berhubungan dengan visi misi serta mengetahui beberapa kebijakan untuk menindaklanjuti terhadap visi misi.⁴⁰ Persamaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah ingin memberdayakan masyarakat pelaku usaha mikro dengan cara maupun dengan program yang sesuai dengan visi misi Dinas Koperasi

³⁹ Ferry Dk, Luluk Fauziah, *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan*, Jurnal Ilmiah, Vol. 2 No.17, September 2017. hlm 103-220

⁴⁰Budi Hartono, *Strategi Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan Usaha Mikro Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro di Kota Tanjungpinang*. (Tanjungpinang: Naskah Publikasi, 2018)

dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung. Perbedaan dengan penelitian yang telah di teliti adalah penelitian ini cenderung ke sebuah strategi nya, apakah jika sebuah strategi yang sudah di berikan dapat membawa dan juga merubah pelaku UMKM atau justru malah sebaliknya. Tetapi dengan penelitian yang telah di teliti membahas mengenai strategi yang akan diberikan kepada para pelaku UMKM dampaknya nanti seperti apa jika membawa dampak baik maka dapat memberdayakan perekonomian masyarakatnya.

Penelitian ke empat oleh Feni Dwi Anggraeni dkk dengan penelitian yang berjudul Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Intenal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.⁴¹ Hasil dari penelitian ini adalah peran Dinas sangat lah diutamakan karena sangat membantu umkm dalam permasalahan yang terjadi, mulai dari permasalahan dalam pengembangan umkm dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran sdm dan juga desain teknologi. Persamaan dengan penelitian yang peneliti teliti adalah peneliti sama-sama meneliti mengenai strategi yang akan dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, yang salah satu strategi nya adalah pelatihan, di dalam penelitian ini ada berbagai pelatihan mulai pelatihan pembuatan makanan minuman, pemasaran online dan yang lainnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti

⁴¹ Feni Dwi Anggraeni dkk, Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Intenal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang), Vol, 1, No, 6, September 2017, hlm. 1288-1289

lakukan adalah, penelitian yang peneliti lakukan membahas mengenai strategi yang akan dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, sedangkan penelitian ini lebih cenderung membahas mengenai permasalahan umkm dalam hal produksi, pemasaran dan juga pengolahan produk.

Penelitian ke lima oleh Mohamad Regalfa Margiono dengan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (*UKM*) Melalui Marketing Online Oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyuwangi”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang jumlah dari para pelaku usaha UKM yang sekarang ini memiliki berbagai media pemasaran antara lain ada WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter dan yang lainnya.⁴² Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah ingin mengetahui dan juga ingin memberdayakan pelaku usaha mikro serta ingin memberdayakan perekonomian masyarakat dengan cara lebih mengenalkan program dan strategi pemasaran melalui media social. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah di teliti adalah kalau penelitian ini cenderung meneliti mengenai pelatihan marketing secara online karena ingin memanfaatkan teknologi informasi yang ada.

Penelitian ke enam oleh Faturrochman Mursalim dengan penelitian berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Berbasis Komunitas (Studi Kasus Paguyuban Konveksi Mandiri di Condongcatur, Depok

⁴²Muhamad Regalfa Margiono, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Melalui Marketing Online Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyuwangi*, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (tidak diterbitkan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015, hlm. 10

Sleman”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan mengenai strategi pengembangan usaha paguyuban konveksi mandiri dengan menggunakan komunitas sebagai basis kekuatan pengembangan usaha melalui simpan pinjam karena dengan cara ini membuktikan bahwa dapat meningkatkan perekonomian masyarakat diwilayah tersebut.⁴³ Persamaan dengan penelitian yang diteliti peneliti adalah ingin mengetahui cara pengembangannya apakah dengan cara simpan pinjam dapat mensejahterakan ekonomi masyarakat dan pelaku usaha mikro di Kabupaten Tulungagung ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah diteliti adalah jika penelitian ini cenderung membahas mengenai sebuah paguyuban konveksi bukan UMKM konveksi. Sedangkan penelitian yang telah diteliti membahas mengenai sebuah pelaku UMKM dalam pemberdayaan ekonomi apakah dapat membawa dampak baik atau buruk setelah adanya sebuah strategi dari atasan.

Penelitian ke tujuh oleh Anisa Rif'atur Rafiqoh dengan penelitian yang berjudul “Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Kerajinan Tanduk dan Kayu di Desa Pucang Kabupaten Magelang”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan hasil penelitian ini menjelaskan tentang pengembangan ekonomi masyarakat melalui kerajinan tanduk dan kayu, dan setelah itu masyarakatnya diberi daya tunjangan usaha berupa modal usaha

⁴³ Faturrochman Mursalim, *Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Berbasis Komunitas (Studi Kasus Paguyuban Konveksi Mandiri di Condongcatur, Depok Sleman)*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, (tidak diterbitkan), Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 201. hlm. 13

untuk modal para pelaku usaha yang ingin meningkatkan usahanya.⁴⁴ Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah ingin mengetahui jika Dinas Koperasi memberikan modal untuk pelaku usaha apakah ingin menggunakannya atau tidak dan juga ingin mengetahui setelah adanya itu apakah dapat memajukan dan memberdayakan masyarakatnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah jika penelitian ini lebih focus terhadap pelaku UMKM nya apakah benar-benar sadar atau tidak dalam melakukan bisnis UMKM. Tetapi jika penelitian yang telah diteliti ini membahas mengenai setelah diberikan sebuah strategi dapat membawa kebaikan atau justru akan mendapat penurunan dalam memberdayakan perekonomian.

Penelitian ke delapan oleh Fitri Maliani dengan penelitian yang berjudul “Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Oleh Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kota Administrasi Jakarta Barat”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan hasil penelitian yaitu memberdayakan KUMKM melalui program pelatihan melalui diklat dalam upaya perlindungan kepada UMKM supaya dapat bersaing dan berkembang dengan pemberian modal supaya dapat membina koperasi yang baik dan unggul.⁴⁵ Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah ingin memanfaatkan bantuan dari strategi Dinas Koperasi dalam

⁴⁴Anisa Rif'atur Rafiqoh, *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Kerajinan Tanduk dan Kayu di Desa Pucung Magelang*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (tidak diterbitkan), Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016, hlm. 10

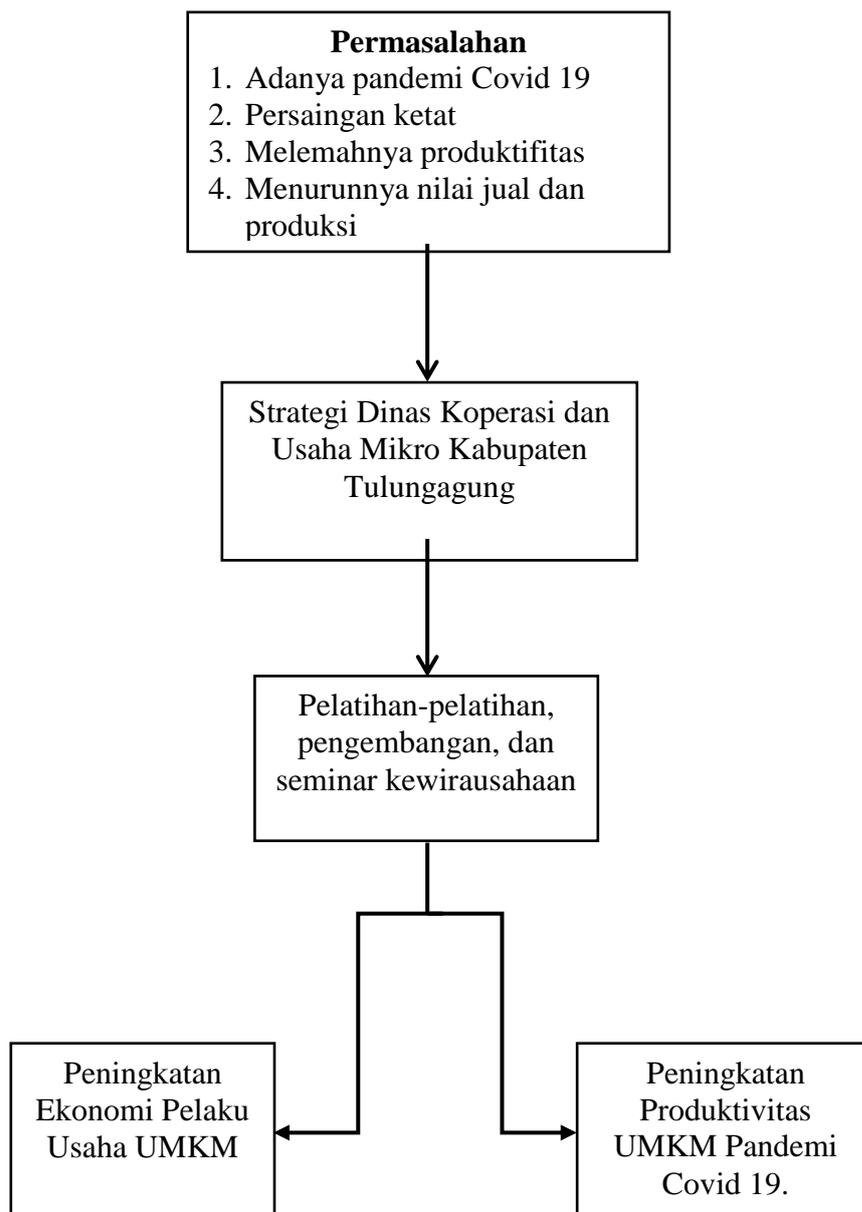
⁴⁵Fitri Maliani, *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Oleh Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kota Administrasi Jakarta Barat*. Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang. 2015.

memberdayakan KUMKM serta mengembangkan perekonomian masyarakat sekitar. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah di teliti adalah penelitian ini lebih focus membahas mengenai UMKM tempe tahu saja. Sedangkan penelitian yang telah di teliti justru lebih membahas mengenai strategi yang telah diberikan oleh atasan akankah membawa hal baik atau justru akan membawa hal buruk.

6. Kerangka Konseptual

Berdasarkan deskripsi teori dan focus penelitian yang telah diuraikan penulis, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini digambarkan sebagai

berikut: **Bagan Kerangka Konseptual 2.1**



Keterangan:

Penelitian ini akan mengarah kepada bagaimana strategi yang digunakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kabupaten Tulungagung selama masa Pandemi Covid 19 melalui proses pelatihan, pengembangan serta manajemen *workshop* pada pelaku usaha mikro dengan harapan umpan balik berupa peningkatan produktivitas UMKM dan berimbas pada peningkatan ekonomi pelaku UMKM di Kabupaten Tulungagung.