

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia, selain sebagai salah satu alternatif lapangan pekerjaan baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi paska krisis moneter pada tahun 1997 dimana saat perusahaan-perusahaan besar mulai mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya.¹

Saat ini UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia, UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang ataupun kelompok. Namun dalam perkembangannya UMKM masih banyak mengalami kendala yang dapat berdampak pada lemahnya daya saing terhadap produk impor. Pemberdayaan UMKM merupakan sesuatu hal yang penting dalam upaya meningkatkan pendapatan setiap UMKM, pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang secara langsung maupun tidak langsung dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi daerah yang kemudian juga berpengaruh terhadap perekonomian secara nasional. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sesuatu tindakan yang sangat strategis, karena potensinya besar dalam menggerakkan perekonomian masyarakat, dan sekaligus menjadi

¹ Todaro Michael P. " *Pembangunan Ekonomi di dunia ketiga*", (Jakarta: Erlangga, 1998)

tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya.

Beberapa temuan para peneliti sebelumnya yang telah melakukan penelitian, menyatakan bahwa lemahnya daya saing UMKM disebabkan beberapa masalah antara lain:

- 1) Pemasaran,
- 2) Modal dan pendanaan,
- 3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi,
- 4) Pemakaian bahan baku,
- 5) Peralatan produksi,
- 6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja,
- 7) Rencana pengembangan usaha, dan
- 8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal.²

Masih banyak lagi kelemahan dan permasalahan bagi para pelaku UMKM yang harus dibenahi untuk menghadapi persaingan baik di dalam Negeri maupun secara global.

Menurut beberapa penelitian, para pelaku UMKM perlu memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi saat ini persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia, salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan melalui pemanfaatan Teknologi

² Hamid Edy Suandi & Susilo Y. Sri, “Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di provinsi daerah istimewa Yogyakarta”, Jurnal ekonomi pembangunan, Vol.12, No 1, 2011. hlm.45-55.

Informasi, dengan pemanfaatan TI akan mendorong para pelaku UMKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan mampu bersaing di era globalisasi.³

Kemampuan UMKM untuk bersaing di era perdagangan bebas, baik di pasar domestik maupun di pasar ekspor, sangat ditentukan oleh dua kondisi utama yang perlu dipenuhi : Pertama, lingkungan internal UMKM yang kondusif, mencakup aspek kualitas SDM, penguasaan teknologi dan informasi, struktur organisasi, system manajemen, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat kewirausahaan (*entrepreneurship*). Kedua, lingkungan eksternal harus juga kondusif, yang terkait dengan kebijakan pemerintah, aspek hukum, kondisi persaingan pasar, kondisi ekonomi-sosial kemasyarakatan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan perubahan ekonomi global. Selain kedua kondisi tersebut, strategi pemberdayaan UMKM untuk dapat memasuki pasar global, UMKM memiliki keterbatasan dalam berbagai hal, diantaranya keterbatasan mengakses informasi pasar, keterbatasan jangkauan pasar, keterbatasan jejaring kerja, dan keterbatasan mengakses lokasi usaha yang strategis.⁴

Pada era saat ini semua kebutuhan masyarakat dapat di akses dengan mudah melalui media internet, karena media internet sangat mudah untuk digunakan dan dapat digunakan dimana saja tanpa perlu bertemu langsung dengan penjual sekaipun. Para pelaku UMKM harus mengikuti

³Arief Rahmana." *Peranan teknologi informasi dalam peningkatan daya saing usaha kecil menengah*", Seminar Nasional, Aplikasi Teknologi Informasi, 2009, Yogyakarta (SNATI 2009)

⁴ Tambunan, "*Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*", 2012, LP3ES

perkembangan zaman saat ini supaya usahanya mampu bersaing, berkembang luas dan tidak hilang atau bangkrut karena perkembangan zaman. Dengan menggunakan media internet para pelaku bisa memasarkan produknya lebih luas dan lebih banyak dikenal masyarakat dengan memasarkannya melalui Pemasaran Online atau Media Internet. Namun masih banyak para pelaku UMKM yang masih belum paham dan mengerti tentang Pemasaran Online. Maka dari itu diperlukan untuk pemberdayaan untuk para pelaku UMKM, dengan mengadakan Pendidikan dan pelatihan kepada para pelaku UMKM supaya paham dan mengerti tentang apa itu Pemasaran Online dan bagaimana cara menggunakan atau mengaksesnya sehingga pendapatan para pelaku UMKM dapat meningkat.

Menurut data yang dihimpun oleh Bidang Usaha Mikro Kecil Menengah pada Dinas Koperasi dan UMKM, permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM saat ini adalah cara menggunakan media internet. Karena terbatasnya pengetahuan yang dimiliki para pelaku UMKM, dibutuhkan peran dari Pemerintah Daerah untuk membantu dan menaungi para pelaku UMKM, Seperti Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri yang berkewajiban untuk turut serta berperan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM.⁵

⁵ Hesti Kusuma Wardani Ambar Pertiwi, Abdul Juli Andi Gani, Abdullah Said, *“PERANAN DINAS KOPERASI DAN UKM DALAM PEMBERDAYAAN USAHA KECIL MENENGAH KOTA MALANG (Studi pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang)”*, Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol 1, No.2, hal. 213-220

Dengan adanya Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang mempunyai kewenangan penuh dalam membangun potensi daerahnya. Diperlukan berbagai upaya yang lebih inovatif dan kreatif oleh pemerintah daerah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerahnya, jadi semua permasalahan dan kendala yang di alami para pelaku UMKM dapat teratasi. Terdapat peraturan Bupati Kediri Nomor 48 Tahun 2016 telah di diputuskan dalam Ketentuan Umum Bab I Pasal 1 bahwa Dinas Koperasi dan Usaha Mikro yang selanjutnya disebut Diskopusmik adalah Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri yang dipimpin oleh Kepala Dinas dan memiliki kedudukan dibawah dan bertanggungjawab kepada Bupati melalui Sekretaris daerah.⁶

Jumlah UMKM di Kabupaten Kediri
Tahun 2018

N0	Kecamatan	2018
1	Semen	264
2	Mojo	208
3	Kras	127
4	Ngadiluwih	195
5	Kandat	135
6	Wates	185
7	Ngancar	125
8	Puncu	89
9	Plosoklaten	101
10	Gurah	447
11	Gampengrejo	99

⁶ Peraturan Daerah Kabupaten Kediri, “*Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri*”. Hlm.56

12	Grogol	263
13	Papar	308
14	Purwoasri	126
15	Plemahan	102
16	Kandangan	77
17	Kepung	93
18	Pare	409
19	Tarokan	52
20	Kunjang	87
21	Banyakan	876
22	Ringinrejo	132
23	Kayen Kidul	87
24	Ngasem	265
25	Badas	249
26	Pagu	40
	Jumlah	5,141

Sumber : Data yang diolah Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri

Jumlah UMKM di Kabupaten Kediri sendiri sangat banyak, jika Pemerintah Daerah mampu memberdayakan UMKM dengan baik maka UMKM mampu meningkatkan Perekonomian atau Pendapatan Daerah.

Setiap tahun jumlah UMKM di Kabupaten Kediri selalu meningkat, namun disetiap peningkatan UMKM ada juga yang mengalami kebangkrutan atau tidak mampu berkembang dan bersaing dengan UMKM yang lain. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri perlu mengadakan pemberdayaan bagi para pelaku UMKM untuk mampu mengembangkan dan meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM.

Dinas membantu pengembangan para pelaku UMKM dengan beberapa program dua diantaranya yaitu Pendidikan dan Pelatihan (DIKLAT) dan Pemasaran Online supaya para pelaku UMKM bisa

mengikuti perkembangan zaman dan mampu bersaing di era saat ini. Banyaknya jumlah UMKM di Kabupaten Kediri dan minat atau antusias para pelaku UMKM dalam mengikuti program yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri membuat saya tertarik atau ingin mengambil judul penelitian tentang **“Strategi Program Pendidikan dan Pelatihan (DIKLAT), dan Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri (Prespektif Ekonomi Islam)”**

Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri mempunyai program untuk para pelaku UMKM guna membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM dalam mengembangkan dan meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian Latar Belakang diatas, dapat diidentifikasi masalah mengenai :

1. Strategi dan tahapan Program Pendidikan dan Pelatihan (DIKLAT) dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri (Prespektif Ekonomi Islam)
2. Strategi dan tahapan Pemasaran Online (Pemasaran melalui Media Internet) dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri (Prespektif Ekonomi Islam)
3. Dampak dari Strategi Program Pendidikan dan Pelatihan (DIKLAT), dan Pemasaran Online (Pemasaran melalui Media Internet) dalam

meningkatkan pendapatan UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri (Prespektif Ekonomi Islam)

4. Kendala dan Solusi dari Strategi Program Pendidikan dan Pelatihan (DIKLAT), dan Pemasaran Online (Pemasaran melalui Media Internet) dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri (Prespektif Ekonomi Islam)

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi dan tahapan Program Pendidikan dan Pelatihan (DIKLAT) dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri (Prespektif Ekonomi Islam)
2. Untuk mengetahui Strategi dan tahapan Program Pemasaran Online dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri (Prespektif Ekonomi Islam)
3. Untuk mengetahui Dampak dari Strategi Program Pendidikan dan Pelatihan (DIKLAT), dan Pemasaran Online (Pemasaran melalui Media Internet) dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri (Prespektif Ekonomi Islam)
4. Untuk mengetahui Kendala dan Solusi dari Strategi Program Pendidikan dan Pelatihan (DIKLAT), dan Pemasaran Online (Pemasaran melalui Media Internet) dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri (Prespektif Ekonomi Islam)

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian tersebut, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah segi keilmuan mengenai program Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri. Sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan menambah informasi ilmiah yang dapat dijadikan sebagai referensi dan bermanfaat bagi penelitian berikutnya.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri

Memberikan informasi dan rekomendasi bagi aparatur instansi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri maupun kepada komponen masyarakat mengenai peranan Dinas Koperasi dan UMKM dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kediri.

- b. Bagi Akademik

Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumentasi akademik yang berguna untuk dijadikan acuan akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro merupakan salah satu instansi pemerintah daerah yang berwenang di bidang Koperasi dan Usaha Mikro. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintah yang menjadi kewenangan daerah di bidang Koperasi dan Usaha Mikro

b. Koperasi

Koperasi merupakan sekumpulan individu yang saling membutuhkan modal yang bertujuan untuk mensejahterakan anggota dan melaksanakan usaha berdasarkan prinsip-prinsip koperasi atas asas kekeluargaan. Salam koperasi terdapat unsur kesukarelaan dan bekerja sama serta menanamkan rasa kepercayaan manusia dengan begitu akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkan, karena pendirian dari suatu koperasi mempunyai pertimbangan-pertimbangan ekonomis.

c. Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian dari perekonomian suatu Negara ataupun daerah. Berbagai upaya pengembangan UMKM telah dilakukan, salah satunya dengan membangkitkan dan memperbanyak orang atau pengusaha baru dibidang UMKM. Semua masyarakat termasuk

masyarakat desa pun diberi keterampilan dengan harapan keterampilan tersebut dapat menjadi sebuah usaha kreatif yang bisa memberi manfaat bagi perekonomian keluarga dan masyarakat desa. Selain itu, usaha kreatif tersebut juga dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan⁷.

d. Strategi

Andrews mendefinisikan strategi sebagai pola, sasaran, tujuan, dan kebijakan/rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan, yang dinyatakan dengan mendefinisikan apa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan.⁸

e. Pendidikan dan Pelatihan (DIKLAT)

Pendidikan dan pelatihan merupakan proses peningkatan keterampilan kerja baik teknis maupun manajerial. Pendidikan berorientasi pada teori, dilakukan di dalam kelas berlangsung lama, dan biasanya menjawab why. Latihan berorientasi pada praktek. Pendidikan dan pelatihan mempunyai hubungan dengan peningkatan pengetahuan dan pemahaman atas lingkungan kita secara menyeluruh, pelatihan merupakan suatu usaha peningkatan

⁷ Wahyudi, S. "*Usaha Pengembangan Industri Kreatif Desa*". 2012

⁸ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005), hal. 1.

pengetahuan dan keahlian seorang pegawai untuk mengerjakan suatu pekerjaan tertentu.⁹

f. Pemasaran Online

Pemasaran online adalah pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer *online* interaktif, yang menghubungkan pembeli dan penjual secara elektronik, merupakan bagian terpenting dari *e-commerce* atau proses perdagangan secara elektronik dengan menggunakan *website, blog* atau media sosial¹⁰

g. Pendapatan

Dalam arti ekonomi, Pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga serta keuntungan/*profit*.¹¹

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut

h. Dampak

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan atau tindakan yang diambil oleh

⁹ Hasibuan, Malayu S.P., *Organisasi dan Motivasi-Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006

¹⁰ Setiawati, Ira, “Pengaruh E-Marketing Pada Bisnis Online Menggunakan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif)”, Seminar dan *Call for Paper*, FEB, Universitas Stikubank, Semarang. 2014

¹¹ Sukirno, Sadono. “*Ekonomi Pembangunan Proses, Masalah dan Dasar Kebijakan Pembangunan* “. Jakarta: UI-Press. 2000

seorang selalu ada dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Sedangkan dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.¹²

i. Kendala

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan pengertian kendala adalah halangan atau rintangan dengan keadaan yang membatasi, menghalangi atau mencegah pencapaian sasaran. Kendala yang umum dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah terbatasnya akses permodalan, penggunaan teknologi yang masih kurang, serta rendahnya tingkat pengetahuan dan ketrampilan dari setiap SDM yang ada, selain itu juga perencanaannya yang kurang matang, tujuan dari kegiatan usaha yang kurang jelas mengakibatkan lemahnya daya saing UMKM terhadap produk impor maupun perusahaan bermodal besar.¹³

2. Penegasan Operasional

Untuk menghindari kesalah fahaman dalam penafsiran istilah - istilah penelitian serta memahami pokok – pokok uraian, maka peneliti terlebih dahulu menguraikan pengertian dari judul penelitian yaitu “Strategi Program DIKLAT, dan Pemasaran Online Dalam Meningkatkan

¹² "Suharno dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*", Semarang: Widya Karya, hal. 243.

¹³ Boediono, 1999. *Teori Pertumbuhan Ekonomi, Seri Sinopsis Pengantar Ilmu ekonomi, Edisi 1, Cetakan Ke 6*.BPFE. Jogyakarta.

Pendapatan UMKM Pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri (Prespektif Ekonomi Islam)”.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I Pendahuluan, terdiri dari : (a) konteks penelitian atau latar belakang masalah, (b) focus penelitian atau rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah (bila perlu), (e) kegunaan atau manfaat hasil penelitian, (f) definisi istilah, (g) sistematika penulisan skripsi

BAB II Kajian Pustaka, terdiri dari : (a) kajian focus pertama, (b) kajian focus kedua dan seterusnya, (c) hasil penelitian terdahulu, (d) kerangka berfikir teoritis atau paradigm (jika perlu)

BAB III Metode Penelitian terdiri dari : (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahapan-tahapan penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian terdiri dari : (a) paparan data, (b) temuan penelitian, (c) pembahasan temuan penelitian.

Bab V Pembahasan pembahasan berisi tentang kroscek antara teori dan temuan penelitian.

BAB VI Penutup terdiri dari : (a) kesimpulan, (b) implikasi penelitian (jika perlu), dan (c) saran atau rekomendasi, Bagian akhir terdiri dari : (a) daftar rujukan (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian tulisan, (d) daftar riwayat hidup.