BAB V
PEMBAHASAN

A. Strategi Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek

Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan adalah lembaga pemerintahan yang bertugas menjalankan urusan pemerintahan daerah dibidang koperasi, usaha mikro kecil dan menengah serta perdagangan. Sebagaimana dijelaskan pada Peraturan Daerah Nomor 17 Tahun 2016 tentang Susunan Perangkat Daerah dan Peraturan Bupati Trenggalek Nomor 35 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Daerah, bahwa Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dengan tipe B, menyelenggarakan urusan pemerintahan daerah di bidang koperasi, usaha mikro kecil dan menengah serta bidang perdagangan.

Dalam upaya memberdayakan dan mengembangkan usaha-usaha binaannya yang tersebar di 14 Kecamatan, Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek melakukan beberapa program guna meningkatkan usaha-usaha binaannya pada sektor produksi dan distribusi untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha mikro kecil dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri dalam mengelola usahanya dan bisa bertahan menghadapi persaingan yang ada. Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek membina 236 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Trenggalek. Dalam mewujudkan upaya tersebut, maka Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek melakukan beberapa strategi yaitu sebagai berikut:

1. Fasilitasi Permodalan

   Teori sebelumnya menjelaskan mengenai arti dari modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output, secara makro modal merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik

secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan output.[82] Pada praktiknya fasilitasi permodalan yang dilakukan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek selaras dengan teori yang diatas. Maksud dari fasilitasi permodalan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek memberdayakan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan cara memberikan fasilitasi permodalan berupa uang melalui beberapa lembaga dan Bank BUMN yang meliputi Bank BRI, Bank Mandiri, PT KAI, Telkom dan lain sebagainya. Pemberian fasilitasi permodalan bertujuan membantu para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam mengembangkan usaha maupun memperluas pangsa pasar dari suatu bisnis atau usaha. Pemberian fasilitasi permodalan tersebut diharapkan mampu lebih mengembangkan usahanya dan dapat meningkatkan perekonomian.

Selain itu juga Munawir mengatakan bahwa modal merupakan suatu aset utama perusahaan dalam menjalankan bisnis yang umumnya berbentuk dana aset atau utang.[83] Menurut Kuncoro aspek permodalan meliputi bantuan modal (penyisihan 1-5% keuntungan BUMN dan kewajiban untuk menyalurkan kredit bagi usaha kecil minimum 20% dari portofolio kredit bank) dan kemudahan kredit.[84] Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ferry Duwi Kurniawan dan Luluk Fauziyah yang mengatakan bahwa salah satu strategi untuk memberdayakan dan mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah yaitu dengan cara pemberian modal usaha yang ringan.[85] Konsep dari

---

[82] Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 17

[83] S. Munawir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Yogyakarta: Penerbit Liberty, 2004), hlm. 17

[84] Kuncoro, *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan*, (Jakarta:Erlangga, 2010), hlm. 197

[85] Ferry Duwi Kurniawan dan Luluk Fauziyah, "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan", *Jurnal JKMP Vol. 2 No. 2, 2014*, hlm. 11

fasilitasi permodalan ini dapat digunakan untuk tujuan memecahkan masalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam mengembangkan usahanya.

Seperti fasilitasi permodalan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek yang diharapkan dari fasilitasi permodalan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tersebut mampu memecahkan permasalahan dalam mengembangkan usahanya. Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek memberikan fasilitasi permodalan berupa uang dan gedung untuk memasarkan produknya yang bertujuan untuk mengembangkan usahanya, sehingga Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tersebut mampu berkembang pesat. Berkembangnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) akan berpengaruh pada keadaan sosial di lingkungannya seperti halnya mampu menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat dari segi ekonomi maupun segi sosial dan mampu memberi sumbangsih bagi lingkungan sekitar.

Jadi fasilitasi permodalan yang diberikan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah sudah memberikan dampak cukup baik bagi Usaha Mikro Kecil Menengah karena pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya dari permodalan yang diperoleh melalui Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan. Fasilitasi Permodalan tersebut secara langsung memberikan kemajuan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah.

2. Pelatihan

Teori sebelumnya menjelaskan mengenai arti dari pelatihan. Pelatihan menurut Mangkuprawira pelatihan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap

agar seseorang semakin terampil dan mampu dalam melaksanakan tanggung jawabnya dengan semakin baik sesuai standar.[86]

Pada praktiknya pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam memberdayakan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah selaras dengan teori yang diatas. Pelatihan merupakan pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek. Pembinaan dilakukan dengan cara pelatihan-pelatihan atau seminar kewirausahaan. Pembinaan pelatihan bertujuan untuk mengembangkan kemampuan dalam berwirausaha. Pelatihan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kemajuan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah dan pelaku usaha lebih kreatif, inovatif dan bisa menciptakan produk yang berdaya saing tinggi.

Selain itu juga menurut Rivai mengatakan bahawa pelatihan adalah proses secara sistematis mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melaksanakan pekerjaan saat ini.[87] Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Feni Dwi Anggraeni yang menyatakan Pemerintah Daerah perlu meningkatkan pelatihan untuk membantu Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan juga perlu mengupdate jumlah UMKM untuk mempermudah dalam memberikan pelatihan.[88] Hal ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Langeng R. Putra yang menyatakan pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan dalam usaha.[89]

---

[86] Sjafri Mangkuprawira, *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 82

[87] Veithzal Rivai dan Jauvani Sagala, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta:Rajawali Press, 2011), hlm. 212

[88] Feni Dwi Anggraeni, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal", *Jurnal Administrasi Vol. 1 No. 6,* 2011, hlm. 11

[89] Langgeng R. Putra, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Ekonomi Kreatif kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan", hlm. 3

Seperti pelatihan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek yang dihadapkan dari pelatihan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah tersebut mampu memecahkan permasalahan Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek. Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek memberikan sebuah bimbingan yang berupa pelatihan-pelatihan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek untuk meningkatkan ketrampilan dan kreativitas, sehingga Usaha Mikro Kecil Menengah tersebut mampu berkembang dengan pesat dan bisa meningkatkan perekonomian.

Penyelenggara kegiatan pelatihan ini pihak Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan melihat potensi apa yang ada didaerah tersebut, pelatihan bisa pembuatan produk maupun pengemasan produk. Pelatihan diadakan tiga sampai empat kali dalam setahun di aula Dinas Koperai, Usaha Mikro dan Perdagangan dan bisa juga di rumah pelaku usaha apabila tempat tinggalnya terjangkau. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pribadi Sumber Daya Manusia sehingga tercapai kinerja yang optimal dan tumbuh berkembang menjadi Usaha Mikro Kecil Menengah yang sehat, tangguh dan mandiri sebagai pelaku usaha.

Jadi pelatihan yang diberikan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah sudah memberikan dampak cukup baik bagi Usaha Mikro Kecil Menengah karena dapat meningkatkan inovatif dan kreatifitasnya serta menambah wawasan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. Pelatihan tersebut secara langsung memberikan kemajuan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah.

3. Promosi

Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.[90]

Pada praktinya promosi yang dilakukan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek selaras dengan teori diatas. Maksud dari promosi Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek memberdayakan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek yaitu dengan melakukan beberapa kegiatan pameran dan bazar. Promosi bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi dan mengingatkan tentang produk agar konsumen tertarik membeli produk yang ditawarkan. Promosi tersebut diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.

Selain itu juga Lupiyoadi mengtakan bahwa promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk kita.[91] Menurut Tambunan penumbuhan iklim usaha dapat melalui promosi dagang yaitu meningkatkan promosi produk usaha mikro kecil dan menengah di dalam dan di luar negeri.[92] Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kristina Sedyastuti yang menyatakan pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global dengan memperluas area pemasaran.[93]

---

[90] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), hlm. 387

[91] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamadani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006,) hlm. 120

[92] Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hlm. 22

[93] Kristina Sedyastuti, "Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningjatan Daya Saing Dalam Kancar Pasar Global", *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajamen IndonesiaI Vol. 2 No. 1*, 2018, hlm. 10

Konsep dari promosi dapat digunakan untuk tujuan menyelesaikan permasalahan yang dialami Usaha Mikro Kecil Menengah. Seperti promosi Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek yang diharapkan dari adanya promosi terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah tersebut mampu memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek. Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek memberikan promosi bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek agar penjualan produk pelaku usaha dapat meningkat. Meningkatnya penjualan produk akan meningkatkan perekomoian pelaku usaha itu sendiri.

Promosi yang diadakan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek meliputi pameran dan bazar di berbagai daerah baik lokal, regional maupun nasional. Untuk meningkatkan penjualan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah, Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek menyediakan Galeri Gemilang untuk menampung produk dari usaha binaannya.

Jadi promosi yang dilakukan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah sudah memberikan dampak cukup baik bagi Usaha Mikro Kecil Menengah karena meningkatkan penjualannya. Promosi tersebut secara langsung memberikan kemajuan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah.

4. Perluasan Pasar

Menurut Tambunan untuk pengembangan usaha dapat melalui perluasan pemasaran yang dilakukan dengan cara menyebarluaskan informasi pasar, meningkatkan kemampuan

manajemen dan teknik pemasaran, dan memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran dan distribusi.[94]

Pada praktiknya perluasan pasar yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek selaras dengan teori yang ditulis. Maksud dari perluasan pasar Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam memberdayakan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah dengan cara melakukan kemitraan dan memberikan akses pasar yang bekerjasama dengan pusat oleh-oleh daerah lain seperti Blitar dan Batu serta supermarket berbagai daerah seperti di Kediri, Madiun, Mojokerto, Sidoarjo, Surabaya. Perluasan pasar bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar. Perluasan pasar diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk bagi Usaha Mikro Kecil Menengah.

Perluasan pasar merupakan sebuah usaha yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan dari hasil produk yang dihasilkannya. Kegiatan ini merupakan salah satu alternatif untuk meningkatkan pertumbuhan produktivitas perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kristina Sedyastuti menyatakan usaha mikro kecil dan menengah harus memperluas pasar agar dapat menghadapi persaingan yang ada.[95]

Perluasan pasar Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek yang diharapkan dari perluasan pasar terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah tersebut mampu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah. Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek melakukan perluasan pasar bagi Usaha Mikro Kecil Menengah untuk memperbesar cakupan volume penjualan, sehingga Usaha Mikro Kecil Menengah bisa

---

[94] Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia,* (Jakarta: LP3ES, 2012), hlm. 23

[95] Kristina Sedyastuti, "Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningjatan Daya Saing Dalam Kancar Pasar Global", *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajamen IndonesiaI Vol. 2 No. 1,* 2018, hlm. 10

mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal. Bertambahnya keuntungan Usaha Mikro Kecil Menengah akan berpengaruh kesejahteraan pelaku usaha itu sendiri dan mampu memberi sumbangsih bagi lingkungan sekitar.

Jadi perluasan pasar yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah sudah memberikan dampak cukup baik bagi Usaha Mikro Kecil Menengah karena produk dipasarkan ke jangkauan yang lebih luas. Perluasan pasar tersebut secara langsung memberikan kemajuan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah.

B. Kendala Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan dalam Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Trenggalek

1) Faktor kendala secara Internal

a) Kurangnya ketersediaan teknologi

Teknologi merupakan segala sesuatu yang bisa diciptakan dan juga dibuat oleh seseorang atau sekelompok manusia yang kemudian bisa memberikan nilai dan manfaat bagi sesama.[96] Teknologi merupakan suatu yang sangat diperlukan dalam usaha, dengan adanya tekonologi usaha semakin maju, mempercepat waktu produksi, lebih efektif dan efisien.

Pada praktiknya Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek mengalami kendala dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek yaitu kurangnya ketersediaan teknologi. Selama ini Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek hanya memberikan pelatihan terkait penggunaan alat teknologi. Hal

[96] Read Bain, *Technology as a Cultural Force: For Alena and Griffin*, (Canada: The Canadian Journal of Sociology, 1937), hlm. 52

ini merupakan suatu permasalahan yang menghambat Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam melakukan pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah.

Tujuan teknologi dalam melakukan usaha yaitu dapat membantu dan mempermudah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan kuantitas. Teknologi merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah untuk dapat bersaing di dunia usaha dan mempertahankan serta mengembangkan usahanya.

Selain itu juga Irawan mengatakan bahwa teknologi merupakan suatu perubahan dalam fungsi produksi yang nampak dalam teknik produksi, dan merupakan faktor pendorong dari fungsi produksi.[97] Jika suatu teknologi yang digunakan lebih modern maka hasil produksi yang dicapai akan menghasilkan barang dan jasa yang lebih efisien dan efektif. Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kristina Sedyastuti yang menyatakan pelaku usaha yang tidak menggunakan teknologi akan menyulitkan usahanya sendiri.[98]

Adanya teknologi dalam usaha diharapkan akan meningkatkan produktivitas perusahaan, dimana produktivitas dianggap sebagai efek domino yang dapat meminimumkan biaya, sehingga laba secara otomatis diharapkan juga akan meningkat.

Kendala yang dihadapi oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Trenggalek yaitu belum bisa memberikan alat teknologi berupa alat pengemasan. Tidak bisa dipungkiri tanpa

[97] Suparmoko Irawan, *Ekonomi Pembangunan edisi pertama*, (Yogyakarta: BPFE, 1992), hlm. 52

[98] Kristina Sedyastuti, "Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningjatan Daya Saing Dalam Kancar Pasar Global", *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajamen IndonesiaI Vol. 2 No. 1*, 2018, hlm. 9

adanya alat teknologi maka suatu bisnis akan menjadi kurang efektif dan efisien serta kurangnya produktivitas karyawan dan perusahaan untuk mendapatkan margin yang telah ditargetkan. Secara tidak langsung hal ini akan berpengaruh pada keadaan perekonomian pelaku usaha.

Jadi kuranggnya ketersediaan teknologi berdampak pada target realisasi kegiatan yang kurang maksimal dan secara tidak langsung akan menyebabkan penurunan kinerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan usaha-usaha binaannya dan mempunyai pengaruh cukup besar bagi kemajuan Usaha Mikro Kecil Menengah.

b) Terbatasnya anggaran dana untuk mengadakan pelatihan

Pelatihan menurut Mangkuprawira pelatihan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar seseorang semakin terampil dan mampu dalam melaksanakan tanggung jawabnya dengan semakin baik sesuai standar.[99] Pelatihan merupakan hal penting karena dapat meningkatkan kreatifitas dan wawasan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah sehingga Usaha Mikro Kecil Menengah sehingga bisa mengembangkan usahanya. Dari perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah ini dapat menunjang perekonomian.

Pada praktiknya Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek mengalami kendala dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek yaitu terbatasanya anggaran dana untuk mengadakan pelatihan. Dana yang dimiliki Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek ini hanya terbatas, karena dana berasal

[99] Sjafri Mangkuprawira, *Manajemen Sumber Daya Manusia Srtategik*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 82

dari APBD Kabupaten Trenggalek, sehingga menyebabkan pelatihan hanya diadakan tiga sampai empat kali dalam setahun dan harus bergilir untuk semua bidang sektor. Hal ini merupakan suatu permasalahan yang menghambat Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam melakukan pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah.

Terbatasnya angaran dana untuk mengadakan pelatihan ini menyebabkan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah kurang bisa mengembangkan pengetahuan, sikap, ketrampilan tertentu bagi individu atau kelompok dalam melakukan organisasi dalam melakukan pekerjaan dengan efektif dan efisien sesuai dengan tuntutan kebutuhan dan perkembangan ilmu dan teknologi.

Menurut Rivai mengatakan bahawa pelatihan adalah proses secara sistematis mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melaksanakan pekerjaan saat ini.[100] Hal ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Langeng R. Putra yang menyatakan pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan dalam usaha.[101]

Bertambahnya dana anggaran untuk mengadakan pelatihan Usaha Mikro Kecil Menengah diharapkan dapat membangun dan mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan individu guna mencapai tingkat yang diinginkan sehingga bisa meningkatkan pendapatan.

Jadi terbatasnya anggaran dana untuk mengadakan pelatihan berdampak pada target realisasi kegiatan yang kurang

[100] Veithzal Rivai dan Jauvani Sagala, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta:Rajawali Press, 2011), hlm. 212

[101] Langgeng R. Putra, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Ekonomi Kreatif kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan", hlm. 3

maksimal dan secara tidak langsung akan menyebabkan penurunan kinerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan usaha-usaha binaannya dan mempunyai pengaruh cukup besar bagi kemajuan Usaha Mikro Kecil Menengah.

c) Terbatasanya modal untuk mengembangkan usaha

Modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output. Secara makro modal merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan output.[102]

Pada praktiknya Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek mengalami kendala dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek yaitu terbatasnya modal untuk mengembangkan usaha. Modal yang dimiliki Usaha Mikro Kecil Menengah ini terbatas sehingga sulit dalam mengembangkan usahanya dan hal ini menjadi penghambat Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam memberdayakan dan mengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah.

Permasalahan modal merupakan permasalahan yang banyak dialami oleh para pelaku usaha. Terdapat beberapa pelaku usaha oleh-oleh khas Trenggalek kesulitan untuk mencari tambahan modal untuk mengembangkan usahanya. Untuk melakukan pinjaman modal para pelaku usaha masih kesulitan menemukan informasi dan tata caranya. Hal ini sesuai dengan pendapat Mudrajad Kuncoro mengatakan masalah yang

[102] Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 17

dihadapi usaha mikro kecil dan menengah salah satunya adalah bagaiamana menyusun proposal dan membuat studi kelayakan untuk memperoleh pinjaman, baik dari pinjaman maupun modal ventura, karena kebanyakan UMKM mengeluh berbelitnya prosedur mendapatkan kredit, agunan tidak memenuhi syarat, dan tingkat bunga dinilai terlalu tinggi.[103]

Terbatasanya modal untuk mengembangkan usaha mengakibatkan Usaha Mikro Kecil Menengah kesulitan dalam meningkatkan kapasitas usahanya dan mengembangkan produk-produknya serta akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh.

Munawir mengatakan bahwa modal merupakan suatu aset utama perusahaan dalam menjalankan bisnis yang umumnya berbentuk dana aset atau utang.[104] Menurut Kuncoro aspek permodalan meliputi bantuan modal (penyisihan 1-5% keuntungan BUMN dan kewajiban untuk menyalurkan kredit bagi usaha kecil minimum 20% dari portofolio kredit bank) dan kemudahan kredit.[105] Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ferry Duwi Kurniawan dan Luluk Fauziyah yang mengatakan bahwa salah satu strategi untuk memberdayakan dan mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah yaitu dengan cara pemberian modal usaha yang ringan.[106]

Bertambahnya modal untuk mengembangkan usaha diharapkan dapat memperlancar dalam berproduksi dan akan meningkatkan hasil penjualan serta dapat meningkatkan

---

[103] Mudrajad Kuncoro, *Masalah, Kebijakan dan Politik Ekonomika Pengembangan*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 196

[104] S. Munawir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Yogyakarta: Penerbit Liberty, 2004), hlm. 17

[105] Kuncoro, *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan*, (Jakarta:Erlangga, 2010), hlm. 197

[106] Ferry Duwi Kurniawan dan Luluk Fauziyah, "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan", *Jurnal JKMP Vol. 2 No. 2, 2014,* hlm. 11

jumlah laba usaha yang didapat oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.

Jadi terbatasnya modal untuk mengembangkan usaha berdampak pada target realisasi kegiatan yang kurang maksimal dan secara tidak langsung akan menyebabkan penurunan kinerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan usaha-usaha binaannya dan mempunyai pengaruh cukup besar bagi kemajuan Usaha Mikro Kecil Menengah.

2) Faktor Kendala secara Eksternal

a) Persaingan antar wilayah

Menurut Saripah dan Hernawati faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah agar mampu berdaya saing tinggi harus dilihat dari kondisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah saat ini. Persaingan ditentukan oleh kemampuan Sumber Daya Manusia untuk memproduksi suatu barang, harga, desain dan faktor lingkungan yang memberikan faktor kondusif agar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mampu bersaing secara ketat.[107]

Pada praktiknya Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek mengalami kendala dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek yaitu adanya persaingan antar wilayah. Banyaknya pelaku usaha dan potensi daerah yang sama menyebabkan semakin besarnya persaingan yang dihadapi oleh pelaku usaha.

Adanya persaingan antar wilayah ini akan mengancam perekonomian pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah dan menyebabkan penurunan volume penjualan pada usaha. Pelaku

[107] Lip Saripah dan Hernawati, *Memanfaatkan Koperasi dan UMKM: Tindak Lanjut Program PKH PNFI*, (Bandung: April Media, 2011), hlm. 27

Usaha Mikro Kecil Menengah harus mampu mempertahankan kelangsungan usahanya yang dihadapkan pada kondisi persaingan yang semakin ketat. Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah yang mampu bertahan di persaingan antar wilayah adalah Usaha Mikro Kecil Menengah yang dapat menyesuaikan diri dan Usaha Mikro Kecil Menengah yang selalu melakukan inovasi dan kreativitas, sehingga mampu menghadapi persaingan yang ada.

Adanya persaingan dalam dunia usaha dapat menekan biaya-biaya dengan demikian harga-harga menjadi lebih rendah serta kualitasnya semakin meningkat.[108] Kesiapan yang maksimal dalam menghadapi persaingan antar wilayah tidak akan berdampak banyak bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.

Jadi persaingan antar wilayah berdampak pada target realisasi kegiatan yang kurang maksimal dan secara tidak langsung akan menyebabkan penurunan kinerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan usaha-usaha binaannya dan mempunyai pengaruh cukup besar bagi kemajuan Usaha Mikro Kecil Menengah.

b) Segmentasi pasar

Menurut Pride dan Ferrel mengatakan bahwa segmentasi pasar merupkan suatu proses membagi pasar ke dalam segmen-segmen pelanggan potensial dengan kesamaan karakteristik yang menunjukkan adanya kesamaan perilaku pembeli dan sebagai suatu proses pembagian pasar keseluruhan menjadi kelompok-kelompok pasar yang terdiri dari orang-orang yang secara relatif memiliki kebutuhan produk yang serupa.[109]

[108] Lipsey G. Richard, *Pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 1997), hlm. 150
[109] Ferrel dan Pride, *Pemasaran: Tori dan Praktek Sehari-hari*, (Jakarta: Aksara, 1995), hlm. 47

Pada praktiknya Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek mengalami kendala dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Trenggalek yaitu pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah masih bingung dalam menentukan segmentasi pasar. Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah kesulitan dalam menentukan segmentasi pasarnya, produk yang dihasilkan pembelinya didominasi oleh orang dewasa, hal ini menyebabkan Usaha Mikro Kecil Menengah sulit dalam mengembangkan usahanya dan akan menjadi penghambat Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam memberdayakan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah.

Permasalahan segmentasi pasar merupakan permasalahan yang banyak dialami oleh para pelaku usaha. Terdapat beberapa pelaku usaha oleh-oleh khas Trenggalek kesulitan dalam menentukan segmentasi pasarnya. Untuk melakukan segmentasi pasar pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah harus mengelompokkan konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Kasali mengatakan bahwa segmentasi pasar merupakan proses untuk membagi-bagi atau mengelompok-kelompokkan konsumen ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen.[110]

Permasalahan segmentasi pasar yang dialami oleh Usaha Mikro Kecil Menengah menyebabkan suatu usaha kurang efisien dan kurang fokus dalam menyusun rencana bisnis, pengembangan produk serta strategi pemasaran yang dilakukan menjadi kurang baik dan tidak tepat sasaran.

Rismiati dan Suratno mengatakan bahwa pada dasarnya segmentasi pasar merupakan suatu strategi yang didasarkan pada falsafah manajemen pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Dengan melaknsakan segmentasi pasar, kegiatan

[110] Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 81

pemasaran dapat dilakukan lebih terarah, dan sumber daya perusahaan di bidang pemasaran dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien.[111]

Implementasi segmentasi pasar diharapkan dapat mencapai hasil pemasaran yang optimal sehingga bisa meningkatkan hasil penjualan serta dapat meningkatkan jumlah laba usaha yang didapat oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.

Jadi kesulitan Usaha Mikro Kecil Menengah dalam menentukan segmentasi pasar berdampak pada target realisasi kegiatan yang kurang maksimal dan secara tidak langsung akan menyebabkan penurunan kinerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan usaha-usaha binaannya dan mempunyai pengaruh cukup besar bagi kemajuan Usaha Mikro Kecil Menengah.

[111]Catur E. Rismiati dan Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hlm 56