

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang pembangunan ekonomi yaitu dengan memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai basic pembangunan ekonomi kerakyatan. Sejarah telah menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau sering disebut UMKM merupakan bisnis yang mulai berkembang pesat saat ini yang berdiri sendiri, biasanya dilakukan oleh perorangan atau Badan usaha di semua sektor ekonomi.<sup>1</sup>

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian lokal daerah. Tidak hanya itu, UMKM juga memiliki posisi penting dalam perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan UMKM untuk menggerakkan aktivitas perekonomian serta dapat menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.<sup>2</sup> Dibuktikan juga dengan jumlah unit usaha yang ada serta pembentukan PDB. Namun harus diakui bahwa potensi UMKM belum seluruhnya dapat dioptimalkan karena ada beberapa masalah yang harus dihadapi oleh UMKM baik secara internal maupun eksternal, seperti keterbatasan akses informasi mengenai peluang

---

<sup>1</sup>Alyas dan Muhammad Rakib, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan”, *Sosiohumaniora*, Vol. 19, No. 2, Juli 2017, hal 114-120

<sup>2</sup>Sriyani, J, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul*, Paper, Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif, (Artikel, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2010), hal 79

pasar, keterbatasan modal ataupun investasi, masalah kualitas produk pemasaran, keberlanjutan usaha dan masih banyak lagi. Data selama ini juga membuktikan bahwa perkembangan UMKM dengan pertumbuhan ekonomi memiliki gerak searah. Penambahan jumlah unit UMKM bersamaan dengan pertumbuhan kesempatan kerja yang naik pula. Maka sangat wajar bila pemerintah proaktif ikut memecahkan masalah internal dan eksternal yang dihadapi oleh UMKM.<sup>3</sup>

Krisis moneter yang terjadi di Indonesia sejak pertengahan tahun 1997, yang kemudian diikuti oleh krisis ekonomi yang berkepanjangan mengakibatkan perekonomian Indonesia mengalami resesi ekonomi yang hebat. Krisis ini sangat berpengaruh negatif terhadap kegiatan ekonomi. Diperlukan berbagai kebijakan ataupun sebuah terobosan untuk memotong mata rantai masalah yang dihadapi UMKM, khususnya untuk mengatasi beberapa hal yang menjadi hambatan dalam bidang pengembangan produk dan pemasaran. Efek negatif dari sebuah gejolak ekonomi terhadap kinerja UMKM ada dua. Pertama, seperti yang pernah di alami Indonesia saat mengalami puncak krisis pada tahun 1998, diakibatkan oleh pengetatan likuiditas perekonomian nasional, sehingga mengakibatkan suku bunga pinjaman menjadi sangat tinggi. Akibatnya sektor perbankan mengalami masalah utang macet, hal tersebut juga berefek pada sulitnya akses bank. Suku bunga Sertifikat Bank Indonesi (SBI) mengalami peningkatan tajam, dan menyebabkan suku bunga bank-bank umum menjadi sangat tinggi. Hal

---

<sup>3</sup>*Ibid*, hal 83

ini berdampak pada sulitnya para pengusaha mendapatkan kredit baru dari bank, akibatnya usaha mereka akan mengalami stagnasi atau bahkan harus terpaksa gulung tikar karena tidak adanya pemasukan dana yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja. Kedua, meningkatnya harga bahan-bahan baku serta material-material produksi secara tajam, khususnya bahan-bahan yang diimpor karena nilai tukar rupiah mengalami depresiasi terhadap Dolar Amerika.<sup>4</sup>

Perjalanan bisnis yang dilalui oleh industri kecil selama ini tidak terlepas dari hasil kebijakan dan program pemerintah. Pemerintah telah mengambil langkah untuk memberikan program bantuan dalam bentuk fasilitas produksi, bantuan dibidang manajemen, finansial serta kemitraan yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja. Berbagai kebijakan pemerintah untuk mengembangkan industri kecil yang diharapkan pembangunannya akan mempengaruhi para industri yang efisien dengan kualitas produk yang semakin baik dan pada gilirannya dapat bersaing dipasar dalam negeri maupun ekspor dengan nilai tambah yang semakin tinggi untuk memperkuat perekonomian Indonesia.

Menurut UU Republik Indonesia NO. 20 Tahun 2008 Pasal 1 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), pemberdayaan yaitu usaha yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan dan pengembangan

---

<sup>4</sup>Lie Liana dan Kis Indriyaningrum, "Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dengan Program-Program Berbasis Knowledge Management", Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank, *Dinamika Ekonomi*, Vol. 1, No. 1, Juli 2008

usaha terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah sehingga nantinya mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang kuat dan pastinya lagi.<sup>5</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa UMKM telah memegang peran penting di Indonesia terutama dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi, menopang kegiatan ekonomi lokal, pencipta pasar baru dan inovasi, memberikan sumbangan yang cukup besar dalam menjaga neraca pembayaran dalam menghasilkan ekspor, serta dapat menciptakan lapangan kerja terbesar dan dipandang sebagai penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional. Sektor UMKM sangat identik dengan rakyat kecil yang memiliki potensi besar untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Apabila UMKM dapat hidup maka dipastikan perekonomian di negara ini juga akan hidup, secara tidak langsung rakyat pun akan hidup sejahtera. Suatu bangsa akan sejahtera jika rakyatnya sejahtera pula.<sup>6</sup>

Menurut survey BPS tahun 2004, di Indonesia ada 141,36 juta UMKM (99,9% dari total unit usaha). Dengan jumlahnya yang begitu banyak, serta kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja (76,55 juta atau 99,5% dari total angkatan kerja yang bekerja), dengan total kontribusi yang sangat signifikan yaitu sebesar 55,3% dari total PDB, maka potensi yang dimiliki oleh UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional sangatlah besar. Itulah alasan mengapa pemerintah begitu gencar dalam usahanya mengembangkan UMKM, selain dengan pembuktian empiris

---

<sup>5</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

<sup>6</sup>Lilis Sulastris, *Manajemen Usaha Kecil Menengah*, (Bandung: LGM- LaGoogd's Publishing, 2016), hal 22

dimana saat periode krisis ekonomi kemarin, ketika begitu banyak perusahaan-perusahaan besar yang tumbang dan melakukan PHK dalam jumlah besar, UMKM dengan fleksibilitasnya mampu survive dari kondisi tersebut

Sebenarnya di Indonesia, sebelum isu UMKM merebak, telah dilakukan berbagai macam strategi dalam usaha mengembangkan UMKM ini yang sebagian besar fokus pada pemberdayaan tenaga kerja melalui output expansion dan innovation adoption, yang berarti adanya peran lembaga teknis yang lebih besar dibandingkan dengan lembaga lainnya. Hampir semua bentuk intervensi yang diketahui pernah diaplikasikan, antara lain program-program pelatihan *technical skills* dan kewirausahaan, konsultasi pemberdayaan karyawan, subsidi input, peningkatan infrastruktur, pembangunan fasilitas public, pembangunan sentra-sentra industri, kredit subsidi dan lainnya. Review menunjukkan ada lebih dari 30 program-program pendampingan teknis UMKM di Indonesia yang tersebar di beberapa departemen. Pelatihan teknis yang dilakukan lebih difokuskan pada pelatihan kepada produsen dalam hal pembukuan, manajemen, technical skills, kewirausahaan dan marketing. Kesimpulan umum yang diperoleh adalah bahwa sebagian besar program tersebut memberikan pengaruh yang sedikit sekali terhadap pengembangan UMKM. Sebagian besar disebabkan oleh

terbatasnya dana yang dialokasikan untuk begitu banyaknya program dan dengan jumlah UMKM yang begitu besar.<sup>7</sup>

Salah satu industri kecil yang dikembangkan di Kabupaten Trenggalek adalah industri kecil tempe keripik. Industri kecil tempe keripik di Desa Bendorejo, Kecamatan Pogalan, Kabupaten Trenggalek mulai berkembang sejak tahun 2010 dan merupakan sentra industri kecil tempe keripik yang berkembang di Kabupaten Trenggalek. Keberadaan industri kecil ini tentunya sangat berperan dalam pengolahan tempe kedelai menjadi produk yang bernilai ekonomis serta dengan memperkerjakan masyarakat sekitar Desa Bendorejo hal ini tentunya dapat membantu peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Berdasarkan data yang diperoleh dari narasumber perkembangan jumlah industri kecil khususnya tempe keripik dari tahun 2010 hingga tahun 2013 tergolong cukup pesat. Karena pada awal berdirinya usaha ini hanya sebanyak 4 unit, namun setelah 3 tahun berjalan usaha ini mampu menyerap dan menampung lebih banyak unit lagi. Bahkan dari yang awalnya hanya 4 unit kini sudah lebih dari 30 unit usaha jajanan yang telah berdiri. Mereka pada tahun 2013 memutuskan untuk membentuk sebuah kelompok usaha yang berisikan seluruh pengusaha dan produsen jajanan khas Trenggalek.

Berkembang pesatnya industri kecil ini tak lepas dari bantuan Pemerintah Daerah, yang pada awalnya Pemerintah Daerah melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan memberikan bantuan berupa uang tunai dan

---

<sup>7</sup>Bambang Agus Sumantri dan Erwin Putra Permana, *Manajemen Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*, (Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2017), hal 54-55

fasilitas pendukungnya seperti etalase dan rak. Pada awal berdirinya industri kecil ini Pemerintah Daerah melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan juga mengadakan pelatihan bagi produsen dan agen pemasaran jajanan khas Trenggalek ini setiap bulannya. Namun kini Pemerintah Daerah sudah tidak lagi memberikan bantuan terhadap industri yang tengah berkembang ini. Kemudian hal inilah yang menjadi kendala bagi para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Karena pada akhirnya mereka kesulitan dalam mendapatkan bantuan permodalan. Ditambah lagi semakin ketatnya persaingan baik dari segi harga maupun kualitas produk tempe keripik yang berasal dari dalam dan luar Kabupaten Trenggalek. Serta masalah masa kadaluarsa produk yang tidak dapat bertahan terlalu lama, misalnya untuk waktu kadaluarsa tempe keripik yang ada ditoko hanya maksimal 7 hari dan untuk waktu kadaluarsa alen-alen hanya maksimal 10 hari. Hal inilah yang membuat para pelaku usaha kesulitan, karena ketika memasarkan jajannya jika dalam jangka waktu kadaluarsa tersebut jajanan tak kunjung terjual. Apalagi ditambah dimasa pandemi seperti ini, omset mereka secara otomatis menurun drastis. Dan kendala yang terakhir adalah mahalnya harga bahan baku.

Menurunnya penjualan dan kepercayaan konsumen juga sangat berpengaruh terhadap bisnis UMKM, untuk itu pelaku usaha perlu membangun kepercayaan dan hubungan baik dengan konsumen atau *relationship marketing*. *Relationship marketing* merupakan orientasi bisnis yang terfokus pada menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang sudah

ada dan membangun hubungan yang erat dan saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen hingga menciptakan transaksi ulang hingga terbentuk loyalitas konsumen.<sup>8</sup> Dalam Penelitiannya Hardilawati diperoleh hasil bahwa customer relationship marketing berpengaruh namun tidak signifikan dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Hal ini terjadi karena masih kurangnya pemahaman atau kurang maksimalnya penerapan relationship marketing oleh UMKM. *Relationship marketing* yang lebih tepat dan maksimal diharapkan dapat membantu UMKM untuk dapat bertahan dan memiliki daya saing yang tinggi.<sup>9</sup>

Sebagai daerah sentra industri kecil keripik tempe masyarakat Desa Bendorejo berpeluang untuk bisa mengembangkan usahanya lebih baik lagi dan lebih maju, dengan strategi dan pengembangan usaha yang baik sehingga akan berpengaruh pada tingkat penghasilannya yang diterima serta mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya dalam bidang ekonomi. Apabila industri tempe keripik dapat berkembang dengan baik maka masyarakat pembuat keripik tempe juga dapat memperoleh pendapatan yang meningkat pula. Selain itu juga dapat memotivasi masyarakat untuk mengembangkan produk yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Namun apabila perkembangan industri kecil mengalami penurunan maka hal tersebut juga berpengaruh pada pendapatan pengusaha tempe keripik dan tenaga kerjanya.

---

<sup>8</sup> Kotler, Philip dan Armstrong, G, *Principles of Marketing (15th ed)*, Person Education Limited, (2012)

<sup>9</sup> Wan Laura Hadilawan, "Strategi Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19", Universitas Muhammadiyah Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, *Jurnal Akuntansi dan Ekonomatika*, Vol. 10, No. 1, Juni 2020



Oleh karena itu melalui penelitian ini yang berjudul **“Strategi Pemberdayaan Dinas Perdagangan Trenggalek Terhadap Pengembangan UMKM Keripik Tempe Dalam Meningkatkan Perekonomian di Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Trenggalek”** diharapkan dapat terungkap mengenai perkembangan industri kecil tempe keripik di Desa Bendorejo terutama dalam strategi pengembangan yang mereka gunakan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan dalam bidang perekonomian masyarakat.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian yang dapat diungkap sebagai berikut;

1. Bagaimana strategi pemberdayaan yang dilakukan Dinas Perdagangan Trenggalek dalam upaya mengembangkan UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Bendorejo?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi Dinas Perdagangan Trenggalek dalam upaya mengembangkan UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Bendorejo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menganalisis strategi pemberdayaan yang dilakukan Dinas Perdagangan Trenggalek dalam upaya mengembangkan UMKM untuk meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Bendorejo.

- 2) Untuk menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi Dinas Perdagangan Trenggalek dalam upaya mengembangkan UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Bendorejo.

#### **D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah**

Identifikasi masalah merupakan penjelasan tentang berbagai kemungkinan yang dapat diduga sebagai masalah. Dari latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Pengidentifikasian strategi pemberdayaan dinas perdagangan dalam pengembangan UMKM jajanan khas Trenggalek yaitu Keripik Tempe.
2. Pengidentifikasian faktor pendukung dan faktor penghambat Dinas Perdagangan Trenggalek dalam upaya mengembangkan UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Melalui identifikasi masalah yang ada, maka peneliti membatasi masalah agar tidak meluasnya pokok permasalahan yang telah ada dan memberi pembahasan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan maka akan diberikan pembatasan yaitu strategi pengembangan UMKM keripik tempe dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Trenggalek.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini, maka diharapkan mampu memberikan informasi dan manfaat untuk pihak yang membutuhkan baik data yang terkait dengan

penelitian ini. Berikut penjelasan mengenai manfaat dari adanya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini sangat diharapkan mampu memberikan informasi terkait strategi yang dilakukan para pelaku usaha dalam pengembangan produk serta pemasarannya pada UMKM Kripik Tempe yang berdiri di Desa Bendorejo dalam meningkatkan perekonomian warga sekitarnya sehingga mereka bisa merasakan kesejahteraan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk beberapa pihak, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Dengan adanya hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta dapat mengetahui strategi pengembangan usaha yang dilakukan pelaku usaha UMKM yang berdiri dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan perekonomian warga sekitarnya.

- b. Bagi Akademis

Untuk perguruan tinggi atau pun instansi Pendidikan lainnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi yang dapat berguna sebagai acuan, rujukan maupun referensi akademik.

- c. Bagi Masyarakat

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi serta wawasan bagi masyarakat tentang dampak yang begitu besar dengan berdirinya suatu industri kecil yang hanya berawal dari industri rumahan yang kemudian menjadi peluang usaha dan peluang mata pencaharian orang banyak. Bahkan bisa meningkatkan perekonomian masyarakat suatu daerah.

d. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi serta dapat membantu untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

## **F. Penegasan Istilah**

### 1. Penegasan Istilah Secara Konseptual

#### a. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dalam dunia perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling banyak. Selain itu, kelompok ini dipastikandapat tetap bertahan terhadap berbagai macam masalah ekonomi yang mungkin terjadi. Maka perlu adanya usaha untuk melakukan penguatan kelompok UMKM yang mengikutsertakanbanyak kelompok. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM telah ada dalam hukum tertulis berdasarkan undang-undang. UMKM merupakan usaha perdagangan yang dijalankan oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan

oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Yang dikatakan ialah sebagai usaha kecil merupakan sebuah usaha yang dikelola oleh perorangan dan juga bukan dengan melalui badan usaha. Kriteria usaha kecil ialah sebagai usaha mikro jika mempunyai atau memiliki kekayaan bersih dibawah Rp. 300.000.000,- per tahun.<sup>10</sup>

b. Strategi

Strategi adalah cara pemimpin bisnis perusahaan merealisasikan filosofinya. Pengertian ini lebih menekankan pada strategi seharusnya berkaitan dengan keputusan besar yang dihadapi individu atau organisasi dalam melakukan bisnis yaitu keputusan yang menentukan kegagalan dan kesuksesan individu atau organisasi.<sup>11</sup> Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan yang berfokus, dan bagaimana sumber daya serta kegiatan mana yang akan dialokasikan untuk setiap produk pasar dalam memenuhi peluang dan tantangan lingkungan serta untuk meraih keunggulan kompetitif.

c. Pengembangan

Istilah pengembangan bersifat universal karena dapat diterapkan dalam berbagai bidang kajian, misalnya dalam bisnis, dalam pengembangan karyawan, ada juga dalam dunia pendidikan pengembangan kurikulum dan masih banyak lagi. Pengembangan adalah proses yang menciptakan pertumbuhan, kemajuan, perubahan

---

<sup>10</sup> Alyas dan Muhammad Rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan", ....., hal 114-120

<sup>11</sup> Kuncoro, M, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hal 265

positif atau penambahan komponen fisik, ekonomi, lingkungan, sosial, dan demografi. Tujuan pengembangan adalah peningkatan tingkat dan kualitas hidup penduduk, dan penciptaan atau perluasan pendapatan daerah setempat dan peluang kerja, tanpa merusak sumber daya lingkungan.<sup>12</sup>

## 2. Penegasan Istilah Secara Operasional

Penegasan operasional pada penelitian berjudul “Strategi Pengembangan UMKM Kripik Tempe Kelompok Masyarakat Maju Lestari Dalam Meningkatkan Perekonomian di Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Trenggalek” adalah membahas apa saja strategi pengembangan usaha yang mereka lakukan dalam menjalankan industri kecil ini sehingga masyarakat dapat merasakan dampak serta manfaat berdirinya UMKM jajanan Khas Trenggalek guna meningkatkan perekonomian warga desa Bendorejo dan sekitarnya. Serta bagaimana adanya UMKM yang berdiri dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

## G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan pembahasan skripsi terdiri dari beberapa bab, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan ini membahas mengenai latar belakang masalah yang menjadi objek penelitian, dan alasan diangkatnya judul tersebut. Di dalam pendahuluan ini dibagi menjadi tujuh sub-bab, yaitu latar belakang,

---

<sup>12</sup> Priyono dan Marnis, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2008), hal 46

rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini mengemukakan konsep/teori yang melandasi dalam penelitian. Dalam kajian pustaka ini berisi teori-teori besar yang dihasilkan dari buku-buku dan penelitian terdahulu. Kajian pustaka terdiri dari konsep peran, kerajinan batik, pasar, pasar nasional, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini yang terdiri dari delapan sub bab, yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang paparan data/temuan penelitian yang disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis data. Paparan tersebut diperoleh dari pengamatan, wawancara, dan deskripsi informasi lainnya. Penelitian ini menekankan pada (1) Pengidentifikasian bantuan modal dalam strategi pengembangan UMKM jajanan khas Trenggalek yaitu Keripik Tempe. (2) Pengidentifikasian

pemberdayaan yang dilakukan dalam strategi pengembangan UMKM untuk meningkatnya perekonomian masyarakat. (3) Pengidentifikasian strategi pemasaran UMKM jajanan khas Trenggalek di Desa Bendorejo dalam pengembangan usaha guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

## **BAB V PEMBAHASAN**

Pada Bab ini berisi tentang pembahasan yang terkait dengan hasil temuan lapangan yang dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Pengembangan UMKM Keripik Tempe dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Bendorejo.

## **BAB VI PENUTUP**

Pada Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang merupakan penutup akhir dari penelitian. Kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka.