

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil observasi dan juga wawancara mengenai Strategi Pengembangan UMKM Keripik Tempe Kelompok Masyarakat Maju Lesrtari dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Trenggalek. Maka diperoleh hasil pembahasan dengan mencocokkan data temuan dengan teori-teori yang sudah dikemukakan penulis dengan poin sebagai berikut:

#### **A. Strategi Pemberdayaan Dinas Perdagangan Trenggalek terhadap mengembangkan UMKM Keripik Tempe Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Trenggalek**

Strategi dapat diartikan sebagai alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah yang besar.<sup>91</sup> Lalu arti dari pemberdayaan masyarakat sendiri adalah suatu proses yang mengembangkan dan memperkuat kemampuan masyarakat untuk terus terlibat dalam proses pembangunan yang langsung secara dinamis sehingga masyarakat dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi serta dapat mengambil keputusan secara bebas.<sup>92</sup>

---

<sup>91</sup> Fred R David, *Manajemen Strategi*, Edisi ke- 10, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal 17

<sup>92</sup> Puji Hidayanti, "Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Keterampilan Produktif di PKBM Rawasari Jakarta Timur", *Perspektif Ilmu Pendidikan*, Vol. 17, Th. IX, April 2008

Berdasarkan penelitian diatas, pemerintah daerah Trenggalek melalui Disperindag melakukan kegiatan pemberdayaan terhadap Kelompok Masyarakat Maju Lestari. Kelompok Masyarakat yang berada di desa Bendorejo ini memiliki usaha berupa UMKM, di rasa pemerintah daerah perlu adanya pemberdayaan dengan cara melakukan kegiatan pelatihan untuk para anggotanya. Kegiatan pelatihan dilakukan dengan tujuan agar para anggota kelompok masyarakat Maju Lestari bisa lebih paham dan mengerti bagaimana cara menjalankan usahanya dengan baik dan benar. Melihat backgroud dari setiap anggotanya yang dulu mayoritas berprofesi sebagai petani dan ibu rumah tangga biasa. Mereka belum paham bagaimana cara mengelola suatu usaha.

Hal tersebut sesuai dengan penjelasan H. Hikmat dalam buku Strategi Pemberdayaan Masyarakat,<sup>93</sup> yaitu menjelaskan ada beberapa faktor internal yang menghambat pemberdayaan antara lain, kurang bisa untuk saling mempercayai, kurang daya inovasi atau kreatifitas, mudah pasrah atau menyerah, aspirasi dan cita-cita rendah, tidak mampu menunda menikmati hasil kerja, wawasan waktu yang sempit, familisme, sangat tergantung pada bantuan pemerintah, sangat terikat pada tempat kediamannya dan tidak mampu atau tidak bersedia menempatkan diri sebagai orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian juga didapat manfaat lain dengan adanya kegiatan pelatihan yang diberikan untuk anggota kelompok masyarakat Maju Lestari melalui Disperindag adalah memperluas pengetahuan para pengusaha

---

<sup>93</sup> H. Hikmat, *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung: Humaniora Utama Press, 2001), hal 12

baru dalam mengelola usahanya. Selain itu mereka juga semakin memiliki rasa daya saing yang tinggi, sehingga dapat memacu semangat dalam menjalankan usaha. Hal ini secara tidak langsung juga dapat memperbaiki dan meningkatkan taraf hidup untuk masyarakat sekitarnya. Karena mereka menjadi memiliki pemikiran yang terbuka terhadap dunia baru yang tengah mereka jalankan sekarang. Proses pemberdayaan melalui pelatihan untuk para anggota kelompok masyarakat Maju Lestari dalam menjalankan UMKM mereka merupakan suatu proses pembelajaran terus menerus dengan tujuan kemandirian bagi setiap anggotanya.

Hal ini sejalan dengan teori pemberdayaan bahwa tingkat berdaya masyarakat itu dilihat dari partisipasi masyarakat, kemandirian masyarakat, kemauan yang tinggi, jiwa integritas, dan siap untuk diberdayakan. Dalam tahap pemberdayaan juga menurut Suparjan dan Hempri S. dalam buku *Pembangunan Masyarakat dari Pembangunan Sampai Pemberdayaan*, adalah dengan meningkatkan kesadaran kritis atau posisi masyarakat dalam struktur sosial politik.<sup>94</sup> Begitupula tentang konsep dasar pemberdayaan pada dasarnya yaitu upaya suatu kelompok masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian sehingga masyarakat dapat mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki dalam rangka tujuan hidup yang lebih sejahtera. Hal ini sesuai dengan buku yang dikarang oleh Tricahyono.<sup>95</sup>

---

<sup>94</sup> Suparjan dan Hempri S, *Pengembangan Masyarakat dari Pembangunan Sampai Pemberdayaan*, (Yogyakarta: Aditya Media, 2003), hal 44

<sup>95</sup> Tricahyono, S.A, *Pemberdayaan Komunitas Terpencil di Provinsi NTT*, (Yogyakarta: B2P3KS, 2008), hal 9

Seperti halnya yang telah dijelaskan dalam wawancara pada UMKM Maju Lestari, mereka juga melakukan kerja sama dengan beberapa sales penjual makanan. Karena mereka tidak hanya menjual jajan khas Trenggalek saja, melainkan juga jajanan khas dari beberapa daerah di luar kota Trenggalek. Para pemilik toko mengaku mereka mengambil beberapa jajanan dari kota lain karena tampilan kemasannya lebih menarik, sehingga hal itu bisa menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen untuk datang dan membeli jajanan dari toko mereka. Para pemilik toko juga mengakui bahwa kekurangan dari produk jajanan khas Trenggalek adalah kurang menariknya kemasan yang ditampilkan. Mereka melakukan kerja sama dengan sales makanan dengan sistem titip, yaitu dengan cara para sales akan datang dan menitipkan produk mereka di setiap toko. Lalu para sales akan kembali setiap bulannya untuk melihat barang yang mereka titipkan sudah terjual atau belum. Kemudian nantinya para pemilik toko akan mengambil keuntungan sesuai dengan nilai yang telah di sepakati bersama. Sales-sales tersebut datang dari kota Kediri, Blitar, Malang, Madiun dan beberapa kota lainnya di Jawa Timur.

Menurut Tim PPM dalam buku *Business Model Canvas*<sup>96</sup>, melakukan kerjasama bisnis dalam suatu organisasi memiliki empat tujuan yaitu:

1. Kemitraan untuk tujuan optimasi operasi dengan fokus pada kompetensi dan kegiatan inti.

---

<sup>96</sup> Tim PPM, *Business Modal Canvas*, (Jakarta: Penerbit PPM, 2012), hal 204

2. Kemitraan dengan tujuan mendapatkan sumber daya yang tidak dimiliki.
3. Kemitraan dengan tujuan mendapatkan pengetahuan secara organisasi.
4. Kemitraan dengan tujuan akuisisi pasar, baik untuk pengembangan ataupun membuka pasar baru. Bentuk yang paling sering dijumpai ialah *joint venture* untuk mengembangkan pasar internasional.

Strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, di dalamnya terdapat keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penetapan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.<sup>97</sup> Pemasaran memfasilitasi proses pertukaran dan pengembangan hubungan dengan kosumen melalui cara mengamati secara cermat kebutuhan dan keinginan konsumen yang dilanjutkan dengan mengembangkan suatu produk yang memuaskan kebutuhan konsumen dan menawarkan produk tersebut dengan harga tertentu. Serta mendistribusikannya agar tersedia di tempat-tempat yang menjadi pasar bagi produk yang bersangkutan. Untuk itu perlu dilakukan suatu promosi atau komunikasi guna menciptakan kesadaran dan ketertarikan konsumen pada produk yang bersangkutan.<sup>98</sup>

---

<sup>97</sup> Kolter, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, (Jakarta: Indeks, 1989), hal 401

<sup>98</sup> Sri Lestari Triyaningsih, *Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah*, Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 12, No. 1, April 2012: 37-46

Seperti yang dilakukan oleh kelompok masyarakat Maju Lestari dalam menjalankan UMKM-nya, dalam memasarkan produknya mereka membuka toko di rumah masing-masing. Karena letak tempat tinggal mereka yang cukup strategis sehingga lebih memudahkan mereka dalam memasarkan produknya. Tempat tinggal mereka berada di tepi jalan raya yang cukup ramai di lewati kendaraan. Hal itu juga merupakan salah satu faktor mereka mendirikan UMKM Maju Lestari ini, karena mereka bisa mendapat penghasilan tambahan hanya dengan tetap berada di rumah saja. Hal lain yang mereka lakukan agar konsumen tetap datang lagi dan lagi adalah dengan cara melakukan inovasi terhadap produk mereka.

Para produsen melakukan inovasi terhadap setiap produknya, mulai dari keripik tempe yang kini tidak hanya berbentuk kotak besar namun ada yang bulat kecil dan lebih praktis dibawa, lalu alen-alen dengan banyak varian rasa dan tentunya mereka akan terus melakukan inovasi baru terhadap produknya. Tak hanya itu saja, mereka juga menjual produk dari luar kota Trenggalek. Hal itu mereka lakukan agar produk-produk yang mereka jual bisa lebih bervariasi dan tentunya lebih menarik. Mereka melakukannya agar produk-produk mereka akan terus bisa di terima oleh konsumen dan tentunya akan terus bisa di nikmati. Sehingga konsumen akan selalu kembali datang dan membeli produknya.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Darwanto yaitu merumuskan strategi kelembagaan dalam mendorong inovasi dan kreatifitas pelaku UMKM tetap mampu bersaing dengan berbasis kreativitas yang

mereka miliki tanpa merugikan UMKM lainnya.<sup>99</sup> Inovasi produk adalah hal yang perlu mendapat perhatian utama dari suatu perusahaan, mengingat strategi ini berkaitan erat dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Berdasarkan literatur ada tiga kegiatan organisasi bahwa tingkat tinggi mencirikan inovasi produk: (1) kemampuan untuk melihat peluang produk-pasar; (2) membangun kemampuan pemasaran untuk menanggapi pasar diidentifikasi peluang; (3) dan kemampuan untuk cepat mengejar peluang. Hal ini mengidentifikasi bahwa inovasi produk dapat menyebabkan produk lebih mudah, selain itu inovasi produk juga penting untuk pemasaran yang efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.<sup>100</sup>

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UMKM dikarenakan pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh lembaga tersebut tidak dapat dipenuhi. Persyaratan yang menjadi hambatan besar bagi

---

<sup>99</sup> Darwanto, *Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreatifitas (strategi penguatan property right terhadap inovasi dan kreatifitas)*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 2013, 20, 142-149

<sup>100</sup> Elwisam, Rahayu Lestari, "Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNITA*, Vol. 4, No. 2, Juni 2019: 277-286

UMKM adalaadanya ketentuan mengenai jaminan, karena tidak semua UMKM memiliki harta yang memadai dan cukup untuk dijadikan jaminan.<sup>101</sup>

Menurut teori Mudrajad 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.<sup>102</sup> Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Robby Firmansyah yang mengatakan bahwa salah satu strategi pemberdayaan industri kecil adalah peningkatan kemampuan finansial yang menyatakan berkembangnya beberapa model penguatan finansial bagi usahawan kecil akhir-akhir ini menunjukkan telah semakin menguatnyakomitmen pemerintah, upaya pemerintah tersebut terwujud dengan membantu pengembangan usaha kecil melalui “pemberian modal sementara”.<sup>103</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Maju Lestari pertama berdiri dengan para anggotanya hanya mengandalkan dana pribadi (modal sendiri) yang mereka miliki saat itu. Dengan modal itu kini usaha yang mereka bangun dari nol telah berhasil berkembang dan menjadi kawasan wisata jajanan khas di kota Trenggalek. Mereka yang awalnya hanya seorang petani dan ibu rumah tangga biasa, sekarang telah berhasil menjadi seorang wirausahawan.

---

<sup>101</sup> *Ibid*, hal 160

<sup>102</sup> Kuncoro, *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan...*, hal. 197

<sup>103</sup> Robby Firmansyah, et. All., “Stategi Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Madiun (Studi pada Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun dan Sentra Industri Brem Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun)”, *Jurnal Administrasi Publik* Vol. 2 No. 1, 2017, hal.154



Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat agar mampu mewujudkan kemandirian dan melepaskan diri dari belenggu kemiskinan serta keterbelakangan.

Dengan berdiri UMKM di desa Bendorejo hal ini sangat mempengaruhi perekonomian untuk masyarakat sekitar desa tersebut. Karena berdirinya UMKM secara tidak langsung telah membuka lapangan pekerjaan bagi orang banyak, khususnya untuk masyarakat sekitar desa Bendorejo. Berdasarkan penelitian diatas, sejak awal berdirinya UMKM hingga sekarang hampir seluruh masyarakat desa Bendorejo yang tepatnya di dusun Kranding menjadi seorang pengusaha jajanan khas Trenggalek, baik sebagai produsen maupun sebagai pemasarannya. Mereka juga mempunyai pekerja yang berasal dari sekitar desa Bendorejo sendiri. Hal ini pun pada akhirnya akan berdampak pada perekonomian mereka. Dari beberapa pemaparan narasumber, mereka juga mengakui adanya peningkatan pendapatan setelah UMKM ini berdiri. Bahkan peningkatannya sangat signifikan, yaitu sekitar 70% dari hasil pendapatan mereka sebelum adanya UMKM.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruby<sup>104</sup> yang menyebutkan peningkatan produktivitas tenaga kerja ini menyebabkan pertumbuhan ekonomi sekaligus menggeser kurva permintaan tenaga kerja. Begitu pula sebaliknya, tenaga kerja juga mempengaruhi output. Tenaga kerja sendiri telah memiliki peranan penting dalam proses pembangunan ekonomi.

---

<sup>104</sup> D.A Ruby, *Labour Supply Economic Decisions and Labour Market Equilibrium*, 2003, <http://www.digitaleconomies.com/Is4020.html>, Diakses pada Selasa 27 April 2021, pukul 20.51

Karena tenaga kerja merupakan faktor utama yang dapat mendorong dan mempercepat naik turunnya daya saing suatu perekonomian.

Dalam suatu kelompok maupun organisasi perlu adanya rasa saling mempercayai. Dengan begitu dapat tercipta suatu organisasi yang harmonis dan bertanggung jawab. Hal inilah yang dilakukan oleh kelompok masyarakat Maju Lestari, mereka berusaha memberikan kepercayaan secara penuh terhadap setiap anggotanya. Maka dari itu setiap anggotanya memiliki hak penuh atas usaha mereka masing-masing. Mereka diberi kebebasan dalam menjalankan usahanya, misalnya saja setiap anggota mempunyai hak untuk mengatur setiap modal ataupun dana yang mereka miliki akan dipergunakan untuk apa saja. Lalu setiap produk yang hendak mereka jual di toko masing-masing. Serta seluruh hal yang berhubungan dengan usahanya, mereka diberikan kebebasan sehingga mereka bisa tumbuh dan menjadi wirausahawan yang mandiri.

Hal ini sejalan dengan teori “ACTORS” tentang pemberdayaan yang dikemukakan oleh Sarah Cook dan Steve Macaulay<sup>105</sup> lebih memandang masyarakat sebagai subjek yang dapat melakukan perubahan dengan cara membebaskan seseorang dari kendali yang kaku dan memberi orang tersebut kebebasan untuk bertanggung jawab terhadap ide-ide, keputusan-keputusannya, dan tindakan-tindakannya. pemberdayaan yang dimaksud oleh Cook dan Macaulay lebih mengarah pada pendelegasian secara sosial dan etika/moral antara lain: (a) mendorong adanya ketabahan; (b) mendelegasikan

---

<sup>105</sup> Sarah Cook & Steve Macaulay, *Perfect Empowerment*, (Jakarta: PT. Elex Mediakomputindo, 1997), hal 48

wewenang sosial; (c) mengatur kinerja; (d) mengembangkan organisasi; (e) menawarkan kerjasama; (f) berkomunikasi secara efisien; (g) mendorong adanya inovasi; dan (h) menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi.

**B. Faktor Pendukung dan Penghambat yang dihadapi Dinas Perdagangan Trenggalek dalam upaya mengembangkan UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Bendorejo**

1. Faktor pendukung dalam upaya pemberdayaan usaha tempe kripik di Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek yaitu sebagai berikut:

a. Faktor pendukung internal

1) Antusias pelaku usaha binaan untuk mengikuti pelatihan

Sebagai usaha pemberdayaan tentu sangat memahami bahwa pelatihan adalah hal yang sangat penting untuk diikuti, dengan adanya pelatihan kemampuan dan keahlian pelaku usaha akan semakin berkembang. Menurut Tulus Tambunan untuk mengembangkan usaha dapat melalui peningkatan Sumber Daya Manusia yaitu dengan cara membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan, untuk melakukan pendidikan dan pelatihan dapat melalui penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis serta penciptaan wirausaha baru.<sup>106</sup> Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hesti Kusuma Wardani Ambar Pertiwi yang

---

<sup>106</sup> Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah*,...hal. 25

menyatakan pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UMKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usahanya.<sup>107</sup>

Pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Dinas Komidag bertujuan untuk meningkatkan kemampuan, pengetahuan maupun kreatifitas bagi para pelaku usaha binaan. Para pelaku usaha binaan begitu apresiatif dalam mengikuti pelatihan ini. Adapun tujuan dari pelatihan yang diberikan oleh Dinas Komidag yaitu mendorong para pelaku usaha dapat mendayagunakan segala sumber daya yang dimiliki, dengan proses yang kreatif dan inovatif, menjadikan pelaku usaha binaan siap menghadapi tantangan krisis global.

## 2) Agenda bazar setiap tahun

Bazar adalah salah satu dari program pemasaran yang diberikan oleh Dinas Komidag, para pelaku usaha binaan yang mengikuti bazaar maka produknya akan dikenal pengunjung dan penjualannya akan meningkat. Menurut teori Mudrajad Kuncoro strategi pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah dapat melalui aspek manajerial yang meliputi peningkatan produktivitas/ omzet/ tingkat, utilisasi/ tingkat hunian, meningkatkan kemampuan pemasaran dan pengembangan

---

<sup>107</sup> Hesti Kusuma Wardani Ambar Pertiwi, et. All, "Peranan Dinas Koperasi dan UKM dalam Pembersayaan Usaha Kecil Menengah di Kota Malang", *Jurnal Administrasi Publik* Vol. 2, hal. 213-220

sumber daya manusia.<sup>108</sup> Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hesti Kusuma Wardani Ambar Pertiwi mengembangkan promosi, guna lebih mempercepat proses kemitraan antara UMKM dengan usaha besar diperlukan media khusus dalam upaya mempromosikan produk-produk yang dihasilkan.

Dalam memberdayakan usaha binaan, promosi melalui kegiatan bazar adalah salah satu strategi dalam meningkatkan omzet penjualan, upaya Dinas Komidag dalam memberdayakan usaha binaan salah satunya adalah dengan mengikuti bazar, sehingga bazar salah satu faktor penting dalam pemberdayaan usaha binaan.

b. Faktor pendukung external

1) Keripik tempe menjadi ciri khas

Kekhasan dari suatu daerah merupakan hal yang penting untuk memperkenalkan suatu daerah tersebut. Menurut Tulus Tambunan untuk menumbuhkan iklim usaha dapat melalui kesempatan berusaha yaitu dengan cara memiliki ciri khas tertentu di setiap produk yang diproduksi agar dapat menarik konsumen.<sup>109</sup> Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Robby Firmansyah yang menyatakan kekhasan suatu wilayah sangat penting untuk memperkenalkan

---

<sup>108</sup> Kuncoro, *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan...*, hal. 197

<sup>109</sup> Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah...*, hal. 21

wilayah tersebut ke masyarakat luas.<sup>110</sup> Dengan dibuatnya kawasan tempe keripik di Desa Bendorejo maka menjadikan Kota Trenggalek memiliki ciri khas tersendiri selain itu akan semakin menambah pendapatan ekonomi masyarakat yang memiliki usaha tempe kripik.

## 2) Mengurangi pengangguran

Pengangguran merupakan masalah besar yang terjadi di Kabupaten Trenggalek. Salah satu usaha untuk mengurangi pengangguran adalah dengan berwirausaha. Menurut Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia manfaat UMKM salah satunya adalah membantu negara/pemerintah dalam hal Pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Dinas Komidag bertujuan untuk meningkatkan kemampuan, pengetahuan maupun kreatifitas bagi para pelaku usaha binaan. Para pelaku usaha binaan begitu apresiatif dalam mengikuti pelatihan ini. Adapun tujuan dari pelatihan yang diberikan oleh Dinas Komidag yaitu mendorong para pelaku usaha dapat mendayagunakan segala sumber daya yang dimiliki, dengan proses yang kreatif dan inovatif, menjadikan pelaku usaha binaan siap menghadapi tantangan krisis global. penciptaan lapangan kerja baru, lewat UMKM dan juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru

---

<sup>110</sup> Robby Firmansyah, et. All., "Stategi Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Madiun,.....hal 159

yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga, sehingga dapat mengurangi pengangguran.<sup>111</sup> Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Ferry Duwi Kurniawan yang menyatakan dengan adanya UMKM dapat mengurangi pengangguran dikarenakan pengelolaan yang mudah, bahan baku yang tersedia dan modal usaha yang ringan.<sup>112</sup>

2. Faktor penghambat dalam strategi pemberdayaan usaha tempe kripik di Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek yaitu sebagai berikut:

a. Faktor penghambat secara internal

1) Terbatasnya ketersediaan teknologi

Teknologi adalah salah satu alat penunjang untuk menjalankan sebuah usaha, alat teknologi bisa berupa mesin produksi, alat pengemasan atau alat bantu lainnya. Namun jika alat teknologi tidak tersedia pemilik usaha harus kreatif dan inovatif dalam menjalankan usaha. Menurut teori Mudrajad Kuncoro masalah yang dihadapi usaha mikro kecil dan menengah salah satunya masalah akses terhadap teknologi, terutama bila pasar dikuasai oleh pengusaha/grup bisnis tertentu dan selera konsumen cepat berubah.<sup>113</sup> Hal ini diperkuat

---

<sup>111</sup> Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2015), hal. 16

<sup>112</sup> Ferry Duwi Kurniawan, "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan", *Jurnal Kebijakan Manajemen Publik* Vol. 2, No. 2, 2014, hal. 103-220

<sup>113</sup> Kuncoro, *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan...*, hal 197

dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Robby Firmansyah yang menyatakan keterbatasan modal, teknologi produksi, dan sumber daya terakumulasi pada mutu produk yang dihasilkan, pada akhirnya menyulitkan pengusaha kecil untuk memproduksi produknya.<sup>114</sup>

Pemilik usaha tempe kripiik merasa teknologi adalah alat yang sangat dibutuhkan supaya produk yang mereka hasilkan bisa bersaing dengan pengusaha lain yang menggunakan teknologi tinggi. Namun teknologi adalah salah satu hambatan yang dihadapi karena keterbatasan sumber daya manusia untuk menggunakan alat teknologi, selain itu untuk memiliki alat teknologi juga membutuhkan biaya yang mahal.

## 2) Terbatasnya modal untuk mengembangkan usaha

Permasalahan permodalan merupakan salah satu permasalahan yang cukup klasik, karena selama ini para pengusaha tempe kripiik kesulitan untuk mencari tambahan modal usahanya. Untuk melakukan pinjaman kepada bank maupun lembaga keuangan lainnya, masih banyak pengusaha tempe kripiik yang mengalami kesulitan. Hal ini sesuai dengan pendapat Mudrajad Kuncoro masalah yang dihadapi usaha mikro kecil dan menengah salah satunya adalah masalah bagaimana menyusun proposal dan membuat studi kelayakan

---

<sup>114</sup> Robby Firmansyah, et. All., "Stategi Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Madiun,.....hal 154



untuk memperoleh pinjaman, baik dari bank maupun modal ventura karena kebanyakan UMKM mengeluh berbelitnya prosedur mendapatkan kredit, agunan tidak memenuhi syarat, dan tingkat bunga dinilai terlalu tinggi.<sup>115</sup>

Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Robby Firmansyah yang menyatakan bahwa rendahnya akses industri-industri kecil di Indonesia terhadap kredit dari lembaga-lembaga keuangan formal telah menyebabkan mayoritas dari mereka cenderung menggantungkan pembiayaan perusahaannya kepada modal sendiri ataupun sumber-sumber lainnya seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara bahkan rentenir. Dinas Komidag hanya sebagai fasilitator, pihak dinas hanya memfasilitasi para pengusaha tempe kripik untuk memperoleh pinjaman permodalan.

b. Faktor penghambat secara eksternal

1) Adanya persaingan

Banyaknya pelaku usaha yang mempunyai usaha tempe kripik maka akan semakin besar pula persaingan yang dihadapi dengan sesama pemilik usaha tempe kripik. Menurut Lip Saripah dan Hernawati faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

---

<sup>115</sup> Kuncoro, *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan...*, hal.196

agar mampu berdaya saing tinggi harus dilihat dari kondisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini. Persaingan ditentukan oleh kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk memproduksi suatu barang, harga, desain dan faktor lingkungan yang memberikan faktor kondusif agar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu bersaing secara ketat.<sup>116</sup> Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Dwi Sepriyono Nur menyatakan salah satu masalah yang dihadapi pelaku UMKM adalah adanya persaingan yang tidak sehat antar sesama pelaku UMKM, apabila tidak ditangani segera maka hal tersebut akan menimbulkan masalah yang besar bagi pelaku UMKM itu sendiri.<sup>117</sup>

---

<sup>116</sup> Lip Saripah dan Hernawati, *Memfaatkan Koperasi dan UMKM: Tindak lanjut Program PKH PNFI*, (Bandung: APRIL MEDIA,2011), hal. 27

<sup>117</sup> Dwi Sepriyono Nur, "Peran Dinas Koperasi dan UKM Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah(UMKM) di Kota Samarinda", *eJournal Administrasi Negara* Vol. 5 No. 2, 2017