

**OPTIMALISASI PENGEMBANGAN
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT
(STUDI KASUS UMKM KARYA SALUNGKA BIMA KECAMATAN WOHA)**

Mawardi¹, Wahyu Ramadhana², Kamaluddin³

mawardistespanma@gmail.com¹, rahmadwahyu433@gmail.com²,

kamaluddinstespanma@gmail.com³

STES PANMA NTB¹²³

Article Info	ABSTRACT (10 PT)
Keywords: <i>Optimization Development Strategy UMKM</i>	<i>UMKM have been proven to be able to survive during the monetary crisis by utilizing existing resources such as capital, raw materials, human resources and equipment. Apart from that, UMKM plays an important role in labour absorption and economic growth. In Bima Regency, Salungka UMKM is trying to optimize MSMEs to improve the regional economy by maximizing or minimizing relevant factors. This research uses descriptive qualitative methods, with primary and secondary data collected through observation, interviews and documentation. Analysis was carried out using triangulation techniques. The research results show that the supporting factors for Karya Salungka Bima UMKM include the history of Salungka Bima, support from the district government, and maintaining standards and quality. Meanwhile, the inhibiting factors are competition with other woven sarong products, the impact of the COVID-19 pandemic, and limited human resources. The strategy for developing Salungka Woven Sarongs for economic optimization includes (a) managing costs by limiting production according to needs, regulating employee working hours, and the amount of cloth produced during the pandemic; (b) determining product prices based on production processes, materials and motifs, as well as setting salaries for permanent and freelance employees; and (c) empowering human resources by recruiting local residents and providing training and outreach to improve skills.</i>
Article Info	Abstract (10 Pt)
Kata kunci: Optimalisasi Strategi Pengembangan UMKM	UMKM telah terbukti mampu bertahan dalam masa krisis moneter dengan memanfaatkan sumber daya yang ada seperti modal, bahan baku, sumber daya manusia, dan peralatan. Selain itu, UMKM memainkan peran penting dalam penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi. Di Kabupaten Bima, UMKM Salungka berusaha mengoptimalkan UMKM untuk meningkatkan ekonomi daerah dengan memaksimalkan atau meminimalkan faktor-faktor relevan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan dengan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendukung UMKM Karya Salungka Bima meliputi sejarah Salungka Bima, dukungan pemerintah kabupaten, serta standar dan kualitas yang terjaga. Sedangkan faktor penghambatnya adalah persaingan dengan produk sarung tenun lain, dampak pandemi COVID-19, dan keterbatasan sumber daya manusia. Strategi pengembangan Sarung Tenun Salungka untuk optimalisasi ekonomi meliputi: (a) pengelolaan biaya dengan membatasi produksi sesuai kebutuhan, pengaturan jam kerja karyawan, dan jumlah kain yang diproduksi selama pandemi; (b) penentuan harga produk berdasarkan proses produksi, bahan, dan motif, serta pengaturan gaji karyawan tetap dan freelance; dan (c) pemberdayaan sumber daya manusia dengan merekrut warga sekitar serta memberikan pelatihan dan sosialisasi untuk meningkatkan keterampilan.

PENDAHULUAN

Indonesia pernah mengalami krisis moneter pada tahun 1997, hal tersebut bermula dengan menurunnya nilai tukar rupiah secara drastis dolar Amerika Serikat. Pada tahun 1988 tercatat pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar -13.1% dan dilanjutkan inflasi sebesar 77.55%.¹ Padahal sebelum krisis, inflasi pada masa Orde Baru tidak pernah melebihi angka 1% per tahun dan pertumbuhan ekonomi berkisar antara 7.8% pertahun. Krisis moneter pada perkembangannya menjadi faktor dominan yang menyebabkan krisis ekonomi di Indonesia Perbankan nasional hancur, banyak bank dilikuidasi sampai keluarnya BLBI (Bantuan Likuiditas Bank Indonesia). Pasar modal juga terkena imbas di mana harga saham beberapa perusahaan publik turun tajam.

Selain Bank yang dilikuidasi dan pasar modal yang terkenal imbas, usaha yang berskala besar yang ada diberbagai sektor industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnan sampai gulung tikar. Beberapa perusahaan konglomerat berganti kepemilikan karena pemilik lama terlilit hutang. Namun, pada tahun tersebut Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat survive dan menjadi penyelamat bagi perekonomian Indonesia di tengah keterpurukan karena krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Bertahannya UMKM ini dalam masa krisis moneter karena pelaku UMKM umumnya memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya, misalkan modal, bahan baku, sumber daya manusia maupun peralatan yang dipakai.² Dan juga umumnya dana UMKM diperoleh dari pribadi, bukan pinjaman dari bank. Dengan kondisi tersebut, ketika bank mengalami keterpurukan karena likuiditas atau juga suku bunga cenderung tinggi, UMKM yang ada tidak terpengaruh. Usaha Mikro Kecil dan Menengah masih memiliki peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia. Pada tahun 2017 pangsa yang dimiliki oleh UMKM sebesar 99.99% (62.9 juta unit) dari jumlah seluruh pelaku usaha yang ada di Indonesia.

Berdasarkan data di atas, dapat dikatakan bahwa UMKM memegang peranan penting di Indonesia terutama dalam penyedia lapangan kerja baru sehingga efektif dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga mempunyai peran penting yaitu mendorong laju pertumbuhan ekonomi, penopang ekonomi lokal dan juga sumbangan dari UMKM ini sangat besar dalam menjaga neraca pembayaran dalam menghasilkan ekspor. Permasalahan-permasalahan yang biasanya sering dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu terbatasnya modal kerja maupun investasi, sulitnya dalam memasarkan produk karena terhalang teknologi, distribusi, keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) karena kualitasnya terlalu rendah dan ketidaktahuan dalam pengurusan ijin usaha.

Salungka Bima sudah mengikuti beberapa pameran di dalam kota maupun di luar kota. Pameran yang biasanya diikuti oleh Salungka Bima yaitu di Jakarta, Yogyakarta dan Surabaya. Dengan munculnya pengrajin Salungka lainnya, Karya Salungka Bima tetap bisa mempertahankan eksistensinya. Terbukti dengan Salungka Bima menjadi langganan dari Aparatur Sipil Negara (ASN) Woha dan sekitarnya. Selain itu, Salungka Bima merupakan Salungka yang dirintis pertama kali di Woha setelah munculnya industri tekstil Salungka. Pada saat itu, pemerintah mengadakan pelatihan kepada pengrajin Salungka di Woha. Salah satu dari peserta pelatihan tersebut ialah pendiri SalungkaBima ini. Selain itu, Salungka Bima dalam mendirikan maupun mengembangkan usahanya menggunakan modal pribadi. Karena pada saat itu mengurus syarat untuk permodalan dari instansi sulit.

Penggunaan modal pribadi tentunya harus ada strategi pengembangan yang matang dan tepat sehingga usaha tersebut lebih terarah. Pengembangan ini juga bertujuan

untuk menjadikan pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi. Strategi disini sangat diperlukan agar setiap aktivitas dapat terorganisir dan dapat memudahkan pelaksanaan misi dalam mencapai tujuan. Adapun manfaat dari strategi yaitu:

1. Manfaat finansial, bisnis yang menggunakan konsep manajemen strategi lebih menunjukkan perbaikan yang signifikan dalam penjualan, profitabilitas, dan produktivitas dibandingkan dengan perusahaan tanpa aktivitas perencanaan yang sistematis. Perusahaan dengan sistem perencanaan menunjukkan kinerja keuangan jangka panjang yang lebih baik dibandingkan industrinya.
2. Manfaat nonfinansial, meningkatkan kesadaran atas ancaman eksternal, pemahaman yang lebih baik atas strategi pesaing, meningkatnya produktivitas karyawan, mengurangi keengganan untuk berubah, dan pengertian yang lebih baik atas hubungan antara kinerja dan penghargaan merupakan manfaat lain dari strategi.

Salungka bukan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi setiap harinya. Lalu bagaimana Salungka Bima bisa tetap meningkatkan dan tetap berkontribusi dalam perekonomian. Dalam rangka mengembangkan produk UMKM, dalam hal ini Salungka perlu diteliti strategi pengembangan apa saja yang dilakukan untuk pengoptimalan dalam meningkatkan perekonomian serta faktor pendukung dan faktor penghambat Salungka Bima dalam meningkatkan perekonomian

Berbagai tantangan dan juga permasalahan yang dihadapi dalam meningkatkan perekonomian, seperti masalah dalam permodalan yang senantiasa dihadapi oleh wirausahawan. Selain permodalan, kendala berikutnya yaitu terletak di sumber daya manusia. Sebuah bisnis memerlukan sumber daya manusia untuk meningkatkan produktivitas dalam upaya mencapai keunggulan dalam ekonomi. Setelah mengamati hal tersebut, maka diperlukan pengoptimalan pengembangan untuk terus memberdayakan UMKM tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “Optimalisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus UMKM Karya Salungka Bima Kecamatan Woha)”.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Optimalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Optimalisasi adalah berasal dari kata dasar optimal yang berarti terbaik, tertinggi, paling menguntungkan, menjadikan paling baik, menjadikan paling tinggi, pengoptimalan proses, cara, perbuatan mengoptimalkan (menjadikan paling baik, paling tinggi, dan sebagainya) sehingga optimalisasi adalah suatu tindakan, proses, atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem, atau keputusan) menjadi lebih/sepenuhnya sempurna, fungsional, atau lebih efektif. Menurut Winardi optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan.

Optimalisasi adalah proses pencarian solusi yang terbaik, tidak selalu keuntungan yang paling tinggi yang bisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah memaksimalkan keuntungan, atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan jika tujuan pengoptimalan adalah meminimumkan biaya. Ada tiga elemen permasalahan optimalisasi yang harus diidentifikasi, yaitu tujuan, alternatif keputusan, dan sumberdaya yang dibatasi. Tujuan dari optimalisasi dapat berbentuk maksimum atau minimum. Maksimum digunakan apabila tujuan pengoptimalisasi berhubungan dengan keuntungan,

penerimaan, dan sejenisnya. Sedangkan minimum digunakan dengan tujuan pengoptimalan yang berhubungan dengan biaya, waktu, jarak, dan sejenisnya. Penentuan tersebut tertentu harus disesuaikan dengan apa yang akan dimaksimalkan atau diminimumkan.

Alternatif keputusan adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan atau mencapai sebuah tujuan. alternatif keputusan tersedia menggunakan sumberdaya terbatas yang dimiliki pengambilan keputusan dan pengambilan keputusan juga dihadapkan dengan beberapa pilihan yang perlu dipertimbangkan dengan baik. Pengambilan keputusan mempunyai arti penting bagi maju mundurnya suatu organisasi, terutama karena masa depan suatu organisasi banyak ditentukan oleh pengambilan keputusan sekarang. Pengambilan keputusan hendaknya dipahami dalam dua pengertian yaitu penetapan tujuan yang merupakan terjemahan dari cita-cita aspirasi dan pencapaian tujuan melalui implementasinya. Ringkasnya, keputusan dibuat untuk mencapai tujuan melalui pelaksanaan dan ini semua berintikan pada hubungan kemanusiaan.

Menurut Gigch pencarian untuk menghasilkan alternative tetap merupakan bagian yang harus dipahami. Salah satu teori mengatakan bahwa pencarian alternatif-alternatif merupakan proses suatu rangkaian tujuan dan sasaran pertama kali yang dibuat untuk menjembatani jarak antara titik awal dan pencarian tujuan. Adair berpendapat bahwa keputusan-keputusan berpusat pada pengelolaan. Dalam situasi manajemen tertentu suatu keputusan atau bagian keputusan harus mendahului pelaksanaan. Keberhasilan dan kegagalan pencapaian hasil bagaimanapun juga akan ditentukan dalam keputusan dan efektivitas dalam pelaksanaannya.

Sumber daya merupakan pengorbanan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Ketersediaan sumberdaya ini terbatas. Keterlibatan ini yang mengakibatkan dibutuhkannya proses optimalisasi. Salah satu bentuk optimalisasi dalam mengatasi tenaga kerja antara lain dengan perluasan dan pengembangan kesempatan tenaga kerja. Dengan tujuan mengurangi tingkat pengangguran yang ada. Cara yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan pelatihan yang berkaitan dengan teknologi tepat guna, pengembangan kewirausahaan, ketrampilan pendukung lain, pengkajian potensi kesempatan kerja serta karakteristik pencari kerja, pembangunan pemukiman transmigrasi baru serta pembinaan. Peningkatan kualitas produktifitas tenaga kerja dapat dilakukan dengan pengembangan standarisasi dan sertifikasi kompetensi, peningkatan relevansi, kualitas, dan efisiensi pelatihan kerja melalui pembinaan dan pemberdayaan lembaga pelatihan kerja serta permasyarakatan nilai dan budaya produktif, pengembangan sistem dan metode peningkatan produktifitas serta pengembangan kader dan tenaga ahli produktifitas.⁸ Tujuan atau manfaat dari adanya suatu pengoptimalan adalah untuk mengidentifikasi tujuan, mengatasi kendala pemecahan masalah yang lebih tepat dan dapat diandalkan, serta pengambilan keputusan yang lebih tepat. Dengan demikian, optimalisasi merupakan suatu usaha guna memaksimalkan atau meminimalisasi untuk mencapai suatu tujuan dengan tepat dan efektif.

Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Kata strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*strato*” yang artinya pasukan dan “*agenis*” yang artinya pemimpin. Jadi strategi berarti hal yang berhubungan dengan pasukan perang. Strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. ¹⁰ Strategi merupakan sebuah pilihan yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan

bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut. Sedangkan menurut Stephanie K. Marrus didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.

Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang diinginkan dicapai kepada orang lain,
2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya,
3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang baru,
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang,
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.

Pengertian Pengembangan Usaha

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Pengembangan secara umum berarti pola pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolution) dan perubahan secara bertahap. Menurut Iskandar Wiryokusumo, pengembangan adalah upaya pendidikan baik formula maupun non formal yang dilakukan secara sadar, terencana, terarah, teratur, dan bertanggungjawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan ketrampilan sesuai bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuannya, sebagai bekal untuk selanjutnya, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesama, maupun lingkungannya ke arah tercapainya martabat, mutu dan juga kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi yang mandiri.

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Menurut Brown dan Petrello, pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

Kegiatan pengembangan adalah proses untuk menyediakan ketrampilan dan kemampuan untuk kebutuhan masa depan, di samping untuk meningkatkan kapasitas karyawan untuk melakukan pekerjaan saat ini. Kegiatan pengembangan lebih luas dari kegiatan pelatihan, seperti pendidikan formal, proyek-proyek khusus, penugasan, dan

kegiatan mentoring. Pengembangan organisasi atau organization development (OD) adalah proses untuk meningkatkan efektivitas organisasi dan kesejahteraan karyawan melalui intervensi yang terencana. Inisiatif kegiatan pengembangan organisasi atau OD dilakukan dalam skala besar maupun skala kecil, misalnya program pelatihan untuk karyawan baru tentang visi dan misi perusahaan, nilai-nilai dan budaya perusahaan, dan program peningkatan partisipasi dan keterlibatan karyawan dalam pengembangan budaya perusahaan, dan program lainnya untuk manajemen perubahan di perusahaan.

Aspek-aspek Pengembangan Usaha

Modal Kerja (Permodalan)

Modal kerja adalah investasi sebuah perusahaan pada aktiva-aktiva jangka pendek-kas, sekuritas, persediaan dan piutang. Pada era sekarang ini, jika suatu perusahaan meremehkan atau bertindak tidak serius dalam mengelola manajemen modal kerja, maka perusahaan tersebut diprediksi akan bermasalah dalam berkompetisi di pasar, termasuk kemungkinan perusahaan tersebut tidak mampu memanfaatkan modal kerja yang telah dimiliki secara maksimal serta tepat sasaran. Pengertian tepat sasaran artinya perusahaan menempatkan modal kerja pada sisi yang bersifat profitable yang artinya setiap mengambil keputusan harus melihat prospek keuntungan.

Beberapa usaha bisnis tidak bisa berjalan dengan baik ketika modal yang diperlukan untuk mendukung kerja tidak bisa dipenuhi secara baik, termasuk hal yang lebih parah ketika modal yang dimiliki mengalami kebocoran. Sehingga semua cita-cita untuk menjadi seorang wirausaha sejati sulit untuk diwujudkan.

Pemasaran

Pemasaran (marketing) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Konsep yang paling mendasar dari pemasaran yaitu kebutuhan manusia, dimana kebutuhan manusia (human need) adalah keadaan seperti perasaan kehilangan dalam diri seseorang. Definisi lain dari pemasaran yaitu menurut Willian J. Stanton, pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dalam pemasaran, persaingan yang ada tentunya perusahaan pada pasar produk atau jasa memperlihatkan keunggulannya masing-masing dengan atau tanpa terikat peraturan dalam meraih pelanggannya.

Seorang ahli teori manajemen, Peter Drucker menyatakan bahwa orang dapat mengasumsikan akan selalu ada kebutuhan penjualan. Akan tetapi, tujuan pemasaran bukan untuk memperluas penjualan. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dengan sendiri. Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Sehingga selanjutnya yang dibutuhkan adalah menyediakan produk atau jasa.

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yaitu orang-orang yang menyediakan tenaga, bakat kreativitas, dan semangatnya untuk suatu organisasi. Maka penting bagi seorang manajer perusahaan untuk menyeleksi, melatih dan mengembangkan orang yang akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Karena tanpa orang yang kompeten, perusahaan akan kesulitan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sumber daya dan sumber daya manusia harus direncanakan dan digunakan sehingga nantinya akan memperoleh

manfaat yang maksimal. Perencanaan yang matang memungkinkan hal tersebut dapat terjadi.

Pengelolaan sumber daya manusia sangat diperlukan untuk efektifitas sumber daya manusia dalam suatu organisasi. Tujuan dari hal tersebut adalah untuk memberikan kepada organisasi satuan kerja yang efektif untuk mencapai tujuan dan studi tentang manajemen perusahaan. Salah satu aktivitas dalam pengelolaan SDM adalah rekrutmen dan seleksi. Rekrutmen (penarikan) sumber daya manusia adalah suatu proses pencarian dan pemikatan para calon tenaga kerja (karyawan) yang mempunyai kemampuan sesuai dengan rencana kebutuhan suatu organisasi.

Produksi

Produksi adalah segala kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa, yaitu kegiatan yang dibutuhkan faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi berupa tanah, modal, tenaga kerja, dan skill (*Organization, managerial, dan technical skills*). Produksi berkaitan dengan cara bagaimana sumber daya (masukan) dipergunakan untuk menghasilkan produk-produk perusahaan secara efisien

Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Pengertian UMKM

Pengertian UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Kriteria UMKM

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

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil memiliki kriteria sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
- c. Usaha Menengah, memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar.

Selain itu kelompok ini juga terbukti tahan akan berbagai guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):

- a. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar(UB).

Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga negaranegara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik (PD) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.

Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah

Karakteristik UMKM adalah ciri khusus dari UMKM. Ciri khusus yang dimiliki UMKM ada dua macam yaitu karakter positif dan karakter negatif. Karakter positif meliputi:

- a. Tahan dalam menghadapi persoalan, yang artinya para pelaku tidak akan menyerah walaupun mengalami persoalan yang berat,
- b. Fleksibel, artinya setiap ada perubahan dengan mudah mereka menyesuakannya,
- c. Mandiri, tidak tergantung pada pemerintah maupun pihak lain,
- d. Efisien atau hemat karena diusahakan sendiri dengan baik dengan anggota keluarga,
- e. Keuangannya lebih mandiri karena dapat mencukupi kebutuhan keuangannya.

Karakter negatif meliputi:

- a. Informal, kesulitan dalam kerja sama dengan pihak lain,
- b. Skala ekonomi yang rendah sulit untuk berkembang, karena sumber daya yang terbatas,
- c. Tidak ada standar atau Standard Operasional Prosedure (SOP),
- d. Belum menerapkan prinsip-prinsip manajemen,
- e. Tidak disiapkan untuk menjadi besar.

Penelitian terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji tentang Optimalisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus UMKM Karya Salungka Bima Desa Bolo Kecamatan Woha) dalam berbagai karya baik dalam bentuk buku maupun jurnal, serta beberapa penelitian yang masih memiliki kaitannya dengan tema penelitian ini.

1. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dengan Basis Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Malang. penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum permasalahan UKM di Kabupaten Malang terkait dengan permodalan, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia yang lemah. Membahas terkait pengembangan usaha kecil dan menengah dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dalam segi aspek yang dibahas yaitu tentang permasalahan dan upaya pemecahan permasalahan. Fokus penelitian dalam penelitian terdahulu yaitu seluruh UKM di Kabupaten Malang, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu berfokus hanya pada UMKM Salungka di Kabupaten Bima.
2. Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja tetapi juga harus didukung semua stakeholder. Dukungan di harapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di Kabupaten/Kota DIY. Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk perkembangan UMKM. Pengembangan UMKM di DIY merupakan percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilitasi. Membahas terkait strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian terdahulu menggunakan 40 objek pedagang klithikan di DIY, Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berobjek pada SalungkaBima Woha, pembahasannya mengenai strategi berdasarkan optimalisasi dan pengembangan usaha.
3. Strategi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) untuk meningkatkan citra kota Malang sebagai destinasi wisata kuliner. faktor penghambat yang mempengaruhi strategi pengembangan UKM berbasis kuliner yaitu permodalan, bahan baku, peralatan, sumberdaya manusia dan lahan. Faktor pendukungnya yaitu pereijinan, pemasaran dan paguyuban. Kedua strategi pengembangan UKM ini yaitu pelatihan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan dan pengembangan promosi. Ketiga, persepsi wisatawan terhadap produk yang dihasilkan dipengaruhi oleh kemasan produk dan inovasi produk. Terkait dengan pembahasan strategi pengembangan, jenis penelitian yaitu kualitatif, membahas juga tentang faktor pendukung dan penghambat. Pada penelitian terdahulu membahas tentang peningkatan citra kota Malang sebagai destinasi wisata, serta UKM yang dibahas yaitu kuliner di Kota Malang. Sedangkan

penelitian yang akan dilakukan membahas juga tentang optimalisasi untuk meningkatkan perekonomian, serta yang dibahas adalah UMKM Salungka Bima di Desa Trenggaleng Kecamatan.

4. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Program *Corporate Social Responsibility* Memasuki Pasar Bebas. Pengembangan ekonomi dilakukan dengan kemitraan kelompok UMKM dengan BUMN melalui *corporate social responsibility*. Terkait dengan pembahasan strategi pengembangan UMKM yang akan meningkatkan perekonomian dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Serta metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan aspek clustering, jaringan dan kelembagaan melalui CSR, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai strategi pengembangan sebagai bentuk optimalisasi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif, bertujuan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang dapat diamati. Penelitian deskriptif digunakan untuk memahami kondisi atau fenomena manusia dan mendukung teori yang ada. Lokasi penelitian ini adalah Desa Bolo, Kecamatan Woha, Kabupaten Bima, tepatnya di Karya Salungka Bima, pelopor industri Salungka di Woha. Pada tahun 1970-an, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro serta Perdagangan mengadakan pelatihan Salungka di Woha yang diikuti dengan berdirinya industri kerajinan Salungka oleh Bapak H. Soekono, yang dinamakan Salungka Bima.

Data penelitian ini terbagi menjadi dua: sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui wawancara dan observasi, terutama dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro serta Perdagangan, dan Karya Salungka Bima. Sumber data sekunder diperoleh dari data yang sudah ada, seperti dari website Kementerian Koperasi dan UKM serta Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dan Perdagangan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut Miles dan Huberman, analisis data selama pengumpulan data melibatkan proses berulang antara pemikiran tentang data yang ada dan pengembangan strategi untuk pengumpulan data baru. Tiga tahapan analisis data menurut Miles dan Huberman adalah reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

PEMBAHASAN

Faktor Pendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah Salungka Bima Dalam Meningkatkan Perekonomian Sejarah Salungka Woha

Salungka Bima pertama kali muncul pada tahun 1900-an dengan motif klasik yang digunakan sebagai sewek atau jarik. Kabupaten Bima memiliki Salungka khas dengan motif utama bunga cengkeh, dipilih karena masyarakat Woha pada zaman dahulu menyukai motif ini. Makna filosofis dari motif Salungka Woha meliputi kedamaian (tantrum cengkeh), tanggung jawab (parang cengkeh), kejujuran (manggis), kepercayaan religi (turonggo yakso), hasil bumi (ungker padi), bahan dasar makanan khas (dele kutah), dan kesabaran (durian).

Salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan perekonomian adalah sejarah Salungka Woha itu sendiri. Sejarah ini menarik minat pembeli dan menambah nilai jual Salungka Woha. Misalnya, cerita di balik motif Salungka dapat meningkatkan harga jual

hingga dua kali lipat dari harga biasa. Menurut teori Dedeh dan Ruth dalam buku *Pemberdayaan Masyarakat*, pertumbuhan ekonomi kreatif adalah peluang untuk meningkatkan nilai jual keberagaman budaya. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa produk Salungka unggulan harus diberdayakan dengan basis budaya lokal untuk mencapai karakteristik produk yang tajam dan memenuhi selera konsumen.

Dukungan dari Pemerintah Kabupaten

Selain sejarahnya, dukungan dari pemerintah juga sangat membantu dalam melestarikan dan mengembangkan Salungka tulis. Pemerintah Kabupaten Bima telah memberikan pembinaan dan pengembangan usaha sejak awal hingga sekarang. Ini dibuktikan dengan adanya diversifikasi produk dan peningkatan akses permodalan yang lebih mudah dan cepat. Pemerintah Kabupaten Bima juga membantu mempromosikan Salungka melalui pameran di tingkat kota, regional, dan nasional, serta membangun kemitraan usaha dengan pelaku usaha besar melalui kegiatan B2B. Namun, saat ini anggaran untuk usaha tersebut dialihkan untuk dana penanganan Covid-19, karena pesanan Salungka sebagian besar berasal dari dinas-dinas.

Teori yang dikemukakan oleh Sri dkk dalam bukunya *Strategi Pemberdayaan Masyarakat* menyatakan bahwa peningkatan perekonomian masyarakat tidak lepas dari peran pemerintah dalam memberdayakan UMKM. Penelitian oleh Alyas dan Muhammad Rakib juga menunjukkan bahwa modal didapat dari pemerintah, yang ikut bertanggung jawab dalam keberlangsungan UMKM. Selain itu, penelitian oleh Akbar dkk menunjukkan bahwa dukungan dari pemerintah, baik pusat maupun daerah, berupa program bantuan dan pelatihan sangat penting. Nanang juga menyatakan bahwa pemerintah dapat membantu mengembangkan UMKM secara kelembagaan.

Pakem dan Kualitas

Faktor pendukung lainnya adalah konsistensi pakem dan kualitas yang baik. Konsistensi dalam pembuatan Salungka dapat menarik pelanggan untuk tetap berlangganan meskipun ada banyak pesaing baru. Pertahanan dan peningkatan kualitas akan membuat pelanggan tidak ragu untuk membeli Salungka Bima. Teori yang dikemukakan oleh Cannon dkk dalam bukunya *Pemasaran Dasar* menyatakan bahwa kualitas produk ditentukan oleh cara pelanggan memandang produk tersebut. Dari sudut pandang pemasaran, kualitas berarti kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Edy juga menunjukkan bahwa pengembangan UMKM meliputi diferensiasi dan pengembangan produk yang berorientasi pada kualitas.

Faktor Penghambat Usaha Mikro Kecil dan Menengah Salungka Bima Dalam Meningkatkan Perekonomian

Persaingan dengan Salungka Cap dan Printing

Salah satu penghambat optimalisasi ini adalah persaingan dengan Salungka cap dan printing, dimana sebagian orang cenderung memilih Salungka cap dan printing karena harganya lebih murah daripada Salungka asli. Harga yang berbeda ini disebabkan oleh tenaga dan proses produksi Salungka yang memerlukan waktu lebih lama untuk pola yang rumit, sehingga harganya lebih mahal. Teori yang dikemukakan oleh Zuriani dalam bukunya *Manajemen Strategi* menyatakan bahwa persaingan dalam konteks pemasaran adalah bagaimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu menunjukkan keunggulannya masing-masing untuk meraih pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh

Sri juga menunjukkan bahwa banyaknya jumlah UMKM akan meningkatkan persaingan dalam usaha.

Adanya Pandemi Virus Covid-19

Faktor penghambat lainnya adalah pandemi Covid-19 yang melumpuhkan perekonomian masyarakat. Pandemi ini menyebabkan penurunan penjualan sekitar 50% karena anggaran dinas yang biasanya digunakan untuk pesanan dialihkan ke penanganan Covid-19. Selain itu, jumlah wisatawan dari luar daerah berkurang, sehingga penjualan menurun.

Menurut Siti Nurhayati, penyebaran virus corona berdampak pada sektor investasi, perdagangan, serta UMKM karena wisatawan yang datang ke suatu destinasi biasanya akan membeli oleh-oleh. Jika jumlah wisatawan berkurang, omset UMKM juga akan menurun. Penelitian oleh Nanang juga menunjukkan bahwa pasca bencana Lapindo, keberadaan UKM mengalami penurunan omset penjualan hingga 70% karena penurunan jumlah pembeli produk kerajinan.

Sumber Daya Manusia

Selain faktor di atas, sumber daya manusia juga menjadi hambatan dalam proses optimalisasi. Masyarakat cenderung memilih pakaian yang lebih modern daripada Salungka, sehingga pengguna dan pembuat Salungka semakin berkurang. Generasi muda juga kurang melestarikan budaya memSalungka dan cenderung mengabaikannya.

Menurut Machfud, sumber daya manusia merupakan pengorbanan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, sehingga keterlibatan dalam proses optimalisasi sangat dibutuhkan. Penelitian oleh Sulistyو menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usaha, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang secara optimal.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan terkait dengan judul optimalisasi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat (studi kasus UMKM Karya Salungka Bima Desa Bolo Kecamatan Woha) memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan UMKM Salungka Bima sebagai bentuk optimalisasi dalam meningkatkan perekonomian yaitu dengan:
 - a. pemanfaatan biaya yang dilakukan adalah dengan membatasi produksi dengan membelanjakan sesuai kebutuhan. Pemanfaat ini bertujuan untuk menyeimbangkan antara produksi dan distribusi selain itu, jam masuk dan jumlah kain yang diberikan untuk pemSalungka juga dibatasi untuk tetap berproduksi di masa pandemi.
 - b. pengambilan keputusan, dalam menentukan harga produk harus dilihat dari berbagai aspek, contohnya tenaga prosesnya, bahan yang digunakan, dan motifnya. Selanjutnya pengambilan keputusan mengenai gaji untuk karyawan tetap dan karyawan *freelance*, system gaji yang diberikan berbeda agar lebih efektif. Lalu pengambilan keputusan tentang pemasaran. Pemasaran yang dilakukan Salungka Bima yaitu dengan promosi dan distribusi untuk menjangkau konsumen.
 - c. pemberdayaan sumber daya manusia, dilakukan dengan proses rekrutmen karyawan dengan mengutamakan warga masyarakat sekitar, dan pemberdayaan

melalui pelatihan dan sosialisasi hal ini dilakukan untuk mengasah bakat dan kemampuan yang dimiliki.

2. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam meningkatkan perekonomian yaitu
 1. faktor pendukung meliputi: (1) sejarah Salungka Woha, (2) dukungan dari pemerintah kabupaten (3) pakem dan kualitas.
 2. faktor penghambat meliputi: (1) persaingan dengan Salungka cap dan printing, (2) adanya pandemi virus covid 19, (3) sumber daya manusia.

SARAN

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bisa terus mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah supaya lebih berkembang dengan baik lagi sehingga berimbas kepada perekonomian masyarakat yang semakin meningkat dan mengembangkan usahanya sehingga bisa terus berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Desa Bolo.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. 2018. *Liberalisasi Rekrutmen Sumber Daya Manusia Perbankan Syariah*. Pamekasan: Duta Media Publishing
- Agusetyaningrum, Verniaputri dkk. 2016. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol 38, No 2
- Ali, Muhammad Aidi. 2016. *Analisis Optimalisasi Pelayanan Konsumen Berdasarkan Teori Antrian Pada Kaltimgps.com di Samarinda*. eJournal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol 2 Nomor 3
- Alyas dan Muhammad Rakib. 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyata*. Jurnal Sosiohumaniora. Volume 19 No 2
- Ambar Wahyu Kristianingrum, (2020) *Optimalisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus Umkm Griya Bati K Tulis Rahayu Desa Sumbergedong Kecamatan Trenggalek)*.; <http://repo.uinsatu.ac.id/19252/>
- Andayani, Sri dan Nekky Rahmiyati. 2020. *Stratgei Optimalisasi Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Ponorogo*. Jurnal Of Business and Economics Research (JBE). Vol. 1 No. 2
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak
- Anzizhan, Syafaruddin. *Sistem Pengambilan Keputusan Pendidikan*. Jakarta: PT Grasindo
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantage*. Jakarta: Rajawali Pers
- Cannon, Joseph. P. dkk. 2008. *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat
- Darmanto dkk. 2018. *Kiat Percepatan Kinerja UMKM dengan Model Strategi Orientasi Berbasis Lingkungan*. Yogyakarta: CV BudiUtama
- David, Fred R. 2011. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat
- Departemen Agama RI. 1971. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: Al Karim Raja Fath
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Ekawarna. 2010. *Manajemen Badan Usaha dan Koperasi*. Jakarta: Gaung Persada
- Fahmi, Irham. 2014. *Kewirausahaan: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta

- Handini, Sri dkk. 2019. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Surabaya: Scopindo
- Haryanti, Dewi Meisari dan Isnati Hidayah. <https://www.ukmindonesia.id/bacaartikel/62>. diakses pada 31 Agustus 2019 pukul 20.36
- Haryanto, Nanang. 2016. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Program Corporate Social Responsibility Memasuki Pasar Bebas*. Jurnal Jejaring Administrasi Publik. Vol 8 No 1
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo
- Idris, Amiruddin. 2016. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*. Jakarta: GP. Press
- Khamarullah, Akbar dkk. *Strategi Dan Dampak Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Berbasis Minapolitan (Studi pada Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Banyuwangi)*. Jurnal Administrasi Publik (JAP). Vol. 2 No. 5
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran: Edisi 12 Jilid I*. Jakarta: PT Indeks
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global, trj. Haris Munandar*. Jakarta: Kencana Media Group
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Maryani, Dedeh dan Ruth Roselin E. Nainggolan. 2019. *Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Nurhayati, Siti. 2020. *Merdeka Berpikir*. Surabaya: Unitomo Pers
- Oentoro, Jimmy B. 2001. *Indonesia Satu, Indonesia Beda*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Poetri, Anatatsa Dai dan Yulia Nurendah. 2018. *injauan Atas Perencanaan Pengembangan Bisnis Jasa Pada The Mirah Hotel Bogor*. Artikel.
- Poniman, Farid dan Yayan Hdiyati. 2015. *Manajemen HR STIFIn Terobosan untuk Mendongkrak Produktivitas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rotonga, Zuriyani. 2020. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020
- Salusu, J. 2015. *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: PT Grasindo
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung: Refrika Aditama
- Sidik, Machfud. 2001. *Optimalisasi Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah*. Artikel
- Siringoringo, Hotniar. 2005. *Pemograman Linear: Seri Teknik Riset Operasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suandi, Edy dan Y. Sri Susilo. 2011. *Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Vol 12 No 1
- Subagiyo, Rokhmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Alim's Publishing
- Subandi. 2014. *Ekonomi Pembangunan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiarto, Eko. 2015. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media

Economics Science and Administration

Vol. 1, No. 2, Juli 2024

p-ISSN : e-3063-1351

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sukandarrumidi. 2006. *Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Sukardi. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sulisyto. 2010. *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dengan Basis Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Malang*. Jurnal Ekonomi Modernisasi. Vol 6, No 1
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES
- Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metodologi Penelitian I*. Yogyakarta: Teras
- Widaningsih dan Ariyanti. 2018. *Aspek Hukum Kewirausahaan*. Malang: Polinema Press
- Winardi. 1996. *Pengantar Manajemen Penjualan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Wuisang, Jerry RH dkk. 2019. *Konsep Kewirausahaan dan UMKM*. Sulawesi Utara: Yayasan Makaria Waya
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset