

STRATEGI PEMBERDAYAAN UMKM PADA DINAS KEPERASI DAN UMKM KOTA SURABAYA

Penulis 1 Ijazah Putri Pratiwi, penulis 2 Drs. Bagoes Soenarjanto, M.Si, penulis 3 Dr.
Djoko Widodo, MS

E-mail: putripratiwi507@gamil.com

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstract

Seeing the number of MSMEs in Surabaya, the Department of Cooperatives and MSMEs in the city of Surabaya must think about the progress of businesses, so empowerment needs to be set in the right strategy for the many problems faced by MSMEs ranging from product marketing to capital. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in East Java play a very important role and become the basis of popular economic development. This condition is demonstrated by the number of MSMEs in East Java as much as 9,772,262, with the number of Micro, Small and Medium Enterprises can be a potential as well as a threat to the economy of East Java. It is said so because the development of Micro, Small and Medium Enterprises will affect the economy of East Java and the welfare of the community and business people. The purpose of this study was to find out how the strategy of empowering Micro, Small and Medium Enterprises by the Surabaya City Cooperative and UMKM Office. According to Economic sources that the number of Micro, Small and Medium Enterprises in Surabaya there are 385,054 MSMEs. The research method used is descriptive qualitative which provides an objectively accurate description or explanation related to the actual state of the object under study. Data collection instruments are interviews and observation at the location and also based on documents / notes / reports and legislation relating to the problem under study.

Keywords: *empowerment, strategy, UMKM*

Abstrak

Melihat banyaknya UMKM yang ada di Surabaya Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya harus memikirkan kemajuan para pelaku usaha maka dalam pemberdayaan perlu ditetapkan strategi yang tepat untuk masalah yang banyak dihadapi oleh para UMKM mulai dari pemasaran produk sampai permodalan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur memegang peran yang sangat penting dan menjadi basis pembangunan ekonomi kerakyatan. Kondisi ini ditunjukkan dengan jumlah UMKM di Jawa Timur sebanyak 9.782.262, dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tersebut dapat menjadi potensi sekaligus ancaman bagi perekonomian Jawa Timur. Dikatakan demikian karena berkembang atau tidaknya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tersebut akan berdampak pada perekonomian Jawa Timur dan kesejahteraan masyarakat dan para pelaku usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya. Menurut sumber Ekonomi bahwa Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Kota Surabaya terdapat 385.054 UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu memberikan gambaran atau penjelasan yang tepat secara objektif terkait keadaan yang sebenarnya dari obyek yang diteliti. Instrumen pengumpulan data adalah wawancara dan observasi pada lokasi dan juga berdasarkan dokumen/catatan/laporan dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Kata kunci : Pemberdayaan, Strategi, UMKM,

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam perekonomian suatu negara sangatlah penting. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melambangkan kekuatan pembangunan ekonomi sebuah negara. Pentingnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagian besar berkaitan dengan meningkatnya ekonomi pembangunan. Kehadiran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat

merangsang inisiatif, inovasi dan semangat berwirausaha secara keseluruhan. (Indriany Ameka, 2014). unit-unit usaha tradisional yang di satu sisi dapat dibangun dan beroperasi hanya dengan modal kerja dan tanpa perlu menerapkan sistem organisasi dan modern. (Rachmawan Budiarto, 2015) Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan semakin penting di Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur memegang peran yang sangat penting dan menjadi basis pembangunan ekonomi kerakyatan. Kondisi ini ditunjukkan dengan jumlah UMKM di Jawa Timur sebanyak 9.782.262, dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tersebut dapat menjadi potensi sekaligus ancaman bagi perekonomian Jawa Timur.

Dikatakan demikian karena berkembang atau tidaknya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tersebut akan berdampak pada perekonomian Jawa Timur dan kesejahteraan masyarakat dan para pelaku usaha. (Dinas Koperasi dan UMKM JATIM, 2020).

Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di Surabaya mencapai 385.054 UMKM dengan dilandasi oleh kebijakan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah antara lain dimuat dalam UU No 20 Tahun 2008 Tentang UMKM; dan perpres No. 5/2010 tentang RPJMN 2010-2014. Dalam UU No. 20/2008 disebutkan antara lain prinsip-prinsip dan tujuan pemberdayaan UMKM. Prinsip pemberdayaan UMKM meliputi :

1. perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan;
2. penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan usaha mikro, kecil, dan menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
3. pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;

4. peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ;
5. penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian secara terpadu

Permasalahan yang dihadapkan para pelaku UMKM mengenai berbagai persoalan yang sangat mendasar mulai dari

- (1) kurangnya aset keuangan,
- (2) sempitnya pemasaran,
- (3) kurangnya manajemen mutu,
- (4) daya beli yang terbatas.

Tujuan dari penelitian ini yakni mengetahui bagaimana dinas koperasi dan UMKM kota surabaya dalam hal pemberdayaan untuk para pelaku UMKM yang sudah tersebar di surabaya. Dan pada akhir penelitian nantinya peneliti membuktikan apakah program yang sudah ada bagi para UMKM sudah terlaksana dengan merata atau masih belum.

formulasi strategi harus memerlukan hasil analisis lingkungan dimana proses analisis sebagai cara untuk memahami seluruh informasi yang terdapat pada suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi, dan memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan untuk segera memecahkan masalah.

Menurut Certo dan Peter, proses formulasi strategi dimulai dengan beberapa pertanyaan mendasar yang harus terjawab terlebih dahulu oleh manajemen perusahaan. Dalam proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi pasti mengetahui bahwa analisis "SWOT merupakan identifikasi beberapa faktor secara sistematis untuk

Analisi SWOT yang mana untuk identifikasi beberapa faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Kinerja organisasi dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT merupakan singkatan dari lingkungan *Internal Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses*

(kelemahan) serta lingkungan eksternal *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (Ancaman), (Freddy Rangkuti, 2001). Berikut penjelasan dari masing-masing unsur tersebut:

Pertama, Isu *Strengths* (kekuatan) Merupakan apa saja kelebihan yang dimiliki pada saat menganalisis pekerjaan yang sudah atau yang akan dilakukan oleh organisasi sehingga dapat mengetahui semua kelebihan untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut. (Rangkuti, 2015)

Kedua, Isu *Weaknesses* (kelemahan) Merupakan faktor lingkungan yang dapat mengarahkan kegiatan organisasi kearah yang lebih baik dan mengetahui apa saja yang harus diperbaiki serta keahlian apa saja yang harus ditingkatkan dalam organisasi tersebut, dan apa masalah yang sering dihadapi yang belum dapat diselesaikan (Rangkuti, 2015)

Ketiga, Isu *Opportunities* (peluang) Amirullah , (2015) mengatakan bahwa faktor lingkungan yang positif yang dapat dan mampu mengarahkan kegiatan organisasi kearahnya. Misalnya kebutuhan lingkungan sesuai dengan tujuan organisasi masyarakat yang membutuhkan perubahan, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap organisasi yang baik, belum adanya organisasi lain yang melihat peluang tersebut, banyaknya pemberi dana yang berkaitan dengan isu yang dibawah oleh organisasi dan lainnya.

Keempat, Isu *Threats* (Ancaman) Merupakan faktor lingkungan luar yang mampu menghambat pergerakan organisasi. Misalnya masyarakat sedang dalam kondisi apatis dan pesimis terhadap organisasi tersebut, kegiatan organisasi seperti itu lagi banyak dilakukan oleh organisasi lainnya sehingga adanya banyak pesaing. (Amirullah, 2015) Faktor kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada suatu organisasi, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi.

Metode Penelitian

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kualitatif deskriptif. Tipe penelitian penulisan ini adalah menggunakan Deskriptif Kualitatif. Menurut Creswell (2008) penelitian kualitatif yaitu mendefinisikan sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum agar luas. Metode kualitatif memperlakukan partisipan benar-benar sebagai subyek dan bukan obyek. Disinilah partisipan menemukan dirinya sebagai yang berharga, karena informasinya sangat bermanfaat. Metode penelitian ini memberikan ruang yang sangat besar kepada partisipan. Mereka terhindar dari pengobjektifikasian oleh peneliti yang hanya menjawab pertanyaan yang sudah disiapkan dan memilih jawaban yang sudah tersedia.

Metode Deskriptif adalah metode yang dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fakta-fakta mengenai populasi secara sistematis dan akurat. Dalam metode deskriptif fakta-fakta hasil penelitian disajikan dengan apa adanya. Bayu Dardias Kurniadi, (2011) alasan penelitian menggunakan metode ini dikarenakan penulis akan mencoba mengumpulkan dan menjelaskan analisis data yang didapatkan. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah para pelaku UMKM yang berada di kota surabaya.

Sumber data dalam penelitian ini adalah

1. Data Primer adalah data yang bentuk variabel atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Data primer juga disebut sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date. (Sandu Suyoto, 2015)

2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, dan lain-lain), foto-foto, film, rekaman, video, benda-benda, dan lainnya yang dapat memperkaya data primer. Data sekunder ini diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder juga dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. (Sandu Suyoto, 2015)

Teknik yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu dengan pengumpulan data dalam penelitian Data diperoleh dari wawancara, dokumentasi

- 1) Wawancara Dalam hal ini maka mula-mula menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu per satu diperdalam dalam mengorek keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh bisa meliputi semua variabel, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam, Sandu Suyoto, (2015). Penulis melakukan wawancara dengan pihak Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya mengenai bagaimana strategi pemberdayaan UMKM yang ada di Kota Surabaya.
- 2) Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah. Dibandingkan dengan teknik lain maka teknik ini agak tidak begitu sulit, dalam artian apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap belum berubah, Sandu Suyoto, (2015) . Dalam penelitian ini digunakan untuk mencari data-data yang dibutuhkan yang berhubungan dengan karyawan dengan melihat dokumen-dokumen serta catatan mengenai strategi pemberdayaan UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya

Hasil Dan Pembahasan

Surabaya adalah pusat kegiatan perekonomian, dengan perdagangan sebagai aktivitas utamanya, predikat kota perdagangan sudah tersemat sejak dulu. Letaknya yang strategis, di pesisir utara Pulau Jawa,

membuatnya berkembang menjadi pelabuhan penting bagi kerajaan Majapahit pada abad ke 14. Pada masa kolonial Belanda pada abad ke 19 memosisikannya sebagai pelabuhan utama yang berperan menjadi pusat pengumpulan terakhir pengumpulan hasil produksi perkebunan di ujung Timur Pulau Jawa yang ada di daerah pedalaman untuk diekspor ke Eropa. Kini Surabaya adalah kota terbesar nomor dua di Indonesia timur

Fasilitas pendukung terus dibangun untuk mendukung laju perekonomian di era globalisasi yang tanpa batas pada dasarnya menjanjikan peluang besar bagi Kota Pahlawan. Untuk itu Surabaya terus mengembangkan kerjasama dengan Kota lain, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Posisi Surabaya sebagai pusat aktivitas ekonomi membuatnya menjadi primadona. Pesona menjanjikan peluang menjadi kota berpenduduk hampir 3 juta jiwa ini menjadi magnet bagi orang dari berbagai daerah untuk mengadu peruntungan. Akibatnya, persaingan berebut peluang menjadi semakin ketat.

Tantangan mulai timbul bagi kota Surabaya dalam menyediakan kesempatan lebih bagi warganya untuk mengembangkan diri di tengah persaingan dalam merespon tantangan tersebut segenap langkah dipikirkan di balik laju perkembangan ekonomi kota yang begitu pesat.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara terhadap Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Surabaya serta wawancara melalui daring dengan para pelaku UKM menggunakan analisis SWOT maka strategi pemberdayaan UMKM pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Surabaya antara lain melihat dari faktor kunci keberhasilan dalam strategi pemberdayaan di atas dapat dijabarkan sebagai berikut:

Pertama, Kembangkan pelatihan maupun diklat mengenai bagaimana pemasaran melalui digital. Pemasaran melalui digital maupun online saat ini semakin pesat perkembangannya oleh karena itu para pelaku UKM harus menerima pelatihan berupa pembekalan ilmu mengenai pemasaran melalui

digital tersebut secara mendalam untuk memudahkan para pelaku UKM memasarkan produknya karena minat para konsumen yaitu berbelanja secara online menurut mereka yang beraktivitas padat itu sangat membantu mereka untuk membeli sesuatu.

Kedua, Tingkatkan Permodalan Usaha permodalan sangatlah penting bagi para pelaku usaha yang ingin usahanya semakin besar oleh karena dinas harus memfasilitasi akses permodalan dalam pengembangan UKM seperti memfasilitasi untuk bekerjasama dengan lembaga keuangan atau perbankan karena sampai saat ini masih banyak UKM yang menjalankan usahanya dengan uang pribadi.

Ketiga, Tingkatkan pelatihan membuat produksi yang lebih inovasi Dengan meningkatkan produksi yang lebih inovasi maka akan semakin kita bisa bersaing dengan orang-orang dari luar ataupun dari dalam dan karena dengan adanya pasar bebas maka semakin banyak pesaing tidak hanya dari luar dari dalam pun makin banyak maka dari itu para pelaku produksi tas harus memberikan inovasi

Keempat, kembangkan minat usaha mengikuti bazar seperti yang sudah diketahui bahwa pelaksanaan program pemberdayaan yang sudah dilakukan oleh Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Surabaya yaitu dengan mengadakan bazar bagi para pelaku usaha untuk memberi tahu kepada banyak konsumen bahwa produk yang dimiliki sangat bagus dan dapat bersaing dengan produk luar maka dari itu diharapkan para pelaku usaha memiliki minat untuk mengikuti bazar

Pelaksanaan program yang sudah di jalankan oleh Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Surabaya yaitu dengan mengadakan pelatihan maupun diklat dengan mengajarkan para pelaku usaha untuk membuat kemasan yang lebih menarik, cara pemasaran melalui online, memfoto produk sehingga terlihat menarik dan bagus untuk di unggah di sosial media, membuat

inovasi baru dari produk yang biasa saja hingga menjadi produk yang kekinian yang diminati konsumen.

Dengan memeberikan saran prasarana berupa sentra maupun tempat dimana para pelaku UKM produksi tas bisa menjual hasil produksinya karena dalam hal ini masih belum ada bantuan berupa tempat yang strategis bagi para produksi tas mendapatkan hal seperti itu yang saya lihat hanya para pelaku usaha kuliner saja yang mendapatkan sentra seperti wisata kuliner padahal para pelaku produksi tas ini sudah banyak tersebar di surabaya dan mereka hanya menjual hasil produksinya dengan menitipkan ke pasar seperti PGS yang ada di surabaya, maka dari itu perlunya pemberian sentra yang strategis untuk para pelaku usaha.

Kesimpulan

Berdasarkan data dan analisi pada bab sebelumnya maka penulis dapat menarik kesimpulan berupa strategi pemberdayaan UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya. Maka strategi yang tepat antara lain: kembangkan pelatihan maupun diklat dalam hal pemasaran melalui digital, tingkatkan akses permodalan, tingkatkan pelatihan membuat produksi yang lebih inovasi, kembangkan minat usaha mengikuti bazar

Rekomendasi

Berdasarkan pengamatan yang secara langsung dilakukan oleh peneliti maka penulis dapat memberikan saran yang mungkin berguna bagi Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Surabaya dalam pemberdayaan UMKM yaitu

1. mengembangkan pelatihan maupun diklat dalam hal pemasaran melalui digital
2. meningkatkan akses permodalan
3. Tingkatkan pelatihan membuat produksi yang lebih inovasi
4. kembangkan minat usaha mengikuti bazar

Daftar Pustaka

- Sandu Suyoto. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- (2020, Maret 10). Retrieved from Dinas Koperasi dan UMKM JATIM:
<http://diskopukm.jatimprov.go.id/>
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bayu Dardias Kurniadi. (2011). *Praktek Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: PolGov.
- Freddy Rangkuti. (2001). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama .
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT Analysis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.