

**STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UMKM DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI KOTA TARUTUNG TAPANULI UTARA**

**Gress Sanita Dewi H. Purba<sup>1</sup>, L. Degodona Primawati<sup>2</sup>, Jonson Rajagukguk<sup>3</sup>**

Universitas HKBP Nommensen Medan

Email Korespondensi: gress.purba@student.uhn.ac.id

Email: laurencia.degodona@uhn.ac.id; jonson.rajagukguk@uhn.ac.id

**ABSTRACT**

This study aims to determine the strategy of the Cooperative and UMKM Service in the Development of UMKM in Tarutung City as many as 70,391 UMKM consisting of various types of UMKM businesses, namely industrial and UMKM types, trade types of North Tapanuli Regency, UMKM in the agricultural sector, UMKM in the health sector and MMKM in other fields. This type of research is qualitative descriptive, the informants of this study consist of key informants, main informants, additional informants, the types of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques are by interview and documentation. The data analysis method used is data reduction, data presentation and drawing and drawing conclusions in smaller units, looking for patterns and similar themes. The results of this study indicate that the strategies implemented by the Tarutung City Cooperative and UMKM Service to develop UMKM are by promoting products, empowerment strategies implemented for UMKM by developing entrepreneurship and competitive advantages, protection strategies implemented for UMKM by facilitating UMKM actors and providing capital assistance. The results of the Strategy of the Tarutung City Cooperative and UMKM Service in developing UMKM are increasing turnover, increasing human resource capabilities for UMKM actors and helping UMKM in developing their businesses by providing capital assistance.

**Keywords:** Strategy of the Cooperative and UMKM Service, UMKM Development

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Dinas koperasi dan UMKM dalam Pengembangan UMKM Kota Tarutung sebanyak 70.391 UMKM yang terdiri dari berbagai jenis usaha UMKM yaitu UMKM jenis perindustrian dan UMKM , jenis perdagangan Kabupaten Tapanuli Utara, UMKM bidang pertanian UMKM bidang kesehatan Dan MMKM bidang lainnya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif informan penelitian ini terdiri dari informan kunci ,informan utama,informan tambahan jenis data yang di gunakan adalah data primer dan data skunder . Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah reduksi data , penyajian data dan penarikan dan penarikan kesimpulan dalam unit-unit yang lebih kecil, mencari pola dan tema- tema yang sama. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi-strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tarutung untuk mengembangkan UMKM dengan melakukan promosi produk , strategi pemberdayaan yang dilaksanakan bagi UMKM dengan melakukan pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif, strategi perlindungan yang dilaksanakan bagi UMKM dengan memfasilitas pelaku UMKM dan memberikan bantuan modal .hasil dari Strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tarutung dalam pengembangan UMKM adalah naiknya omzet ,meningkatnya kemampuan sumberdaya manusia bagi pelaku UMKM serta membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya dengan memberikan bantuan modal.

**Kata kunci:** Strategi Dinas Koperasi dan UMKM, Pengembangan UMKM.

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id](mailto:redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id)

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian suatu Negara maupun daerah, begitu juga dengan Negara Indonesia . UMKM ini sangat memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat. UMKM ini juga membantu Negara atau pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UMKM juga banyak tercipta di unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga – tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga . selain dari itu UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas yang besar . UMKM ini perlu perhatian yang khusus dan didukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, jaringan pasar.

Kota Tarutung, yang kaya akan warisan budaya dan tradisi, memiliki potensi besar dalam industri tenun dan kain tradisional. Namun, pengembangan UMKM di sektor ini menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutannya. Salah satu masalah utama adalah kurangnya promosi dan akses pasar. Produk tenun dan kain tradisional dari Tarutung masih kurang dikenal di luar daerah. Minimnya strategi pemasaran, termasuk partisipasi dalam pameran besar atau platform online, membuat para pengrajin sulit bersaing dengan produk dari daerah lain maupun dengan kain modern. Akibatnya, pasar mereka tetap terbatas pada skala lokal.

Selain itu, banyak pengrajin yang kesulitan mendapatkan modal usaha. Persyaratan pinjaman dari lembaga keuangan sering kali sulit dipenuhi oleh pelaku UMKM, sementara informasi tentang hibah atau pinjaman lunak belum sepenuhnya menjangkau masyarakat. Keterbatasan ini berdampak pada kapasitas produksi yang stagnan, sehingga para pengrajin tidak dapat memenuhi permintaan yang lebih besar atau berinovasi dalam desain.

Di sisi lain, pengrajin tenun tradisional juga menghadapi masalah dalam hal pengembangan sumber daya manusia. Keterampilan yang dimiliki cenderung bersifat turun-temurun dan tradisional, sementara pelatihan untuk meningkatkan kualitas produk atau pengelolaan bisnis jarang tersedia. Kurangnya pelatihan tentang teknik produksi modern, desain kontemporer, dan pemasaran digital membuat produk-produk mereka sulit bersaing di pasar yang lebih luas.

Masalah inovasi juga menjadi sorotan. Sebagian besar motif dan desain tenun Tarutung masih bertahan pada pola-pola tradisional yang meskipun indah, kurang menarik bagi generasi muda atau pasar global yang menginginkan kombinasi antara tradisi dan modernitas. Ketiadaan kolaborasi dengan desainer atau fasilitator kreatif membuat inovasi dalam produk berjalan lambat. Tidak kalah penting, infrastruktur pendukung juga masih minim. Banyak pengrajin yang menggunakan alat tenun tradisional yang sudah usang, sehingga efisiensi produksi rendah. Selain itu, belum ada sentra industri yang dilengkapi dengan fasilitas lengkap untuk produksi massal, pelatihan, dan pemasaran. Hal ini semakin mempersempit peluang pengembangan sektor tenun tradisional di Tarutung.

Dengan berbagai kendala ini, peran Dinas Koperasi dan UKM menjadi sangat penting. Perlu ada upaya yang lebih terarah untuk membangun ekosistem yang mendukung, termasuk pemberian akses pasar, bantuan modal, peningkatan kapasitas SDM, dan pembangunan infrastruktur. Jika semua ini terwujud, maka potensi besar tenun dan kain tradisional Tarutung tidak hanya dapat dikembangkan, tetapi juga mampu menjadi identitas yang membanggakan bagi daerah.

Dinas koperasi dan UMKM merupakan salah satu lembaga atau instansi pemerintah yang berada disetiap daerah di Indonesia, salah satunya adalah dinas koperasi dan UMKM di kota Tarutung , di mana dinas koperasi dan UMKM ini memiliki tugas melaksanakan sebagai urusan pemerintah yaitu bidang koperasi dan UMKM dan bertanggung jawab dalam hal pembinaan dan pengembangan terhadap koperasi dan UMKM di kota Tarutung. Perkembangan Usaha Mikro, kecil dan menengah di kota tarutung sejak tahun 2019-2021 dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 1: Perkembangan Usaha Mikro, kecil dan menengah di kota tarutung 2019-2021**

Tahun	Jumlah UMKM	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
2019	1,500	1,200	250	50
2020	1,600	1,280	270	50
2021	1800	1,400	320	80

Sumber: Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Tarutung (Pemerintah Daerah)

Dari data di atas UMKM Kota Medan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Dampak dari pertumbuhan yang signifikan adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah semakin meningkatkan pendapatan daerah, membuka lapangan kerja baru. Maka dari itu tugas utama bagi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan untuk melaksanakan tugas desentralisasi di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah. Sebagai konsenkuensinya, Dinas Koperasi dan UMKM melakukan berbagai program-program kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan potensi sektor usaha mikro, kecil dan menengah. Strategi yang diterapkan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan dalam mengembangkan UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM cukup bagus sehingga pengembangan UMKM di setiap sektor dapat berjalan dengan baik. Berdasarkan latar belakang di atas tulisan ini akan menjawab strategi dinas koperasi dan umkm kota tarutung dalam pengembangan umkm kota tarutung.

## METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif Kualitatif. Menurut Sugiyono (2018:9) Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian kualitatif adalah yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan Data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang orang dan pelaku Yang diamati. kualitatif berarti sesuatu yang berkaitan dengan aspek kualitas, nilai Atau makna yang terdapat dibalik fakta. Dengan menggunakan metode penelitian Deskriptif kualitatif penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai Strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam pengembangan UMKM kota Tarutung. Penelitian ini mengambil lokasi di dinas koperasi dan UMKM Hutabarat Jalan Raja Johannes Hutabarat hapaoltahan, kecamatan Tarutung kabupaten Tapanuli Utara, Sumatra Utara.

## PEMBAHASAN

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “strategos” (stratus = militer dan ag = memimpin), yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Menurut KBBI Strategi /stra·te·gi/ /stratégi/ n adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa(-bangsa) untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Pada awalnya konsep strategi di definisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan. Konsep generik ini terutama sesuai dengan perkembangan awal mula penggunaan konsep strategi yang digunakan dalam dunia militer.

Strategi saat ini sudah menjadi perbincangan yang sangat umum dan didefinisikan sedemikian rupa untuk kepentingan perusahaan ataupun organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Makna yang terkandung dalam strategi adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan eksternal pada satu industri. 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-konsep lain yang berkaitan, sangat

menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep –konsep.

1. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
2. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan .

Menurut Iban Sofyan (2015:3) Strategi adalah suatu rencana kegiatan yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena itu dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan maupun diluar perusahaan, tetapi taktik bagaimana perusahaan melaksanakan strategi itu dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, harus dirahasiakan dan tidak semua orang dapat mengetahuinya.

Menurut Mulyadi dan Johny Setyawan (2001:418) strategi adalah pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi organisasi, melalui misi.Strategi membentuk pola pengambilan keputusan dalam mewujudkan visi organisasi. Manajemen strategi menurut Semantik dalam buku Iban Sofyan (2015:4), manajemen strategi mengandung dua arti yang berbeda yaitu kata manajemen dan kata strategi. Manajemen jelas pengertiannya adalah proses menggunakan sumber daya secara efektif, diperlukan mempelajari fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian, ketiga fungsi inilah kunci keberhasilan manajemen. Kata strategi, kedua kata tersebut mempunyai kesamaan, yaitu adanya unsur perencanaan, unsur kecermatan, dan unsur tujuan. Sehingga jika disimpulkan dalam satu pengertian, manajemen strategi adalah merupakan suatu proses pengambilan keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien dalam kondisi lingkungan perusahaan yang selalu berubah-ubah.

Manajemen strategi tidak hanya di gunakan pada sektor swasta tetapi juga Sudah diterapkan pada sekto publik. Penerapan Manajemen strategi pada kedua Jenis instansi tersebut tidak lah jauh berbeda , hanya pada organisasi sektor publik tidak Menekankan tujuan organisasi pada pencarian laba tetapi lebih pada pelayanan

## Sistem Perumusan Strategi

Sistem perumusan strategi menghasilkan keluaran yang sangat penting bagi organisasi ,yaitu strategi . dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan turbulen, strategi untuk mewujudkan misi dan visi organisasi juga memerlukan penyesuaian bahkan perubahan manakala hasil pemantauan terhadap trend perubahan lingkungan makro dan lingkungan .

Menurut mulyadi dan john setyawan (2001:422) strategi di rumuskan melalui tujuan langkah utama sebagai berikut :

1. Identifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan
2. Penentuan misi, visi, keyakinan dasar, nilai dasar, dan tujuan (goal) organisasi.
3. Analisis intern dan ekstern atau analisis SWOT (strenghts, weaknesses, opportunities, and threats).
4. Analisis portofolio korporat.
5. Perumusan peluang dan masalah utama.
6. Identifikasi dan evaluasi alternatif strategi.
7. Perumusan Strateg.

## Tipe – Tipe Strategi

Menurut Rangkuti dalam Desi Erika permatasari,dkk (2015:2) pada prinsipnya strategi dapat Kelompokkan berdasarkan tipe- tipe strategi yaitu :

1. Strategi Manajemen

Strategi manajemen merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh disertai cara pelaksanaannya yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed



SINTA 5



tujuannya. Misalnya strategi pengembangan produk, strategi 11 penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar dan sebagainya.

## 2. Strategi Investas

merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan lain sebagainya.

## 3. Strategi bisnis

Strategi bisnis sering juga disebut dengan strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi, strategi operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategistrategi yang berhubungan dengan keuangan .

### **Faktor-Faktor Berpengaruh Dalam Rancangan Bangun Sistem Manajemen Strategi**

Menurut Sondang p, Siagian (2008:23-25) faktor-faktor yang harus di kenali dan di perhitungkan antara lain adalah:

- a. Tipe dan Struktur Organisasi Setiap organisasi memiliki “kepribadian” yang khas. Tipe dan struktur yang dipilih untuk digunakan harus dikaitkan dengan “kepribadian” dimaksud. secara tradisional, tipe dan struktur yang paling banyak digunakan adalah tipe yang hierarkikal atau piramidal.
- b. Gaya Manajerial Para teoretisi dan praktisi yang mendalami teori kepemimpinan dan gaya manajerial dalam mengelola organisasi yang besar dan kompleks menekankan beberapa hal. Pertama: Kepemimpinan yang efektif adalah kepemimpinan yang situasional. Kedua: Gaya Manajerial yang tepat ditentukan oleh tingkat kedewasaan atau kematangan para anggota organisasi. Ketiga: Peranan apa yang diharapkan dimainkan oleh para manajer dalam organisasi.
- c. Kompleksitas Lingkungan Eksternal Setiap Organisasi menghadapi kondisi lingkungan yang berbeda-beda. Yang jelas lingkungan eksternal suatu organisasi selalu bergerak (sangat) dinamis. Gerakan yang (sangat) dinamis tersebut pasti berpengaruh pada cara mengelola organisasi, termasuk dalam merumuskan dan menetapkan strategi.
- d. Kompleksitas Proses Produksi Kompleksitas proses produksi yang turut berpengaruh dalam manajemen strategi antara lain ialah apakah organisasi akan berproduksi berdasarkan pendekatan padat karya atau padat modal; apakah akan menggunakan teknologi canggih atau tidak; apakah masyarakat pengguna barang atau pemakai jasa sudah siap menggunakan produk baru atau tidak; apakah organisasi memiliki keunggulan kompetitif atau tidak dan sebagainya. Dari semua itu pasti mempunyai dampak terhadap proses penentuan strategi dan implementasinya.
- e. Hakikat Permasalahan yang Dihadapi Kemampuan melakukan analisis informasi sedemikian rupa sehingga dari analisis yang dilakukan tampak berbagai alternatif yang mungkin ditempuh. Jika berbagai alternatif sudah dikenali kekuatan dan kelemahannya, diperlukan keberanian untuk memilih salah satu diantaranya yang dianggap merupakan opsi yang paling tepat. Masalah yang rumit memerlukan strategi pemecahan yang lain dari pemecahan masalah yang relatif sederhana.

### **Perencanaan Strategi**

Menurut koontz dan wihrich dalam zulkarnain,dkk (2022;66) Perencanaan yaitu suatu proses pengembangan tujuan tujuan perusahaan serta memilih serangkaian tindakan untuk mencapai tujuan – tujuan tersebut Menurut Nickels dan McHugh dalam Zulkarnain,dkk (2022;66) Perencanaan meryupakan proses yang menyangkut upaya apa yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan dimasa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi. Menurut Bryson dalam Raymandus 1 wayan Raya (2018;142),perencanaan strategi merupakan suatu bagian yang penting karena dapat membantu organisasi : Berpikir secara strategis dan

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

mengembangkan strategi-strategi yang efektif.

1. Memperjelas arah masa depan.
2. Menciptakan prioritas.
3. Membuat keputusan sekarang dengan mengingat konsekuensi masa depan.
4. Mengembangkan landasan yang koheren dan kokoh bagi pembuat keputusan.
5. Menggunakan keleluasaan yang maksimum dalam bidang-bidang yang berada di bawah kontrol organisasi.
6. Membuat keputusan yang melintasi tingkat dan fungsi.
7. Memecahkan masalah utama organisasi.
8. Menangani keadaan yang berubah dengan cepat secara efektif.

## Pengertian UMKM

Pemerintah memberikan perhatian yang lebih kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), karena disitulah tumpuan hidup terbesar rakyat Indonesia. Dalam sejarah perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok usaha dengan jumlah paling besar dan terbukti handal menghadapi guncangan krisis ekonomi.

Pemerintah memberikan kriteria untuk masing-masing usaha mikro, kecil, dan menengah diharapkan tepat sasaran dalam pengembangannya. Beberapa lembaga atau instansi bahkan memberikan defenisi tersendiri pada Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM), diantaranya adalah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), Keputusan Menteri Keuangan No 316/KMK.016/1994 tanggal 27 juni 1994.

Defenisi UKM yang disampaikan berbeda – beda antara satu dengan yang lain nya,

- a. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM) dalam buku Rahmawati, dkk (2021:74) bahwa yang dimaksud dengan
  - 1) Usaha Kecil (UK) termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan 14 bangunan tempat usaha, dan memili penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu milyar rupiah)
  - 2) Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan Rp 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan.
- b. Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan defenisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja dalam buku Rahmawati, dkk (2021:74)
  - 1) Usaha Kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang.
  - 2) Usaha Menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.
- c. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 juni 1994 dalam buku rahmawati, dkk (2021:74) menyatakan bahwa usaha kecil didefenisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (enam ratus juta rupiah) atau aset/aktiva setinggitingginya Rp 600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari : (1) bidang usaha (Firma, CV, PT, dan Koperasi); dan (2) perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).

## Kriterian Usaha Mikro-kecil, Dan Menengah (UMKM)

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

- a. Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 tahun 2008 dalam buku rahmawati (2021:74-75) Adapun kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

**Tabel 2: Kriteria UMKM**

Kategori UMKM	Jumlah Aset	Jumlah Omset Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal Rp 300 Juta	Maksimal Rp 50 Juta
Usaha kecil	50 juta – Rp miliar	50 Juta – 500 Juta
Usaha menengah	2,5 miliar – Rp 50 miliar	500 juta – Rp 10 miliar

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM , Bab IV Pasal 6

Undang tersebut, dari sudut pandang perkembangan usaha UMKM sampai saat ini, Rahmana dalam buku Rahmawati (2021:75) mengelompokkan UMKM dalam beberapa Kriteria, yaitu:

- 1) Livelihood Activities, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal, misalnya adalah Pedang Kaki Lima (PKL)
- 2) Micro Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.

- b. Kriteria UMKM Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021

Definis Baru (PP Nomor 7 tahun 2021)		
Skala Usaha	Modal Usaha Tidak Termasuk Tanah Atau Bangunan Tempat Usaha	Pendapatan Tahunan
Usaha Mikro	Rp.1 Miliar	Rp.2 Miliar
Usaha Kecil	Rp.1-Rp.5 Miliar	Rp.2-Rp.15 Miliar
Usaha Menengah	Rp.5-Rp.10 Miliar	Rp.15-Rp. 50 Miliar
Usaha Besar		

Sumber: PP Nomor.7 Tahun 2021

Ada beberapa kriteria-kriteria tertentu supaya sebuah usaha dapat dikatakan sebagai UMKM menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 perihal Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (PP 7 tahun 2021), berikut ini adalah penjelasannya :

a.Usaha Mikro

Mempunyai modal usaha hingga dengan paling banyak Rp1 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

b. Usaha Kecil

Mempunyai modal usaha lebih Rp1 – 5 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

c. Usaha Menengah

Mempunyai modal usaha Rp5 – 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan baik kriteria modal usaha ataupun hasil penjualan tahunan yang demikian masih bisa diubah sesuai dengan perkembangan

**Penerbit:**

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed



SINTA 5



perekonomian. Tak cuma menerapkan kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan, melainkan PP 7 tahun 2021 juga mengatur kriteria-kriteria lain yang bisa digunakan. Menurut Pasal 36 ayat (1) PP 7/2021, untuk kepentingan tertentu, kementerian/institusi bisa memakai kriteria omzet, kekayaan bersih, nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan disinsentif, kandungan lokal, dan/atau penggunaan teknologi ramah lingkungan sesuai dengan kriteria tiap-tiap sektor usaha.

## Pengembangan UMKM

Menurut UU 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.

Menurut Undang-Undang RI No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Pengembangan adalah upaya yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah melalui pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah. Dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tersebut juga dijelaskan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang :

1. Produksi dan Pengolahan
2. Pemasaran
3. Sumber daya alam
4. Desain dan teknologi

Pengembangan usaha tersebut juga melibatkan dunia usaha serta masyarakat dalam berperan secara aktif untuk melakukan proses pengembangan. Sedangkan pada dasarnya sektor publik menggunakan konstitusi negara yang menjadikan sektor publik lebih kaku dan ketika membuat suatu program kegiatan harus menggunakan cross check dengan undang-undang (Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM) yang telah ada sehingga program-program tersebut tidak melanggar undang-undang dan sesuai prosedur instansi. Sehingga dengan begitu membentuk 4 strategi, yakni

1. Strategi Penumbuhan, yakni strategi yang bertujuan untuk memperkuat jalannya usaha sektor UKM agar keberadaannya dapat selalu eksis dan bertahan di tengah perkembangan jaman
2. Strategi pengembangan, yakni strategi untuk melakukan usaha-usaha dalam rangka untuk memberdayakan segala sumber daya yang mendukung keeksistensian sektor UKM.
3. Strategi Perlindungan, yakni strategi yang dimaksudkan untuk melindungi jalannya usaha kecil dan menengah, agar hambatan-hambatan dalam perjalanan usahanya dapat diminimalisir.
4. Jaringan usaha dan Kemitraan Kerjasama dalam keterkaitan usaha baik secara langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat dan menguntungkan yang melibatkan pelaku UMKM dengan usaha Besar

## Landasan pengembangan UMKM

Dalam undang undang No 20 tahun 2008 Tentang UMKM yakni:

1. Akses pendanaan bagi UMKM dilakukan dalam rangka :
  - a. Memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi akses kredit
  - b. Memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringannya
  - c. Memberikan kemudahan untuk mendapatkan pendanaan
  - d. Membantu pelaku UMKM mendapatkan pembiayaan jasa/produk keuangan, baik dari perbankan (sistem konvensional maupun sistem syariah) atau dari lembaga nonbank
2. Apek sarana dan prasarana dilakukan dalam rangka

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

- a. Mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan UMKM
- b. Memberikan keringanan tarif prasarana tertentu
3. Aspek informasi usaha, dilakukan dalam rangka :
  - a. Membentuk dan mempermudah pemanfaatan bank data dan jaringan informasi kredit
  - b. Menyebarluaskan antara lain informasi pasar, sumber pembiayaan, komoditas penjaminan, design-teknologi dan mutu
  - c. Jaminan transparansi dan akses yang sama
4. Aspek kemitraan, dilakukan dalam rangka:
  - a. Mewujudkan kemitraan antara usaha mikro, kecil dan menengah
  - b. Mewujudkan kemitraan antara UMKM dengan usaha besar
  - c. Mendorong terjadinya hubungan saling menguntungkan dalam transaksi usaha antar-UMKM
  - d. Mendorong terjadinya hubungan saling menguntungkan dalam transaksi usaha antar UMKM dengan usaha besar
  - d. Mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar UMKM
  - e. Membentuk struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen
  - f. Mencegah penguasaan pasar oleh perorangan dan kelompok tertentu yang dapat merugikan UMKM.
5. Aspek perizinan usaha, dilakukan dalam rangka:
  - a. Menyederhanakan tatacara dan jenis perizinan dengan layanan satu pintu
  - b. Upaya pembebasan biaya perizinan bagi UMKM
6. Aspek kesempatan berusaha, dilakukan dalam rangka:
  - a. Menentukan peruntukan tempat usaha, yang meliputi pemberian lokasi di pasar, ruang pertokoan, lokasi sentra industri, lokasi pertanian rakyat, lokasi pertambangan rakyat, lokasi yang wajar bagi pedagang kaki lima dan sebagainya
  - b. Menetapkan alokasi waktu berusaha untuk UMKM di subsektor perdagangan ritel
  - c. Mencadangkan bidang dan jenis kegiatan usaha yang memiliki kekhususan proses, bersifat padat karya, serta memiliki warisan budaya yang bersifat khusus dan turun-menurun
  - d. Mencadangkan usaha terbuka bagi usaha besar dengan syarat kerjasama dengan UMKM, melindungi usaha tertentu yang strategis untuk UMKM
  - e. Mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan UMKM
  - f. Memprioritaskan pengadaan barang/jasa dan pemborongan kerja pemerintah
  - g. Memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan
7. Aspek promosi dagang, ditujukan
  - a. Meningkatkan promosi produk UMKM di dalam maupun di luar negeri
  - b. Memperluas sumber pendanaan untuk promosi produk UMKM
  - c. Memberikan insentif untuk UMKM yang mampu menyediakan pendanaan secara mandiri dalam kegiatan promosi
  - d. Memfasilitasi pemilihan hak atas kekayaan intelektual
8. Aspek dukungan kelembagaan ditujukan dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan fungsi inkubator, lembaga layanan pengembangan usaha, konsultan keuangan mitra bank, dan lembaga profesi sejenis.

## **Strategi pemberdayaan (Program pengembangan Kewirausahaan keunggulan konfertif UMKM)**

Program ini mempunyai tujuan untuk menungkatkan sumber daya Manusia UMKM yang tangguh

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

dan mempunyai jiwa wirausahaan yang akan dicapai adalah meningkatnya Sumber Daya manusia.

Sosialisasi pelaksanaan penyelenggaraan pada kegiatan pelatihan kewirausahaan bagi UMKM pemerintah Kota Tarutung Melalui Dinas koperasi dan UMKM Kota Tarutung melaksanakan pelatihan dengan menghadirkan narasumber yang berkomentar . hal ini di jelaskan Bapak Riamin Syaputra Sh selaku kepala bidang pemberdayaan usaha Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tarutung .” yaitu pelatihan selalu dilaksanakan 3 bulan setiap angkatan UMKM yang telah Dipilih dengan jumlah pesrta 40 orang. Dinas Koperasi UMKM menghadirkan narasumber yang merupakan praktisi, motivator dan kunsultan Kota Tarutung. Peran Dinas koperasi dsn UMKM Kota tautung dalam fasilitasi pengembangan UMKM maksudnya adalah untuk memfasilitasi setiap kegiatan pengembangan dengan menjembatani antara pelaku usaha dengan pihak yang dibutuhkan pelaku usaha atau dengan kata lain, dinas kopearsi dean UMKM memberikan fasalitas yang terwujud sana dan prasarana untuk mendukung pengembangan usaha hal ini dijeskan oleh Bapak Riamin Syaputra Sh selaku kepala bidang pemberdayan usaha Dinas koperasi dan UMKM Kota Tarutung yaitu kegiatan fasalitas yang bertujuan untuk mengembangkan UMKM Dinas Koperasi Bapak Drs.Gibson Siregar yaitu “ Strategi yang di terapkan Dinas koperasi dan UMKM Kota Tarutung salah satu dengan cara promosi yang dilakukan dalam mengikuti pameran yang di selenggarakan.

## Bantuan Permodalan

Program ini bertujuan agar para pelaku Usaha dapat mengembangkan Usahanya dan memamfaatkan bantuan tersebut. Dengan tujuan terdebut menumbuhkan dan juga membantu mengembangkan usahanya dapat terlaksanakan dengan baik dan dapat berjalan dengan tangguh dan mandiri dan juga dapat dijalankan dengan tnagguh dan mandiri .dan dapat meningkatkan pemasukan bagi pelaku usaha. Bantuan usaha yang di berikan pada masa pandemo Covid 19 yaitu berupa bantuan BPUM ( Banpres Produktif Usaha Mikro) dalam Dinas Koperasi UMKM Kota Tarutung Dinas koperasi UMKM . Dinas Koperasi Dan UMKM Memfasilitas yang berwujud sarana dan prasarana untuk mendukung majunya perkembangan usaha dimana Dana tersebut dari pusat. Peneliti melakukan wawancara dengan ibu susi ftri dewi s.stat selaku Karyawan Dinas koperasi dan UMKM Kota Tarutung dari dinas Koperasi dan UMKM Kota Memberikan fasalitas Halal dari kementrian koperasi, adapun memdapatkan bantuan untuk pengembangan usaha untuk pelaku UMKM Yaitu Bntuan BPUM Sebesar 2.400.00 tahun 2023 Rp 1.200.00.

Kemudian dilanjutkan wawancara dengan ibu roma Panjaitan Selaku Pemilik Usaha yang dibina oleh Dinas Koperasibdan UMKM Kota Tarutung Yaitu “ menerima bantuan berupa benang dan alat tenun yang diberikan langsung oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tarutung dan merima bantuan Sejumlah 1.300.00 dan Tahun 2022 RP 1.100 000. Berdasarkan pemapaan diatas, di ketahui bahwa dalamkegiatanfasalitas pengembanganUMKM ini dari Dinas Kopewrasi dan UMKM Kota Tarutung telah memberikan bantuan untuk kelancaran kegiatan UMKM tujuan dari kegiatan fasalitas ini adlah agar pelaku UMKM dapat menegembangkan usahnaya dan memamfaatkan bantuan tersebut untuk memberikan dapat digunakan untuk mengembangkan usaha tersebut dibandingkan sebelumnya

## KESIMPULAN

Dengan uraian dari hasil penelitian diatas, maka penelitian dapat mengambil keesimpulan sebagai berikut:

- a. Strategi pengembangan UMKM kota Tarutung oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tarutung sudah cukup baik
- b. Pengembangan UMKM yang selama ini berbentuk pelatihan, bimbingan teknis maupun workshop kewirausaan yang diikuti oleh para pelaku UMKM, walapun belum semua UMKM mampu menginplementasikan apa yang sudah diberikan saat pelatihan yang diadakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tarutung

### Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

- c. Pendampingan UMKM sangat baik untuk para pelaku UMKM dapat mendapatkan informasi pengembangan. Peran Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tarutung sangat efektif menjalankan tujuan dan fungsinya dalam melaksanakan pengembangan kepada pelaku UMKM

## REFERENSI

- Ardiansyah, Taufik & Retno Suryawati (2022)'' Implementasi Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kota Surabaya dalam pengembangan sektor Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) '' . Program Studi ilmu Administrasi Publik, Fakultas ilmu Sosial dan politik, Universitas Sebelas Maret. Jurnal Mahasiswa Wacana Publik, Volume/1 nomor1
- Nurhalisa, Siti & Mawaddah Irham (2021) .'' Strategi Dinas Koperasi dalam mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di kabupaten langkat .'' Ekonomi Islam , Fakultas Ekonomi , Universitas Islam Negri Sumatra Utara . Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis ,Volume 5, Nomer 1,Oktober 2015
- Permata ,Desy Erika, dkk (2015). '' Penentuan Strategi Bisnis Manajemen Hotel Dalam Menghadapi Persaingan ( studi kasus Di Quds Royal Hotel Surabaya). Fakultas Ilmu Administrasi , Universitas, Brawijaya Malang jurnal Administrasi, Universitas Brawijaya Malang, Jurnal administrsi bisnis (JAB), Vol 27 ,No 1 Oktober 2015.
- Rahmawati, dkk (2021) Bisnis Usaha kecil menengah. Edisi kedua, Cetakan pertama Graha ilmu: Yogyakarta.
- Ray, Raymundus I Wayan (2018), Perencanaan Manajemen Strategi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja pegawai.'' Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta Business Manajement jurnal. Vol 14 (No.2) : 75- 153.Th 2018
- Siahaan Marsaulina, dkk (2022) .'' Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Karawang dalam Pengembangan sektor Usaha mikro Kecil Menengah .'' Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu politik, Universitas Singaperbangsa Kabupaten Karawang. Jurnal Ilmu Pengetahuan sosial, Vol 9 No 4 Tahun 2022
- Sugiyono (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D Cetakan Ke-20, Alfabeta: Bandung.