

STRATEGI PEMBINAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN SUMENEP

Rillia Aisyah Haris
Irma Irawati Puspaningrum
rilliaharis@gmail.com
irma.puspaningrum@gmail.com
Dosen Fisip Universitas Wiraraja Sumenep

ABSTRAK

Perkembangan UMKM yang meningkat dari segi kuantitas belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UMKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas. Keadaan tersebut disebabkan oleh masalah internal dan eksternal yang dihadapi UMKM meliputi rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UMKM, dan terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi pembinaan UMKM di Kabupaten Sumenep. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pembinaan UMKM yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Sumenep belum berjalan optimal. Strategi pembinaan yang dilakukan meliputi sosialisasi dan pembinaan, fasilitasi dalam bentuk modal maupun non modal, pelatihan dan pendampingan. Terdapat beberapa hambatan yang ditemui dalam pelaksanaan pembinaan yang dilakukan antara lain rendahnya kualitas sumberdaya manusia pelaku usaha, serta kurangnya penguasaan teknologi.

Kata kunci: strategi, pembinaan UMKM

A. PENDAHULUAN

Dalam rangka mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan, Bank Indonesia telah melakukan berbagai upaya dari sisi moneter dan perbankan agar tercapai kondisi ekonomi makro yang stabil dan kondusif. Namun demikian, upaya tersebut kiranya perlu diikuti pula dengan upaya pemberdayaan sektor riil, khususnya melalui pengembangan Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini mengingat UMKM merupakan salah satu pemain penting bagi perekonomian nasional. Sebagai pemain penting jalannya perekonomian, UMKM memberikan kontribusi yang begitu besar terhadap kehidupan perekonomian bangsa, yaitu memperluas lapangan pekerjaan, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal

yang ada di suatu daerah, mengurangi pengangguran, meningkatkan kreatifitas, penyumbang terbesar PDB (Produk Domestik Bruto), solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah dan menambah pendapatan asli daerah (PAD). Kegiatan UMKM semakin digencarkan oleh setiap daerah untuk terus meningkatkan kehidupan perekonomian masyarakat, dalam persaingan global yang semakin memuncak.

UMKM menjadi tonggak kehidupan dan perekonomian bangsa karena melalui kegiatan ini banyak tenaga kerja yang terserap. Kegiatan UMKM yang dilakukan oleh masyarakat telah membuka lapangan pekerjaan baru serta memperluas kesempatan masyarakat untuk terus mengasah kemampuannya dalam mengop-

timalakan segala potensi yang dimiliki, baik potensi diri dan potensi alam dengan pemanfaatan sumber daya alam tersebut sebaik-baiknya. Walaupun keberadaan UMKM saat ini belum begitu pesat seperti halnya perusahaan-perusahaan besar akan tetapi secara tidak langsung hal itu dapat membantu meningkatkan perekonomian bangsa dan menurunkan angka kemiskinan.

Perkembangan peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang besar ditunjukkan oleh jumlah unit usaha dan pengusaha, serta kontribusinya terhadap pendapatan nasional dan penyediaan lapangan kerja. Perkembangan UMKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UMKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas.

Dibutuhkan usaha-usaha strategik guna memberdayakan UMKM agar dapat menjadi penopang perekonomian lokal. Oleh karena itu upaya mengembangkan dan memberdayakan UMKM agar hasil yang diperoleh memiliki *multiplier effect* yang tinggi menjadi sangat penting saat ini, khususnya dalam meningkatkan daya saing. Dengan daya saing itu diharapkan bisa meningkatkan pendapatan UMKM, tidak tergilas perdagangan bebas, dan berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Kini UMKM memiliki peluang untuk terus berkembang.

Perkembangan UMKM di Indonesia masih terhambat sejumlah persoalan. Beberapa hal yang masih menjadi penghambat dalam pengembangan UKM ditinjau dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal UKM, dimana penanganan masing-masing faktor harus bersinergi untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai strategi pembinaan

UMKM khususnya yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumenep.

B. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Strategi

Pengertian strategi menurut Chandler (1962) dalam Rangkuti (2007:3), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Mintzberg (1979) dalam Rangkuti (2007:3) strategi merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.

Tipe dan jenis-jenis strategi menurut Rangkuti (2007:6), pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan menjadi tiga tipe, yaitu pertama, strategi manajemen yang meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi dan strategi pengembangan pasar. Kedua, strategi bisnis yang sering juga disebut strategi bisnis fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi, strategi distribusi atau strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

2.2. Strategi dalam Pembinaan UMKM

Penyelenggaraan kegiatan pembinaan UMKM organisasi tidak bisa lepas dari adanya strategi sebagai upaya pencapaian tujuan Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah dalam mengembangkan dan memberdayakan UMKM yang ada.

Sehubungan dengan hal tersebut Chandler dalam Rangkuti (2007:3) menyatakan bahwa strategi sebagai alat mencapai tujuan yang kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi Sumber Daya.

Strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah meliputi ; 1) sosialisasi dan pembinaan, 2) Fasilitasi dalam bentuk modal maupun non modal, 3) pelatihan dan pendampingan, 4) pengembangan produk.

2.2.1 Sosialisasi

Metode sosialisasi, biasanya dapat dilakukan melalui komunikasi antar-pribadi, komunikasi dengan menggunakan media-massa, atau penggunaan forum-media (penggabungan antara media-massa dan media antar-pribadi). Komunikasi antar pribadi terdiri dari percakapan, kunjungan, pertemuan, diskusi, dll. Komunikasi dengan menggunakan media-massa seperti cetak, gambar, atau multi-media. (Theresia, 2014:236).

2.2.2 Pembinaan

Pembinaan (*coaching*) merupakan salah satu fungsi paling penting dalam suatu organisasi yang dapat dilakukan pimpinan atau supervisor. Fokus pekerjaan seorang pimpinan tidak hanya dalam hal perencanaan, pengatur, dan pembuat keputusan yang handal, melainkan juga harus melakukan pembinaan terhadap kinerja karyawan agar dapat mencapai tujuan-tujuan organisasi secara terarah, efektif, dan efisien. Pembinaan dapat menciptakan kemitraan atau hubungan kerjasama antara supervisor dengan karyawan yang didedikasikan untuk membantu karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya. (Kaswan, 2013:207)

Disampaikan juga oleh Sudarmanto (2014:237), (*coaching*) merupakan pembinaan yang dilakukan oleh manajer atau

atasan kepada staf dalam kerangka perbaikan kinerja. Manajer melakukan pembinaan kepada staf dengan mendasarkan problem kinerja yang dihadapi staf.

Proses pembinaan (*coaching*) memusatkan pada pembelajaran berkesinambungan, pertumbuhan dan perubahan, yang membawa hasil dalam pembangunan keterpenuhan kebutuhan sumber daya internal seseorang. Pembinaan mengarahkan secara langsung atau tidak langsung energi dan keinginan karyawan untuk meningkatkan motivasi, mencapai tujuan, dan memaksimalkan potensi. Dengan kata lain, pembinaan merupakan memberdayakan orang dengan memfasilitasi pembelajaran diri, pertumbuhan diri, dan perbaikan kinerja. (Kaswan, 2013:207)

Wibowo (2007:4-173) menyatakan bahwa pembinaan (*coaching*) mempunyai banyak manfaat, yang diantaranya adalah :

1. Mengatasi masalah kinerja
2. Membangun keterampilan karyawan
3. Meningkatkan produktivitas
4. Menyiapkan bawahan yang dapat dipromosikan
5. Memperbaiki ikatan
6. Memperkuat budaya kerja positif

i. Fasilitasi dalam bentuk modal maupun non modal

Lupiyadi (2006:150) bahwa fasilitas merupakan salah satu sarana pendukung untuk menciptakan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai. Fasilitas tersebut meliputi pemberian dan pemenuhan fasilitas UMKM baik didalam bentuk pendanaan maupun dalam bentuk fisik. Pemenuhan fasilitas tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan produktifitas UMKM yang ada di Kabupaten Sumenep sehingga mampu bersaing secara lokal maupun internasional melalui pasar bebas.

ii. Pelatihan dan pendampingan

Kaswan (2013:2) bahwa pelatihan adalah proses meningkatkan keterampilan sumber daya manusia salah satunya meliputi pengubahan sikap sehingga dapat melakukan pekerjaan yang lebih efektif. Pelatihan secara spesifik berfokus pada memberi keterampilan khusus atau membantu sumber daya manusia memperbaiki kekurangannya dalam kinerja. Lebih lanjut dijelaskan pula oleh Dale dalam Kaswan (2013:3) Proses pelatihan difokuskan pada pelaksanaan pekerjaan dan penerapan pemahaman serta pengetahuan pada pelaksanaan tugas tertentu. Umumnya hasil yang diinginkan dari pelatihan ialah penguasaan dan peningkatan keterampilan.

Sudarmanto (2014:240), menyampaikannya bahwa pendampingan (*mentoring*) merupakan upaya pendampingan sumber daya manusia dengan tujuan memberikan wawasan sehingga pembelajaran bisa ditransfer dan diterapkan kedalam pekerjaan lain. Perbaikan bukan sekedar membangun kinerja tetapi juga keseluruhan aspek kehidupan yang dimentori/ di dampingi meliputi penggalan potensi, pengembangan diri, dan pertumbuhan pribadi sehingga terkait dengan pembentukan perilaku.

Menurut Armstrong dalam Sudarmanto (2014:240) tujuan pendampingan (*mentoring*) sebagai berikut :

1. Untuk membangun pengembangan diri dan kemajuan karir seseorang
2. Untuk meningkatkan kinerja dan produktifitas seseorang
3. Untuk meningkatkan efektifitas dalam rangka pengenalan pekerjaan baru
4. Untuk meningkatkan komunikasi internal

iii. Pengembangan produk

Asauri (1990) menyatakan bahwa pengembangan produk

merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk kearah yang lebih baik sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Menurut Denzin dan Lincoln dalam Moleong (2013:5) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Peneliti bermaksud memperoleh gambaran tentang strategi pembinaan UMKM di Kabupaten Sumenep.

Fokus penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Strategi pembinaan UMKM di Kabupaten Sumenep
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pembinaan UMKM di Kabupaten Sumenep, yaitu:
 - a. Faktor pendukung
 - b. Faktor penghambat

D. PEMBAHASAN

Pada era otonomi ini, daerah-daerah menjadi perhatian khusus pemerintah dalam melaksanakan pembangunan nasional. Keberhasilan pembangunan nasional salah satunya didasarkan atas pembangunan perekonomian yang berbasis mikro. Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) bertanggungjawab secara langsung untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Pemerintah melakukan pemberdayaan dan pembinaan terhadap UMKM bertujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri

melalui dukungan terhadap modal serta pelatihan sumber daya manusia yang profesional dan trampil agar dapat mendukung pemasaran dan kelanjutan usaha di masa depan. Pembinaan juga dilakukan agar UMKM mampu bertahan dan bersaing di tengah arus globalisasi untuk mendorong pembangunan perekonomian nasional. Sebagaimana pernyataan Sudaryanto et al (tahun:2), menyampaikan bahwa eksistensi UMKM tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi terutama pada pasca krisis ekonomi.

Fakta empiris yang terjadi di Kabupaten Sumenep, banyaknya penduduk dan potensi lokal yang dimiliki, belum mampu menjadi daya pendorong utama dalam menggerakkan jiwa wirausaha masyarakat di Kabupaten Sumenep. Hal ini terbukti dengan adanya 24.274 jumlah UMKM di Kabupaten Sumenep, hanya sebagian besar saja yang mampu mengembangkan usaha, serta terdapat sekitar 110 UMKM yang memiliki kendala dalam usahanya.

Permasalahan tersebut diatas menjadi fokus perhatian pemerintah Kabupaten Sumenep. Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah berupaya untuk dapat mengatasi permasalahan yang terjadi melalui strategi yakni dalam bentuk pembinaan UMKM. Strategi yang dilakukan tersebut bermaksud untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi yakni menyangkut modal usaha, pemasaran produk, pengurusan nama label dari produk, persaingan harga, persaingan produk serta tingginya harga bahan baku melalui :

- a. Sosialisasi dan pembinaan
- b. Fasilitasi dalam bentuk modal maupun non modal
- c. Pelatihan dan pendampingan

Upaya yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah meliputi kegiatan sosialisasi dan pembinaan secara langsung ke lapangan atau melalui kegiatan mengundang UMKM yang ada di Kabupaten Sumenep. Proses pembinaan (*coaching*) memusatkan pada pembelajaran berkesinambungan, pertumbuhan dan perubahan, yang membawa hasil dalam pembangunan keterpenuhan kebutuhan sumber daya internal seseorang. Pembinaan mengarahkan secara langsung atau tidak langsung energi dan keinginan karyawan untuk meningkatkan motivasi, mencapai tujuan, dan memaksimalkan potensi. Dengan kata lain, pembinaan merupakan memberdayakan orang dengan memfasilitasi pembelajaran diri, pertumbuhan diri, dan perbaikan kinerja. (Kaswan, 2013:207)

Penyelenggaraan kegiatan lain yang dilakukan yaitu melalui fasilitasi UMKM dalam bentuk modal, hal ini berupa bantuan dari pemerintah dan kerjasama dengan perbankan, serta bantuan alat sebagai sarana dan prasarana dalam mengembangkan usaha UMKM. Hal senada disampaikan oleh Lupiyaodi (2006:150) bahwa fasilitas merupakan salah satu sarana pendukung untuk menciptakan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai.

Disamping itu, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah melakukan pelatihan dan pendampingan dalam rangka pembinaan UMKM dengan menyediakan berbagai bentuk-bentuk pelatihan baik dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Sumenep sendiri, maupun bekerjasama dengan pihak terkait seperti Balai Latihan Kerja (BLK) dan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur, Badan Pengembangan Wilayah Suramadu (BPWS), serta UPT Diklat Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur. Salah satu bentuk pelatihan yang dilakukan yakni melalui pengadaan

workshop sebagai wujud usaha Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dalam mengembangkan sumber daya manusia di dalam UMKM tersebut meliputi pelatihan pengembangan produk, pelatihan manajerial, pelatihan tentang keterampilan dan kemampuan sumber daya manusia, serta pelatihan *IT Interpreneur*.

Menyikapi tentang pentingnya pelaksanaan pelatihan sebagai usaha mengembangkan kompetensi SDM sejalan dengan yang disampaikan oleh Kaswan (2013:2) bahwa pelatihan adalah proses meningkatkan keterampilan sumber daya manusia salah satunya meliputi perubahan sikap sehingga dapat melakukan pekerjaan yang lebih efektif. Pelatihan secara spesifik berfokus pada memberi keterampilan khusus atau membantu sumber daya manusia memperbaiki kekurangannya dalam kinerja. Lebih lanjut dijelaskan pula oleh Dale dalam Kaswan (2013:3) Proses pelatihan difokuskan pada pelaksanaan pekerjaan dan penerapan pemahaman serta pengetahuan pada pelaksanaan tugas tertentu. Umumnya hasil yang diinginkan dari pelatihan ialah penguasaan dan peningkatan keterampilan.

Usaha penguasaan dan peningkatan keterampilan dibutuhkan adanya tindakan pendampingan, dimana kegiatan tersebut tidak hanya dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah akan tetapi juga melibatkan pihak lain dalam hal ini baik antar stakeholder, masyarakat di daerah maupun luar daerah terhadap UMKM.

Pernyataan tersebut diatas dikuatkan oleh pendapat menurut Sudarmanto (2014:240), yang menyampaikan bahwa pendampingan (*mentoring*) merupakan upaya pendampingan sumber daya manusia dengan tujuan memberikan wawasan sehingga pembelajaran bisa ditransfer dan diterapkan kedalam pekerjaan lain.

Perbaikan bukan sekedar membangun kinerja tetapi juga keseluruhan aspek kehidupan yang dimentori/ di dampingi meliputi penggalian potensi, pengembangan diri, dan pertumbuhan pribadi sehingga terkait dengan pembentukan perilaku. Pendampingan yang sudah dilakukan selama ini oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumenep hanya pada usaha UMKM yang telah berkembang dan memiliki prestasi, belum mencakup semua UMKM yang ada.

Pendampingan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah hanya dilakukan terhadap UMKM yang telah mendapatkan pelatihan dan terbukti sukses setelah dilakukannya pelatihan. Pendampingan yang dilakukan yakni mengenai pemasaran produk yang dihasilkan oleh UMKM dengan melalui berbagai pameran yang ada, baik pameran regional sekitar Sumenep seperti Galery Sumenep, pusat oleh-oleh khas Sumenep, maupun pameran diluar Sumenep. Selain itu, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah berfungsi sebagai jembatan bagi para UMKM untuk lebih mudah mendapatkan bantuan permodalan dari beberapa perbankan yang telah bekerjasama dan bermitra, diantaranya BPRS Bhakti Sumekar, BRI, Bank UMKM, dan Bank JATIM.

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, strategi pembinaan UMKM dilakukan sesuai dengan Tugas dan fungsi dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Bidang Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah. Pelaksanaan strategi oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah terhadap UMKM, melibatkan pihak lain baik yang ada di daerah maupun pemerintahan Jawa Timur.

Seiring dengan perkembangan zaman, dimana negara kita sudah berada

pada masa Masyarakat Ekonomi Asean, jadi adanya persaingan produk dengan luar negeri, dan semakin cerdasnya konsumen dalam memilih kualitas produk menjadi kesulitan dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pembinaan UMKM. Sebagaimana pelaksanaan kegiatan memonitoring serta pembinaan terhadap UMKM ditemui beberapa kendala terkait sumber daya manusia pada UMKM yang memiliki keterbatasan pendidikan dan rendahnya keterampilan serta keahlian yang dimiliki, sulitnya pemasaran produk yang dihasilkan UMKM, keterbatasan dalam permodalan, wilayah yang tidak dapat terjangkau seperti kepulauan, sarana dan prasarana yang sulit dipahami oleh UMKM, teknologi yang sulit untuk dapat digunakan oleh para Sumber Daya Manusia UMKM seperti pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk yang dihasilkan seperti pemasaran *online*.

Berbagai kendala tersebut diatas, yang menjadi faktor utama permasalahan dalam UMKM adalah adanya sumber daya manusia yang kurang produktif. Pada dasarnya kualitas organisasi amat bergantung pada mutu sumber daya manusia dalam organisasi itu sendiri. (Kaswan, 2013:1). Diungkapkan pula oleh Mardikanto dan Soebianto (2013:114) menyatakan bahwa dalam ilmu manajemen manusia menempati unsur yang paling unik, yaitu selain sebagai sumber daya sekaligus sebagai pelaku dan pengelola manajemen itu sendiri.

Bidang Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah serta Kasi Peningkatan Usaha Kecil melakukan upaya untuk meminimalisir kesulitan yang dihadapi dalam strategi pembinaan UMKM diantaranya:

1. Melakukan pembinaan, penyuluhan serta pendampingan dalam menyikapi

adanya persaingan dengan cara memberikan pelatihan dalam meningkatkan SDM. Dengan kata lain, perlu adanya pendekatan Sentra terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah agar mereka lebih siap dalam menghadapi berbagai macam arus perubahan globalisasi.

2. Pelatihan peningkatan kualitas produk
3. Peningkatan mutu produk melalui pelatihan-pelatihan
4. Fasilitasi berbagai kebutuhan UMKM tentang ijin-ijin yang harus dimiliki UMKM, pemasaran yang diikuti terhadap pameran yang ada dan mengisi di Gerai Wiraraja Sumenep.

E. PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pembinaan UMKM di Kabupaten Sumenep belum berjalan optimal. Hal tersebut dikarenakan antara lain program-program strategi pembinaan UMKM yang dilakukan yang Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumenep merupakan program-program Dinas Koperasi dan UMKM Propinsi Jawa Timur, sehingga banyak kegiatan pengembangan dan pembinaan yang kurang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan yang ada di UMKM Kabupaten Sumenep. Adapun strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumenep meliputi sosialisasi dan pembinaan, fasilitasi dalam bentuk modal maupun non modal, pelatihan dan pendampingan.

Berpijak pada kesimpulan diatas, maka dapat dilakukan beberapa langkah untuk mendukung terealisasinya strategi-strategi tersebut yaitu :

1. Menggencarkan promosi produk yang dihasilkan UMKM baik di wilayah regional maupun nasional.
2. Memfasilitasi para pelaku UMKM untuk mendapatkan label resmi atas

- produk yang dihasilkan sebagai bentuk hak cipta dan hak milik.
3. Memperluas *networking* dengan pihak lain seperti perbankan untuk menambah bantuan modal maupun non modal bagi para UMKM.
 4. Mengadakan *workshop* tentang perbaikan mutu dan kualitas dari produk UMKM melalui pemanfaatan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Kaswan. 2013. *Pelatihan dan Pengembangan Untuk Meningkatkan Kinerja SDM*. Alfabeta. Bandung.
- Mardikanto, Totok, and Soebianto, Poerwoko. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta. Surakarta.
- Sudarmanto. 2014. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Theresia et. al. 2014. *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Alfabeta. Bandung.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja*. PT. Raja Grasindo Persada. Jakarta.