

## STRATEGI MENUMBUHKAN POTENSI MASYARAKAT MELALUI UMKM DI DESA ADIARSA TIMUR

<sup>1</sup>Laras Ratu Khalida

<sup>2</sup>Niken Aulia Irfani

<sup>3</sup>Desy Ratnasari

**Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan  
Karawang<sup>1,2,3</sup>**

laras.ratu@ubpkarawang.ac.id<sup>1</sup>

mn17.nikenirfani@mhs.ubpkarawang.ac.id<sup>2</sup>

mn17.desyratnasari@mhs.ubpkarawang.ac.id<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Dalam pelaksanaan pemberdayaan untuk meningkatkan kualitas SDM pelaku UMKM, Pemerintah Desa dan Pemerintah Kabupaten membutuhkan strategi-strategi yang harus dirancang dengan tepat sebagai suatu upaya ataupun langkah-langkah yang dilaksanakan demi tercapainya suatu tujuan terkait pemberdayaan masyarakat melalui UMKM. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi menumbuhkan potensi masyarakat melalui UMKM serta faktor-faktor apa saja yang menghambat. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dimana penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memberikan gambaran berdasarkan situasi lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kajian pustaka dari beberapa sumber literatur dalam melihat permasalahan yang diteliti. Dan hasil penelitian ini adalah dengan cara 1) menumbuhkan iklim usaha yang meliputi beberapa aspek, diantaranya terkait pendanaan, sarana dan prasarana, informasi usaha, kemitraan, perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang, dan dukungan kelembagaan. 2) Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat. Dan dari faktor-faktor yang menghambat, terdapat 3 aspek, yaitu terbatasnya jumlah modal, terbatasnya sumber daya manusia, dan terbatasnya akses pemasaran. Kesimpulannya adalah strategi menumbuhkan potensi masyarakat melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur telah dilaksanakan, tetapi hasil yang didapat belum maksimal. Pemerintah Kabupaten Karawang harus berupaya keras untuk mengembangkan potensi masyarakat dalam berwirausaha. Selain itu, upaya untuk memperkuat potensi para pelaku UMKM dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pembinaan lebih mendalam lagi agar para pelaku UMKM mampu untuk mengembangkan usaha nya.

Kata kunci: Potensi Masyarakat, UMKM, Pengembangan UMKM

### ABSTRACT

*In the implementation of empowerment to improve the quality of the perpetrator umkm, human resources the village administration and the district government need strategi-strategi who must be designed with right as an attempt or langkah-langkah implemented to achieve the purpose for community empowerment through umkm related. The purpose of this study to know the growing potential communities through small and medium enterprises and faktor-faktor anything which impedes .In this research methods used is descriptive qualitative where the qualitative study aims to provide a based on the field. Data collection technique used is through a literature study from several sources in the study literature problems.And results 1 ) who is by way of a business climate that includes several aspects, funding, particularly regarding facilities and infrastructures, business information, partnership, business licensing, a trying occasion, trade promotion, and support institutions.2 ) strengthen potential or held by power. And from factors that inhibits , there are 3 aspects , namely of the limited number of capital , the lack of human resources , and the marketing access .The conclusion is strategy grow potential the community through umkm in the village adiarsa east has been implemented , but results obtained not maximum .The district government karawang should try to hard to expand their the community in berwirausaha .In addition , efforts to strengthen the potential actors*

*umkm is carried out by providing training and guidance deeper that actors umkm capable of to develop businesses*

*Keywords : Community Potential, UMKM, UMKM of Development*

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. UMKM mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan.

UMKM dipandang memiliki prospek masa depan yang baik, yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu UMKM merupakan salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan dalam mendapatkan dukungan, perlindungan, dan pengembangan sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi masyarakat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar, dan Badan Usaha Milik Negara.

Upaya pengembangan dan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dewasa ini mendapat perhatian yang cukup besar dari berbagai pihak, baik pemerintah, perbankan, swasta, lembaga swadaya masyarakat maupun lembaga-lembaga internasional. Hal ini dilatarbelakangi oleh besarnya potensi UMKM yang perlu diefektifkan sebagai motor penggerak perekonomian nasional setelah mengalami krisis ekonomi yang berkepanjangan.

Program Aksi Pengentasan Kemiskinan melalui pemberdayaan UMKM yang telah dicanangkan Presiden Yudhoyono pada tanggal 26 Februari 2005, terdapat empat jenis kegiatan pokok yang akan dilakukan, yaitu (1) penumbuhan iklim usaha yang kondusif, (2) pengembangan sistem pendukung usaha, (3) pengembangan wirausaha dan keunggulan kompetitif, serta (4) pemberdayaan usaha skala mikro. Mengingat peran strategis UMKM dan masih terbatasnya kemampuan UMKM untuk berkembang, maka saat ini pengembangan usaha kecil merupakan salah satu strategi yang diambil Pemerintah dalam rangka pertumbuhan ekonomi.

Besarnya pengaruh UMKM yang diberikan tentu didukung dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah UMKM sebanyak 7.3% di tahun 2015 dari 2012. Tingginya pertumbuhan UMKM dan peran strategis UMKM di Indonesia, tidak menempatkan UMKM dalam posisi

yang menguntungkan karena ketatnya kompetisi terutama menghadapi perusahaan besar dan pesaing modern. Sebagian besar UMKM menjalankan usaha dengan cara tradisional termasuk dalam produksi dan pemasaran, padahal pemanfaatan teknologi informasi dalam hal ini internet memungkinkan UMKM dapat mengembangkan usaha secara global. Kurangnya pemahaman peran strategis teknologi informasi terkait pemasaran, hubungan dengan konsumen bahkan pengembangan produk dan layanan diduga sebagai sebab rendahnya adopsi teknologi informasi di UMKM Indonesia. Hal ini sejalan dengan hasil survei Kementerian Koperasi dan UMKM, terdapat 36% pelaku UMKM belum melek komputer dan internet dan hanya 12% pelaku UMKM menggunakan komputer dan internet untuk usahanya.

Karawang merupakan salah satu daerah yang memiliki perkembangan UMKM yang cukup pesat, dan merupakan kawasan yang potensial untuk mengembangkan sektor UMKM menurut Menteri BUMN Rini M. Soemarno. Berdasarkan data Tahun 2015, UMKM Kabupaten Karawang mengalami peningkatan sebesar 14.183 jika dibandingkan Tahun 2012. Pesatnya pertumbuhan UMKM di Karawang juga tidak terlepas dari beberapa permasalahan yang dihadapi seperti, pemodalannya, pengembangan produk unggulan, sulitnya memasarkan produk, kurangnya kompetensi sumber daya manusia, keterampilan manajemen dan rendahnya penggunaan teknologi informasi. Pemerintah Kabupaten Karawang melakukan upaya sebagai antisipasi dan penyelesaian masalah pada UMKM melalui Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Pemerintah Desa (BPMPD) untuk melakukan pengembangan dan pemanfaatan teknologi yang dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas berbagai jenis produk yang dihasilkan

Kelurahan Adiarsa Timur merupakan sebuah kelurahan yang mempunyai letak geografis di Kecamatan Karawang Barat Kabupaten Karawang. Mempunyai letak strategis berdekatan dengan pusat kota mendapat banyak keuntungan, dengan letak desa yang sangat strategis, menjadikan Desa Adiarsa Timur ini memiliki potensi besar dalam bidang pengembangan UMKM dan bisa dijangkau oleh semua masyarakat kota Karawang. Dari data Tingkat Perkembangan Desa, terdapat jenis industri kecil dan menengah yang di jalankan pada Kelurahan Adiarsa Timur. Ada 6 jenis industri yang ada, namun hanya 4 jenis industri yang berjalan. Berikut Tabel Jenis Industri :

**Tabel 1. Data Jumlah UMKM di Kelurahan/Desa Adiarsa Timur**

Jenis Industri	Jumlah/Unit	Jumlah Kegiatan	Jumlah Pengurus dan Anggota
Industri Makanan	10	3	27
Industri Alat Rumah Tangga	4	2	11
Industri Material Bahan Bangunan	2	1	4

Industri Alat Pertanian	-	-	-
Industri Kerajinan	-	-	-
Rumah Makan & Restoran	2	1	20

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa walaupun Kelurahan/Desa Adiarsa Timur ini berada di dekat pusat kota, tetapi masyarakat nya kurang berpartisipasi dalam menumbuhkan potensi UMKM di wilayah nya. Data yang mendukung tabel diatas pun terlihat dari banyaknya jumlah pengangguran yang ada di Kelurahan/Desa Adiarsa Timur, yaitu sebanyak 1.167 orang.

Dalam pelaksanaan pemberdayaan untuk meningkatkan kualitas SDM pelaku UMKM, Pemerintah Desa dan Pemerintah Kabupaten membutuhkan strategi-strategi yang harus dirancang dengan tepat sebagai suatu upaya ataupun langkah-langkah yang dilaksanakan demi tercapainya suatu tujuan terkait pemberdayaan masyarakat melalui UMKM.

Berdasarkan fenomena yang terjadi tersebut, maka penulis tertarik dan melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Menumbuhkan Potensi Masyarakat Melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur**”

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Strategi Menumbuhkan Potensi Masyarakat Melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur?
2. Apa Faktor-faktor yang menghambat Strategi Menumbuhkan Potensi Masyarakat Melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur?

## **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui Strategi Menumbuhkan Potensi Masyarakat Melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur?
2. Untuk mengetahui Faktor-faktor yang menghambat Strategi Menumbuhkan Potensi Masyarakat Melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur?

## **Konsep Teori**

### **1. Strategi**

Dalam buku *Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis*, Rangkuti (2013:3-4) mengutip pendapat dari beberapa ahli mengenai strategi, diantaranya :

- a. Chandler : Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya
- b. Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner : Strategi merupakan respons secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi.

### **2. Pemberdayaan Masyarakat**

Pemberdayaan menurut Djohani dalam Anwas (2013:49), adalah suatu proses untuk memberikan daya/kekuasaan (power) kepada pihak yang lemah (powerless), dan mengurangi kekuasaan (disempowered) kepada pihak yang terlalu berkuasa (powerful) sehingga terjadi keseimbangan. Begitu pula menurut Rappaport dalam Anwas (2013:49), pemberdayaan adalah suatu cara dengan mana rakyat, organisasi, dan komunitas diarahkan agar mampu menguasai atau berkuasa atas kehidupannya.

### **3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Tambunan (2012 : 11) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008: UMKM memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni :
  - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

- b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 3000.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- 2. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang 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 menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni :
  - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria :
  - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dimana penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memberikan gambaran berdasarkan situasi lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kajian pustaka dari beberapa sumber literatur dalam melihat permasalahan yang diteliti.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan saat pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) 2020, dan lokasi penelitiannya adalah Kelurahan Desa Adiarsa Timur, Kecamatan Karawang Barat, Kabupaten Karawang.

### **Target/Subjek Penelitian**

Pemilihan subjek penelitian yang digunakan dari penelitian ini yaitu :

- a. Lurah Desa Kelurahan/Desa Adiarsa Timur
- b. Sekretaris Desa Kelurahan/Desa Adiarsa Timur
- c. Masyarakat Pelaku UMKM

### **Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data**

#### 1. Data

##### a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara dengan informan yang berkaitan dengan masalah penelitian mengenai Strategi Menumbuhkan Potensi Masyarakat Melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur yaitu wawancara dengan informan.

##### b. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung yang didapat melalui berbagai literatur baik dari buku, media massa (cetak atau elektronik), dari jurnal-jurnal ilmiah yang relevan dengan penelitian, serta keterangan yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi dari instansi terkait.

#### 2. Instrumen

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif ini adalah peneliti sendiri.

#### 3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menghimpun dan mendapatkan semua data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### a. Wawancara (Interview)

Wawancara (Interview) menurut Setyadin dalam Gunawan (2013:160), adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Wawancara mengacu kepada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengedepankan kepercayaan sebagai landasan utama dalam proses memahami.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada Lurah Desa Kelurahan/Desa Adiarsa Timur, Sekretaris Desa Kelurahan/Desa Adiarsa Timur dan Masyarakat Kelurahan/Desa Adiarsa Timur

##### b. Observasi (Pengamatan)

Menurut Matthews dan Ross dalam Herdiansyah (2015:129), observasi merupakan metode pengumpulan data melalui indra manusia. teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang akan diteliti. Observasi dilakukan untuk

mengamati bagaimana Strategi Menumbuhkan Potensi Masyarakat melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur

c. Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen yang diteliti dapat berupa berbagai macam, tidak hanya dokumen resmi.

### **Teknik Analisis Data**

Setelah seluruh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian terkumpul maka informasi tersebut akan dianalisa dengan teknik triangulasi data, yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Pada tahap ini dilakukan kegiatan membandingkan hasil observasi dengan hasil wawancara yang berkaitan dengan strategi menumbuhkan potensi masyarakat melalui UMKM yaitu hasil wawancara dengan Lurah Desa Kelurahan/Desa Adiarsa Timur, Sekretaris Desa Kelurahan/Desa Adiarsa Timur dan Masyarakat Kelurahan/Desa Adiarsa Timur.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

1. Strategi Menumbuhkan Potensi Masyarakat melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (enabling), di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. Penciptaan iklim usaha di dalam UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM, terdapat pada Bab V tentang Penumbuhan Iklim Usaha Pasal 7 Ayat 1. Penumbuhan iklim usaha tersebut meliputi aspek:

a) Pendanaan

Pendanaan merupakan salah satu aspek penting dalam memberdayakan pelaku UMKM dengan cara pemberian bantuan modal kepada pelaku UMKM. Penting adanya penguatan pendanaan UMKM, baik dalam bentuk pendanaan dari Lembaga Perbankan, Lembaga Keuangan Non Bank ataupun lembaga pendanaan bergulir lainnya untuk dapat menyentuh kondisi UMKM yang serba lemah. Masalah yang

paling mendasar yang dihadapi oleh kebanyakan pelaku UMKM adalah akses ke dalam dana atau modal. Permasalahannya adalah adanya prasyarat perbankan yang membuat masyarakat lapisan bawah khususnya pelaku UMKM dinilai tidak bankable.

b) Sarana dan prasarana

Pemerintah Desa dan Kabupaten Karawang memiliki peran tertentu terkait penyediaan sarana dan prasarana untuk pengembangan produk UMKM.

c) Informasi usaha

Bentuk pelayanan yang diberikan oleh Pemerintah Kabupaten Karawang dalam hal pemberian informasi usaha kepada pelaku UMKM adalah melalui Rumah Kreatif BUMN (RKB). Pendirian RKB Karawang merupakan suatu badan layanan yang didirikan oleh PERURI untuk membantu pelaku UMKM menyelesaikan permasalahan terkait dalam pengembangan usaha.

d) Kemitraan

Salah satu aspek penciptaan iklim usaha yang kondusif adalah kemitraan. Kemitraan adalah jalinan kerjasama usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha besar, sehingga saling memerlukan, menguntungkan, dan memperkuat. Kecilnya peluang bagi pelaku UMKM adalah adanya persyaratan yang dinilai sulit untuk dipenuhi bagi pelaku UMKM. Terlebih lagi, kebanyakan pelaku UMKM tidak memiliki agunan ataupun jaminan agar bisa bermitra usaha dengan usaha besar. Peluang yang kecil ini juga dipengaruhi oleh kurang maksimalnya pelatihan dan pendampingan agar pelaku UMKM mengerti dengan pola kemitraan yang akan dibentuk dengan usaha besar.

e) Perizinan usaha

Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) merupakan tanda legalitas pelaku usaha, di mana dengan adanya IUMK, pelaku UMK bisa mendapat akses dan sarana pemberdayaan serta jaminan usaha sehingga ke depannya bisa semakin maju dan bersaing dengan pasar global. Kepemilikan surat izin yang jelas hanya dimiliki oleh segelintir pelaku UMKM. Mayoritas pelaku UMKM mengalami tantangan dengan keterbatasan pengetahuan mengenai aspek legalitas dan perizinan, termasuk persyaratan sampai dengan bagaimana proses yang ditempuh dalam proses pengurusannya.

f) Kesempatan berusaha

Kesempatan berusaha adalah cara yang harus dilakukan pemerintah dalam rangka membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya bagi pelaku UMKM, salah satunya

dengan mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan oleh UMKM melalui pengadaan secara langsung. Misalnya dengan menggunakan hasil-hasil kerajinan dari pelaku UMKM untuk di kantor-kantor Dinas, memesan makanan dan kue dari pelaku UMKM ketika pemerintah mengadakan suatu acara. Ini merupakan salah satu cara dari pemerintah untuk lebih percaya dan memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk berkembang.

g) Promosi dagang

Kegiatan promosi dagang merupakan bagian dari strategi pemasaran bertujuan untuk memperkenalkan produk usaha kepada publik, sehingga dapat meningkatkan permintaan dan penjualan produk yang ditawarkan. Promosi adalah hal yang sangat penting dalam mengenalkan produk ke konsumen dan mendorong penjualan. Tanpa mengetahui cara promosi yang mumpuni, UMKM akan sulit berkembang. Padahal salah satu kunci kesuksesan sebuah UMKM adalah kemampuan melakukan promosi yang efektif. Pemerintah Kabupaten Karawang melalui Dinas Koperasi dan UKM membantu para UMKM dalam rangka *recovery* tentang bela beli produk UMKM Karawang. Penyebarluasan Informasi Produk UMKM Karawang melalui media sosial serta membuat wadah atau sarana Pemasaran Produk UMKM Karawang melalui toko offline atau pusat oleh-oleh UMKM Karawang.

h) Dukungan kelembagaan

Salah satu bentuk dukungan kelembagaan Dinas Koperasi, UKM Kota Pekanbaru dalam mengembangkan dan memberdayakan masyarakat melalui UMKM adalah melalui Rumah Kreatif BUMN (RKB). Pendirian RKB Karawang merupakan suatu badan layanan yang didirikan oleh PERURI untuk membantu pelaku UMKM menyelesaikan permasalahan terkait dalam pengembangan usaha.

2. Memperkuat Potensi atau Daya yang Dimiliki Masyarakat (Empowering)

Memperkuat potensi atau daya dimiliki masyarakat (empowering), dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah yang lebih positif. Penguatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan beberapa masukan (input), serta pembukaan akses ke dalam berbagi peluang (opportunities) yang akan membuat masyarakat menjadi semakin berdaya. Dalam rangka pemberdayaan ini, upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf pendidikan, dan akses ke dalam sumber-sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja, dan pasar. Masukan berupa pemberdayaan ini menyangkut pembangunan sarana dan prasarana yang dapat dijangkau oleh masyarakat pada lapisan bawah, serta ketersediaan lembaga-lembaga

pendanaan, pelatihan dan pemasaran. Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat, terdapat dua akses, yaitu akses pelatihan dan akses pemasaran. Terkait akses pelatihan dan pemasaran, Pemerintah Kabupaten Karawang melakukan upaya untuk mempermudah pelaku usaha. Untuk pelatihan, Pemerintah Kabupaten Karawang mengikutsertakan pelaku UMKM yang telah memiliki izin usaha. Pemerintah Kabupaten Karawang mengadakan pelatihan untuk meningkatkan SDM masyarakat pelaku UMKM. Melalui pelatihan tersebut, pelaku UMKM dilatih untuk bisa membuat laporan keuangan dan proposal permintaan modal yang berguna untuk mempermudah pelaku UMKM mengakses dana ke lembaga perbankan maupun lembaga penyalur dana lainnya. Selain itu, pelaku UMKM juga dilatih untuk mampu menyusun strategi pemasaran produk yang baik. Kunci keberhasilan UMKM, selain melalui pelatihan salah satunya adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produknya. Sementara kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah lemahnya pemahaman terhadap pasar karena kurang informasi, lemah dalam persaingan yang kompleks, serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. Menghadapi mekanisme pasar yang semakin kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing.

### 3. Faktor-Faktor Penghambat Strategi Menumbuhkan Potensi Masyarakat melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

#### a) Terbatasnya Jumlah Modal

Terbatasnya jumlah modal merupakan kendala utama dalam pengembangan UMKM. Kurangnya permodalan UMKM, oleh karena pada umumnya UMKM merupakan usaha perorangan yang biasanya bersifat tertutup, yang mengandalkan pada modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh pihak bank tidak dapat dipenuhi.

#### b) Terbatasnya Sumber Daya Manusia

Dari segi pelaku UMKM, kualitas SDM pelaku UMKM masih banyak yang belum mempunyai pandangan yang luas dan modern khususnya dalam hal manajemen dan meningkatkan kualitas produk serta pengembangan usahanya. Sehingga memerlukan dorongan dan fasilitasi dari pemerintah berupa pelatihan baik teknis maupun manajemen.

#### c) Terbatasnya Akses Pemasaran

Kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah akses pasar UMKM tidak terbentuk secara luas dan tidak ada jaringan usaha yang kokoh. Kurangnya kemampuan pelaku UMKM untuk mengakses pasar juga merupakan hambatan pelaku UMKM untuk terus berkembang dan berkompetisi di pasar. Pelaku UMKM juga cenderung menguasai pasar yang sempit, sebagai akibat lemahnya kemampuan untuk berkompetisi dengan perusahaan besar, serta kurang diperhatikannya mutu produk dan arti kepuasan pelanggan. Selain itu, UMKM pada umumnya merupakan unit usaha keluarga yang jaringan usahanya yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah oleh karena produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif.

## **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang penulis lakukan, kesimpulannya adalah strategi menumbuhkan potensi masyarakat melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur telah dilaksanakan, tetapi hasil yang didapat belum maksimal. Pemerintah Kabupaten Karawang harus berupaya keras untuk mengembangkan potensi masyarakat dalam berwirausaha. Selain itu, upaya untuk memperkuat potensi para pelaku UMKM dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pembinaan lebih mendalam lagi agar para pelaku UMKM mampu untuk mengembangkan usahanya.

### 2. Implikasi

Upaya yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Karawang adalah dengan memberikan sosialisasi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat agar mau berkonsultasi ke Rumah Kreatif BUMN sehingga pemasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dapat terselesaikan dengan baik. Dan mengembangkan UMKM dengan memberikan pendanaan dan pelatihan serta pembinaan dengan tepat agar dapat berkembang dengan baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anwas, Oos M. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat Di Era Global*. Bandung: Alfa Beta.
- Badan Pusat Statistik Karawang. (2015). *Booklet Gambaran Umum Kabupaten Karawang Tahun 2014*. Karawang: Badan Pusat Statistik Karawang.

- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH Informatika*, 2 No. 3.
- Definta Aliffiana, Nina Widowati. 2018. Upaya pemerintah daerah dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Sentra Industri Konveksi dan Bordir di Desa Padurenan, Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus. Volume 7 Nomer 2. 2018. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jppmr/article/view/19943>
- Edward UP Nainggolan. 2020. UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. Retrieved Agustus 24, 2020. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-kalbar/baca-artikel/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>).
- Fauzi, Y. 2014, Oktober 22. *Karawang Today*. Retrieved Mei 27, 2019, from <http://karawangtoday.com/wp/?p=8986>
- Koperasi & UMKM. (2017). *Saatnya UMKM Berbisnis Lewat Medsos*. Jakarta: Koperasi & UMKM Indonesia.
- Maknum, I. (2018). Peran Kelompok Usaha dan Pemberdayaan Ekonomi Keluarga (KUPEK) Assolahiyah dalam Upaya Menciptakan Kemandirian Masyarakat di Bidang Ekonomi. *Jurnal Resolusi Konflik, CSR dan Pemberdayaan*, 1 No. 01, 26-31.
- Rangkuti, Freddy. (2013). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sudjinan, Juwari. 2018. Pemberdayaan potensi masyarakat melalui pendampingan UMKM dan Koperasi di Kelurahan Telaga Sari Kota Balikpapan. Volume 01 Nomor 01, Desember 2018. <https://media.neliti.com/media/publications/291122-pemberdayaan-potensi-masyarakat-melalui-d72267c7.pdf>
- Tambunan, Tulus, “Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting”, Jakarta : LP3ES, 2012.
- Utama, D.D.T., & Darwanto, D. 2013. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

### **Dokumen perundangan**

Profil Desa dan Kelurahan Kabupaten Karawang  
UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM