



# **KAJIAN AKADEMIK**

## **MODEL PENGUATAN KELOMPOK USAHA KECIL DAN MENENGAH BERBASIS POTENSI DAERAH DI KOTA SAMARINDA**

**Tim Penyusun:**

**Dr. Suyanto, SE., M.Si**

**Erni Setiawati, SE., ME**

**Zulkifli, SE., M.Si., M.AP**

**Armelya Trinita Fornia, SH**

**Riri Andriany, S.IP., M.Si**

**Novia Leny Christine, S.Si., MM**

**Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Penelitian Dan  
Pengembangan Kota Samarinda**

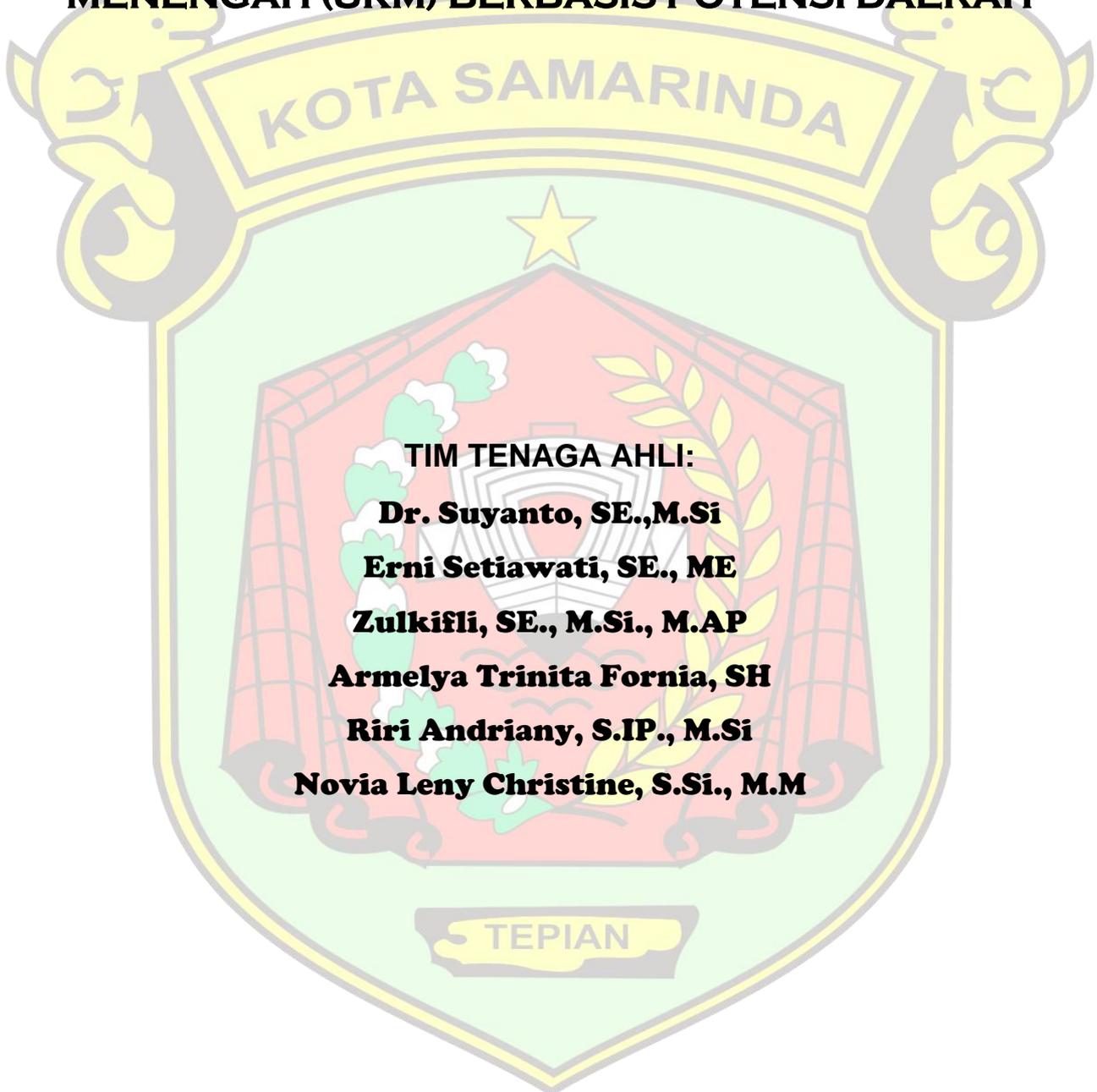
**Kerjasama Dengan**

**Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda**

**Tahun 2023**



## **MODEL PENGUATAN KELOMPOK USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) BERBASIS POTENSI DAERAH**



**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH, PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN KOTA SAMARINDA  
KERJASAMA DENGAN  
UNIVERSITAS WIDYA GAMA MAHAKAM SAMARINDA**

**22 JUNI 2023**

# LEMBAR PERSETUJUAN

HASIL *EXPOSE FINAL REPORT* KEGIATAN PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN SUB KEGIATAN EKONOMI DAN PEMBANGUNAN  
TENTANG

MODEL PENGUATAN KELOMPOK USAHA KECIL DAN MENENGAH  
(UKM) BERBASIS POTENSI DAERAH

Tim Tenaga Ahli:

JABATAN	NAMA	TANDA TANGAN
Ketua	Dr. Suyanto, SE.,M.Si	
Sekretaris	Erni Setiawati, SE.,ME	
Anggota	1. Zulkifli,SE.,M.Si.,M.AP	
	2. Armelya. T.F, S.H	
	3. Riri Andriany, S.IP., M.Si	
	4. Novia Leny Christine, S.Si., M.M	

Tanggal Seminar : 22 JUNI 2023

Disetujui Oleh:

Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah  
Penelitian dan Pengembangan Kota Samarinda

**H. Ananta Fathurrozi, S.Sos.,M.Si.**

Pembina Utama Muda (IV/c)  
NIP. 19681209 198803 1 004

Diketahui Oleh:

Asisten II  
Sekretariat Daerah Kota Samarinda

Sekretaris Daerah  
Kota Samarinda

**Sam Syaimun, SE**  
Pembina Utama Muda (IV/c)  
NIP. 19640517 198503 1 011

**Ir. Hero Mardanus Satyawan, M.T.**  
Pembina Utama Madya (IV/d)  
NIP. 19660330 199303 1 006

## KATA PENGANTAR

Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat dan kompetitif serta Era Globalisasi, pengembangan sumber daya manusia masyarakat UKM menjadi salah satu skala prioritas yang secara konsisten terus dilakukan oleh Pemerintah. Peran UKM yang mayoritas merupakan usaha rakyat juga menampung mayoritas tenaga kerja merupakan representasi dari ekonomi mayoritas kerakyatan.

Pemerintah Kota Samarinda melalui Dinas Koperasi dan UKM telah melakukan berbagai upaya dalam pemberdayaan UKM di Kota Samarinda, diantaranya memberikan kemudahan bagi pelaku UKM dalam mengakses kredit dan kemudahan perizinan, memberi pelatihan terhadap pelaku UKM, memberikan bantuan peralatan, serta memfasilitasi pertemuan antara lembaga perbankan dan pelaku UKM.

Namun, Pemerintah Kota Samarinda memandang perlu untuk menyelenggarakan Kajian Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Berbasis Potensi Daerah Di Kota Samarinda bekerjasama dengan Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Kajian ini dilakukan agar tersusunnya suatu desain atau bentuk/model untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UKM melalui pemanfaatan potensi daerah yang ada di Kota Samarinda.

Pada kesempatan ini tak lupa kami mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang tinggi kepada para pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dan masukan hingga kajian ini dapat diselesaikan. Semoga hasil kajian ini dapat memberikan masukan positif bagi Pemerintah Kota Samarinda dalam mengoptimalkan penguatan kelompok UKM berbasis potensi daerah yang dimiliki Kota Samarinda.

Samarinda, Juni 2023  
Kepala Bappedalitbang Kota Samarinda

H. Ananta Fathurrozi, S.Sos., M.Si

## **EXECUTIVE SUMMARY**

### **MODEL PENGUATAN KELOMPOK USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) BERBASIS POTENSI DAERAH DI KOTA SAMARINDA**

**Tim Peneliti:**

**Suyanto, Erni Setiawati, Zulkifli, Armelya Trinita Fornia, Riri Andriany, Novia  
Leny Christine**

#### **PENDAHULUAN**

##### **Latar Belakang**

Kota Samarinda sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Timur dan sebagai kota penyangga IKN memiliki jumlah UMKM yang besar. Potensi tumbuh dan berkembangnya UKM di Kota Samarinda juga sangat besar. Berdasarkan data 344.581 UMKM di Provinsi Kalimantan Timur 97 persen pelaku usaha berskala mikro, kemudian berskala kecil ada sekitar 2,7 persen dan pengusaha berskala menengah sekitar 0,2 persen (antaranews.com, 2022). Jumlah UKM di Kota Samarinda khususnya usaha Mikro dan Kecil yang terdaftar sebanyak 70.465 unit usaha (satudata.samarindakota.go.id) dengan kelompok usaha yang juga beragam meliputi kuliner, fashion, agro usaha, otomotif, internet dan lainnya.

Pemerintah Kota Samarinda melalui Dinas Koperasi dan UKM telah melakukan berbagai upaya dalam pemberdayaan UMK di Kota Samarinda. Dinas Koperasi dan UKM dalam rangka menumbuhkan iklim usaha di Kota Samarinda telah memberikan Strategi Pengembangan Usaha Mikro di Kota Samarinda kemudahan bagi pelaku UKM dalam mengakses kredit untuk pembiayaan UKM dan kemudahan perizinan yang memberikan kepastian hukum dalam menjalankan kegiatan usahanya sehingga iklim usaha menjadi kondusif. Pertumbuhan unit-unit usaha baru yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM yaitu melakukan kegiatan pelatihan terhadap pelaku UKM, memberikan bantuan peralatan, serta memfasilitasi pertemuan antara lembaga perbankan dan pelaku UKM.

Pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM meliputi kegiatan peningkatan kapasitas pelaku UMK melalui pelatihan, pemasaran produk UMK serta bimbingan maupun fasilitasi bantuan informasi pemberian kredit perbankan lewat KUR (Kredit Usaha Rakyat) di Kota Samarinda. Namun program pemberdayaan tersebut juga seringkali menemui beberapa kendala sehingga program yang direncanakan tidak berjalan secara efektif. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor penghambat yaitu minimnya dana atau biaya sehingga membatasi pengadaan kegiatan pelatihan, sumber daya manusia seperti tenaga penyuluh yang belum memadai dalam melakukan pendampingan UMK, kemampuan teknik produksi dan manajemen terbatas, dan pemasaran yang relatif sulit.

Proses pertumbuhan dan pengembangan UKM di Kota Samarinda tidak terlepas dari permasalahan yang memerlukan solusi cepat. Dalam proses pengembangan kendala yang dihadapi pihak UMKM baik secara internal maupun eksternal relatif kompleks. Beberapa permasalahan yang dihadapi para pelaku UKM di Kota Samarinda diantaranya adalah masih belum sepenuhnya pelaku UKM melakukan pekerjaan secara penuh waktu dikarenakan juga melakukan kegiatan lainya. Bentuk usaha yang dilakukan mayoritas berupa usaha perorangan yang tentunya sangat membatasi gerak pengembangan UKM. Hal lain yang menjadi permasalahan adalah belum maksimal dalam kemampuan meningkatkan omset penjualanya, sumber bahan baku yang digunakan masih didatangkan dari luar kota Samarinda, peserta pelatihan pada kegiatan pelatihan masih belum terseleksi dengan baik, permasalahan lainya adalah kesulitan dalam menembus pasar internasional. Permasalahan permodalan juga menjadi kendala dalam proses pengembangan UKM di Kota Samarinda.

### **Tujuan**

Tujuan dari kajian ini adalah:

1. Mempelajari potensi daerah yang ada di Kota samarinda yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan UKM.
2. Mengidentifikasi jenis UKM yang ada di Kota samarinda dan menganalisis keterkaitannya dengan potensi daerah.
3. Memberikan pendampingan dan bantuan kepada UKM agar dapat meningkatkan kualitas produk, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia.
4. Memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada UKM agar dapat meningkatkan kualitas produk, layanan dan manajemen.
5. Membangun jaringan kerja antara UKM, pemerintah, Lembaga keuangan dan Lembaga pendukung UKM lainnya.
6. Membantu UKM untuk memperoleh pembiayaan dari berbagai sumber, seperti bank, koperasi dan Lembaga keuangan lainnya.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan 3 tahapan. Tahap pertama; menggunakan metode studi referensi atau studi kepustakaan dan studi empirik. Metode ini merupakan bagian dari studi eksplorasi, yang bertujuan untuk mengembangkan aspek teoritis maupun aspek manfaat praktis dalam rangka mencari dasar pijakan untuk memperoleh atau membangun landasan teori, kerangka berfikir, maupun menentukan dugaan/kesimpulan sementara, sehingga dapat dikelompokkan dan dialokasikan pengorganisasiannya menggunakan variasi pustaka dalam bidang atau konteks yang diteliti (Emory and Cooper, 1991).

Kajian tahap kedua; dilakukan analisis atas survei untuk mendeskripsikan parameter atau kriteria untuk mendefinisikan atau memetakan yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta yang menjadi tantangan dan peluang UKM di Kota Samarinda. Selanjutnya berdasarkan data ini, didesain model penguatan UKM berbasis potensi daerah sehingga bisa naik kelas (*scaling up*)

Tahap ketiga; model penguatan UKM naik kelas yang berbasis potensi daerah dalam bentuk desain yang dapat dipakai oleh seluruh *stakeholders* dalam pengembangan UKM di Kota Samarinda. Desain model akan diuji coba pada sampel/daerah/sector terbatas untuk mengevaluasi efektivitasnya. Selanjutnya model UKM naik kelas berbasis potensi daerah ini dipublikasikan di jurnal ilmiah bereputasi ataupun dalam bentuk buku dan menjadi bagian dari naskah akademik dalam merancang regulasi tentang UKM, serta menjadi basis bagi pemerintah daerah/pusat dalam melakukan intervensi fiskal untuk pemberdayaan UKM.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Potensi Daerah Kota Samarinda**

Kota Samarinda memiliki potensi yang besar untuk pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Beberapa faktor yang mendukung potensi ini antara lain:

1. Lokasi strategis
2. Sumber daya alam yang melimpah
3. Potensi wisata
4. Infrastruktur yang memadai
5. Dukungan pemerintah daerah

### **Kelompok UKM Di Kota Samarinda**

Kepala Bidang Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM (Disperindagkop) Provinsi Kalimantan Timur menyebutkan jumlah UMKM di Kaltim sebanyak 344.581 yang tersebar di kabupaten dan kota. Jumlah tersebut jika ditinjau dari data penduduk berusia produktif Kaltim yang berjumlah 1.846.547 jiwa, maka serapan UMKM 18,6 persen dari jumlah penduduk produktif. Dari jumlah 344.581 UMKM tersebut 97 persen pelaku usaha berskala mikro, kemudian berskala kecil ada sekitar 2,7 persen dan pengusaha berskala menengah sekitar 0,2 persen (antaranews.com, 2022) dengan sektor yang paling banyak pelaku UMKM di kota samarinda adalah Kuliner

### **Analisis Hasil Survei Lapangan**

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku (unit usaha) UKM di Kota Samarinda sebanyak 43.431 unit usaha, dengan sampel 125 responden dan karakteristik berdasarkan; jenis kelamin, bentuk usaha, jenis usaha, domisili usaha, lama usaha, omset usaha, legalitas usaha, fasilitas pembiayaan, pelatihan, pendampingan, bantuan modal dan alat, serta kemitraan yang pernah didapatkan. Ada 11 (sebelas) indikator yang ditanyakan kepada responden, dengan kesimpulan dari hasil survei adalah sebagai berikut:

#### **1. Pola Pikir Pengusaha**

Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelaku usaha masih menjalankan usanya sebagai usaha sampingan dan bukan merupakan kegiatan utama dalam kesehariannya. Banyak kegiatan usaha tidak tumbuh dan berkembang dengan baik dikarenakan para pelau usaha tidak dengan sepenuh hati dan jiwa dalam melakukannya.

## **2. Prinsip Manajemen**

Para pelaku usaha di kota Samarinda telah melaksanakan usaha dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar manajemen yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi atas semua kegiatan secara konsisten.

## **3. Bahan Baku Usaha**

Pada produk unggulan misalnya sarung Samarinda bahan baku benang dan kain masih sangat bergantung dari pasokan luar Samarinda, pengusaha belum mampu menyediakan bahan baku sendiri, begitu juga dengan industri amplang, baik ikan maupun tepung serta minyak goreng masih sangat bergantung dari pasokan bahan baku dari luar Kota.

Permasalahan ketidakstabilan harga juga menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha di Kota Samarinda, perubahan harga yang relatif cepat dapat mengganggu perhitungan harga produksi dan harga jual, akhir dari masalah harga ini adalah tingkat keuntungan yang akan berkurang dari perhitungan yang telah ditetapkan sebelumnya.

## **4. Standar Operasional Prosedur (SOP)**

Dalam aktivitas produksi lebih dari 90 persen responden menyatakan memiliki standar dalam aktivitas produksi, namun proses produksi yang sesuai standar harus konsisten baik dalam proses produksi sedikit maupun dalam jumlah pesanan yang lebih besar.

## **5. Sumber Daya Manusia (SDM)**

Sebanyak 71,8 persen responden menyatakan karyawan merupakan keluarga dan kerabat dekat saya Perlu dilakukan penambahan program pelatihan baik yang dilakukan oleh dinas terkait maupun dari pihak lain. Model pengelolaan usaha berbasis keluarga masih mendominasi pelaku usaha di Kota Samarinda, sisi positif dari model ini adalah tahan banting, flexibel, mandiri, efisien (dikerjakan seluruh anggota keluarga) dan *self financing* akan tetapi ada kecenderungan memiliki skala ekonomi rendah.

## **6. Program Pemerintah (Dinas Koperasi dan UKM)**

Peningkatan jumlah bantuan peralatan perlu dilakukan untuk menambah daya produksi pelaku usaha, akan tetapi pemberian dimaksud harus dilakukan secara selektif dan transparan agar tepat sasaran dan tidak menimbulkan rasa iri hati antar sesama pelaku usaha.

Kegiatan pendampingan secara rutin perlu ditingkatkan, hal ini belum maksimal karena keterbatasan jumlah SDM pada dinas terkait untuk dapat melaksanakan pendampingan secara rutin masih sulit.

## **7. Program Pelatihan**

Pelatihan yang telah dilakukan oleh pihak lain telah sesuai dengan kebutuhan usaha pelaku ukm, dan ukm menyatakan bahwa telah memahami apa yang di pelajari, namun pelaku ukm perlu konsistensi dan fokus dalam mengikuti pelatihan sesuai yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha

## **8. Pemasaran**

Produk yang diciptakan oleh ukm memiliki potensi pasar masing masing sesuai segmentasi pasar, terlihat dalam pernyataan ukm yang menyatakan bahwa produk

mereka dapat di terima dengan pasar, pasar, target pasar dan siklus kehidupan produk perlu disampaikan pada pelaku usaha untuk kemudian ditentukan strategi yang tepat agar penetrasi pasar dapat tercapai dengan maksimal.

**9. Permodalan**

Modal (uang) pada tahap memulai bisnis sebenarnya bukan permasalahan utama, permasalahan utamanya pada ada tidaknya ide kreatif yang melahirkan bisnis baru. Permasalahan permodalan akan muncul saat proses pengembangan bisnis dimana diperlukan dukungan keuangan yang cukup untuk mengembangkan usaha tersebut.

**10. Ide Kreatif**

Sebagian besar responden mengiktui pameran yang pernah diadakan di kota samarinda, selain itu ukm mampu merubah produk sesuai dengan kebutuhan konsumen seperti rasa, bentuk,dan sebagainya. Pelaku ukm juga memasukan unsur etnik daerah pada produknya

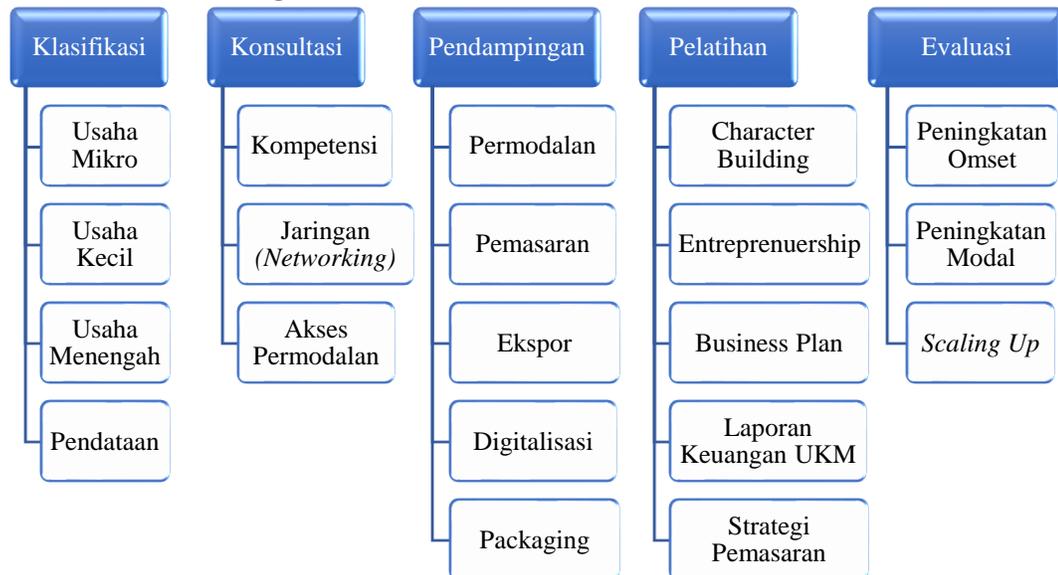
**11. Perijinan/Perlindungan Hukum (Akta Pendirian, Ijin Usaha, NIB, NPWP, Laporan Keuangan)**

Pelaku UKM yang ada di kota Samarinda telah merasa diberikan perlindungan berusaha dengan memiliki izin usaha berbasis resiko, seta mampu memenuhi persyaratan yang dipenuhi dalam perzinan tersebut

**Model Penguatan Kelompok UKM Berbasis Potensi Daerah Kota Samarinda**

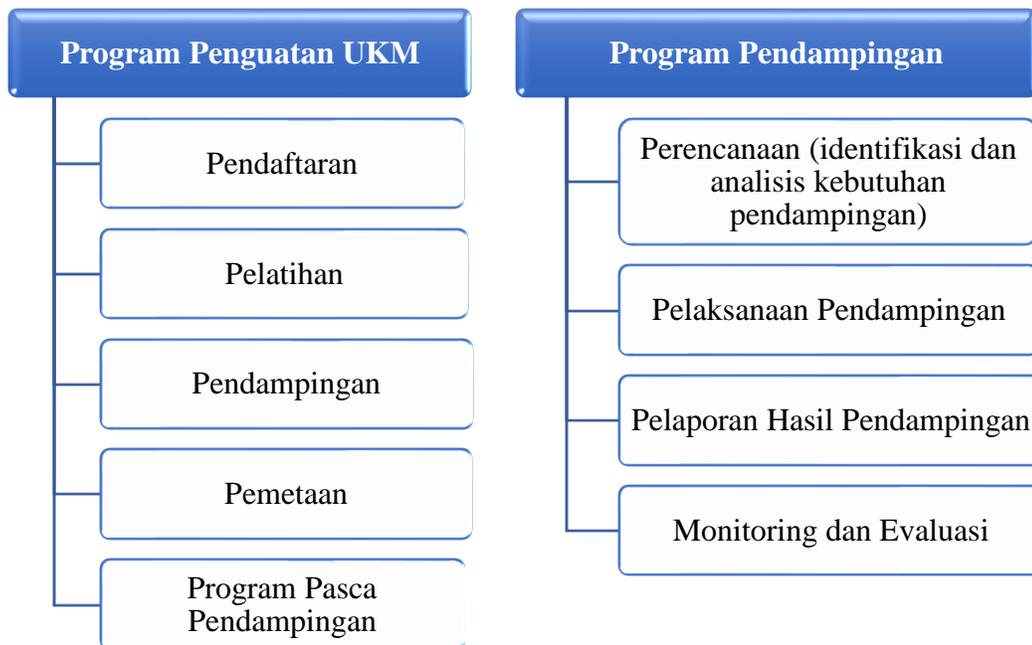
Berdasarkan uraian dan analisis pada bab IV terutama pada hasil jawaban kuisisioner responden, maka perlu disusun model penguatan kelompok usaha mikro kecil berbasis potensi daerah di Kota Samarinda agar bisa naik kelas (*scaling-up*) sebagai berikut :

Gambar 1. Model Penguatan UKM



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Gambar 2. Alur Program Penguatan UKM



Sumber: Diolah Peneliti; 2023

## KESIMPULAN

Kesimpulan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Dengan luas wilayah 718,23 km<sup>2</sup> yang meliputi 10 kecamatan, potensi sumberdaya alam yang dimiliki Kota Samarinda antara lain: pertanian, peternakan, perikanan darat, pertambangan. Sedangkan potensi unggulan yang dominan dalam menunjang perekonomian daerah adalah jasa dan perdagangan, pertanian, perkebunan (sawit dan aneka tanaman lainnya), industri perkapalan, batubara dan lain- lain.
2. Jenis UKM yang tumbuh dan berkembang di Kota Samarinda adalah jenis usaha bidang kuliner, fashion, agrousa, pendidikan, internet, dan jasa, dengan mayoritas pelaku UKM bergerak di bidang kuliner
3. Pemerintah Kota Samarinda melalui dinas terkait telah melaksanakan pelatihan dan pendampingan mamun rasio jumlah pelatihan dan jumlah UKM belum seimbang
4. Jaringan kerjasama antar pemerintah, perusahaan swasta, lembaga keuangan dan lembaga pendukung telah ada namun belum terintegrasi dengan baik
5. Program program pembiayaan yang tersedia belum semuanya mampu di akses oleh pelaku usaha di Kota Samarinda.
6. Evaluasi terhadap hasil pelatihan dan pendampingan UMKM telah dilakukan namun tindak lanjut atas hasil evaluasi belum optimal

### **SARAN/REKOMENDASI**

Saran/rekomendasi dari hasil penelitian ini, sebagai berikut :

1. Pelatihan untuk menanamkan dan menguatkan menguatkan pola pikir *entrepreneur* sejati dan bukan usaha sampingan dengan penekanan pada arti kewirausahaan, karakter seorang wirausaha, tipe-tipe wirausaha, serta menumbuhkan keinginan untuk berwirausaha secara totalitas
2. Pelatihan diversifikasi dan penemuan substitusi bahan baku usaha yang berasal dari kota Samarinda sebagai penunjang kelangsungan usaha serta manajemen persediaan yang baik untuk menghadapi perubahan harga bahan baku yang ada.
3. Pemerintah menambah anggaran untuk memenuhi kebutuhan pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia pelaku usaha di kota Samarinda
4. Penambahan bantuan peralatan untuk kegiatan produksi secara selektif.
5. Melakukan penambahan tenaga pendamping UMKM serta membuat agenda pendampingan secara rutin.
6. Redesain program pelatihan terutama pada persyaratan peserta pelatihan untuk mengindarkan terjadinya peserta pelatihan yang dapat berulang kali mengikuti pelatihan
7. Pelatihan strategi menembus pasar internasional (ekspor)
8. Pelatihan dan pendampingan “Strategi Menembus Dunia Perbankan” dengan mempertemukan pelaku perbankan dan pelaku usaha untuk saling memberikan informasi yang kongkrit, mudah dan dapat dipenuhi serta pendampingan pasca pelatihan.

## PRAKATA

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, karena atas berkah dan rahmat-Nya sehingga Laporan Kajian Akademik ini, yang berjudul Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Potensi Daerah di Kota Samarinda dapat disusun.

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Bapak Walikota Samarinda atas ijin yang diberikan, Bapak Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Penelitian dan Pengembangan Kota Samarinda, serta seluruh pihak yang berkontribusi dalam kajian akademik ini.

Tujuan kajian ini dilaksanakan adalah untuk mengidentifikasi kelompok UKM serta permasalahan yang dihadapi yang ada di Kota Samarinda, serta menyusun suatu desain/model guna penguatan UMK yang berbasis potensi daerah. Dengan adanya model tersebut diharapkan pihak yang terkait bisa menyusun program pelatihan dan pendampingan yang tepat, agar UMK tersebut bisa naik kelas (*scaling up*) seperti; peningkatan kualitas produk, akses pasar, manajemen dan sumber daya manusia, akses pembiayaan, pengembangan pengetahuan dan keterampilan, layanan perijinan, membangun jaringan kerja antara pelaku usaha, pemerintah, lembaga keuangan dan lembaga lainnya.

Dengan mengembangkan UMK berbasis potensi daerah di Kota Samarinda diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat dan menggerakkan perekonomian daerah. Selain itu diharapkan juga dapat memperkuat daya saing usaha dan memperluas pasar mereka baik di tingkat lokal, nasional, bahkan pasar internasional.

Kajian ini terlaksana karena adanya kerja sama antara Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Penelitian dan Pengembangan Kota Samarinda dengan Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, dan hasil dari kajian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dalam pengembangan UKM di Kota Samarinda.

Samarinda, 19 Juni 2023

Tim Peneliti

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN/PENGESAHAN</b>	ii
<b>KATA PENGANTAR</b>	iii
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b>	iv
<b>PRAKATA</b>	xi
<b>DAFTAR ISI</b>	xii
<b>DAFTAR TABEL</b>	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xv
<b>DAFTAR SINGKATAN</b>	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xvii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1    Latar Belakang	1
1.2    Rumusan Masalah	11
1.3    Maksud dan Tujuan	13
1.4    Sasaran	14
1.5    Ruang Lingkup	14
<b>BAB II   TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1    Definisi UMKM di Beberapa Negara	16
2.2    Kriteria UMKM di Negara Lain	20
2.3    Definisi dan Kriteria UMKM Menurut UU No. 20 Tahun 2008 dan PP No.7 Tahun 2021	22
2.4    Model Penguatan UMKM Naik Kelas ( <i>Scaling-Up</i> )	24
2.5    Model Pendekatan UMKM Naik Kelas ( <i>Scaling-Up</i> )	27
<b>BAB III  METODOLOGI</b>	
3.1    Lokasi dan Waktu Pelaksanaan	31
3.2    Metode Pengumpulan Data	31
3.3    Metode Analisis Data	32
<b>BAB IV  ANALISIS DATA</b>	

4.1	Potensi Daerah Kota Samarinda	34
4.2	Kelompok UKM di Kota Samarinda	37
4.3	Analisis SWOT Pengembangan UKM di Kota Samarinda	39
4.4	Analisis Hasil Survei Lapangan	45
<b>BAB V</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1	Identifikasi Kelompok UKM Berkaitan dengan Potensi Daerah Kota Samarinda	59
5.2	Penguatan Kelompok UKM Berbasis Potensi Daerah	59
5.3	Program Pelatihan dan Pendampingan UKM Untuk Penguatan Bisnis	77
5.4	Model Kolaborasi UKM dengan Mitra Terkait untuk Keberhasilan Program Penguatan UKM	83
5.5	Sistem Evaluasi dan Pemantauan Keberhasilan Program Penguatan UKM	88
5.6	Model Penguatan Kelompok UKM Berbasis Potensi Daerah	89
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1	Kesimpulan	99
6.2	Saran/Rekomendasi	99
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1</b>	Klasifikasi <i>Small and Medium Enterprises</i> (SMEs) Menurut <i>Catalyze-Group</i>	20
<b>Tabel 2.2</b>	Kriteria UMKM di Banyak Negara	21
<b>Tabel 2.3</b>	Kriteria UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008 dan PP No. 7 Tahun 2021	24
<b>Tabel 2.4</b>	Definisi dan Kriteria UMKM Agar Naik Kelas ( <i>Scaling-Up</i> )	25
<b>Tabel 3.1</b>	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	31
<b>Tabel 4.1</b>	Laju Pertumbuhan PDRB Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Kota Samarinda Tahun 2019 – 2022 (dalam persen)	35
<b>Tabel 4.2</b>	Penduduk Berusia 15 Tahun ke Atas Menurut Status Pekerjaan dan Jenis Kelamin di Kota Samarinda, 2022 (dalam Jiwa)	36
<b>Tabel 4.3</b>	Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Samarinda Tahun 2020 - 2021	37
<b>Tabel 4.4</b>	Penyerapan Tenaga Kerja oleh UKM di Kota Samarinda Tahun 2021 - 2022	38
<b>Tabel 4.5</b>	Analisis SWOT Pengembangan UMKM di Kota Samarinda	41

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.1</b>	Total UMKM dan Tenaga Kerja di Indonesia	4
<b>Gambar 2.1</b>	Model Pendekatan UMKM Naik Kelas ( <i>Scaling-Up</i> )	26
<b>Gambar 5.1</b>	Model Penguatan UKM di Kota Samarinda	90
<b>Gambar 5.2</b>	Alur Program Penguatan UKM di Kota Samarinda	95

## **DAFTAR SINGKATAN**

<b>BLT</b>	: Bantuan Langsung Tunai
<b>BLU</b>	: Badan Layanan Umum
<b>BMC</b>	: <i>Business Model Canvass</i>
<b>BPOM</b>	: Badan Pengawas Obat dan Makanan
<b>BPS</b>	: Badan Pusat Statistik
<b>BPUM</b>	: Bantuan Presiden Untuk Usaha Mikro
<b>CFI</b>	: <i>Corporate Finance Institute</i>
<b>FGD</b>	: <i>Focus Group Discussion</i>
<b>HAKI</b>	: Hak Kekayaan Intelektual
<b>IKN</b>	: Ibu Kota Negara
<b>K3</b>	: Kesehatan dan Keselamatan Kerja
<b>KUMKM</b>	: Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
<b>KUR</b>	: Kredit Usaha Rakyat
<b>NAICS</b>	: <i>North American Industry Classification System</i>
<b>OJK</b>	: Otoritas Jasa Keuangan
<b>OPD</b>	: Organisasi Perangkat Daerah
<b>PDB</b>	: Produk Domestik Bruto
<b>PDRB</b>	: Produk Domestik Regional Bruto
<b>PIP</b>	: Pusat Investasi Pemerintah
<b>PP</b>	: Peraturan Pemerintah
<b>SKKNI</b>	: Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia
<b>SMEs</b>	: <i>Small and Medium Enterprises</i>
<b>SOP</b>	: Standar Operasional Prosedural
<b>SWOT</b>	: <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>
<b>TNP2K</b>	: Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan
<b>UB</b>	: Usaha Besar
<b>UKM</b>	: Usaha Kecil dan Menengah
<b>UMi</b>	: Ultra Mikro
<b>UMKM</b>	: Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
<b>UU</b>	: Undang-Undang

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1.** SK Tim Peneliti
- Lampiran 2.** TOR Kajian Akademik Penguatan UKM Berbasis Potensi Daerah di Kota Samarinda
- Lampiran 3.** Kuesioner
- Lampiran 4.** Dokumentasi Kegiatan

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

UMKM merupakan salah satu mesin pembangunan suatu bangsa, yang menggerakkan perekonomian dan memiliki kontribusi besar terhadap produk domestik bruto (PDB). Populasi UMKM di Indonesia merupakan mayoritas dari pelaku usaha dan mempekerjakan mayoritas tenaga kerja, sehingga seharusnya UMKM berperan sebagai pilar utama perekonomian Indonesia. Nampaknya karena relatif lemahnya kinerja UMKM untuk berkembang, peran ini masih jauh dari optimal. Hingga saat ini pemerintah masih sulit mendorong UMKM naik kelas (*scaling up*). Salah satu penyebabnya adalah definisi atau klasifikasi UMKM yang menjadi basis atau pijakan untuk mengukur UMKM naik kelas masih belum jelas. Selama ini, parameter atau kriteria yang dipakai untuk mendefinisikan UMKM hanya terbatas pada parameter keuangan seperti aset, modal dan omset tahunan. Ketidakjelasan parameter atau kriteria UMKM menyulitkan pemerintah untuk mendesain model UMKM naik kelas dan merancang kebijakan yang tepat untuk mendorong UMKM naik kelas.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering diidentifikasi sebagai salah satu katalis dalam pembangunan suatu bangsa. UMKM merupakan salah satu mesin pembangunan yang menggerakkan perekonomian untuk tumbuh besar dan mandiri (Ogbari, 2004). Sejumlah penelitian mengonfirmasi UMKM memiliki kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yang terjadi karena kemampuan dalam mendorong kedalaman ekonomi, memperkuat ekonomi domestik, dan menguatkan industrialisasi (Ahmad, Nenova, & Niang, 2009). Masalahnya, pemanfaatan peran UMKM masih dalam gerak yang lamban. Karena itu, diperlukan akselerasi agar UMKM bisa tumbuh lebih tepat.

Bagi bangsa yang berpenduduk besar, khususnya Indonesia, UMKM mendominasi populasi pelaku usaha hingga mencapai 64,2 juta (99,99 persen)

dan mempekerjakan mayoritas tenaga kerja sebesar 117 juta (97 persen) (Kemenkopukm.go.id). Artinya, UMKM seharusnya merupakan pilar utama perekonomian Indonesia. Nampaknya peran ini masih jauh dari optimal, dimana meskipun UMKM telah berperan besar terhadap penyerapan tenaga kerja atau pengurangan pengangguran, tetapi masih belum signifikan mengentaskan kemiskinan.

Sesungguhnya, UMKM yang kuat bisa membuat ekonomi sebuah bangsa menjadi mandiri, bangsa yang kurang bergantung dan berkontribusi pada bangsa lain. Presiden Soekarno mengatakan “bangsa mandiri adalah bangsa yang mampu berdikari atau berdiri di atas kaki sendiri. Hanya bangsa yang berani mengambil nasib dalam tangan sendiri, akan dapat berdiri dengan kuat” (Danusoebroto, 2014). Bangsa yang mandiri adalah bangsa yang mampu mengelola pembangunannya secara mandiri, yang ditandai oleh angka kemiskinan yang rendah, pertumbuhan yang tinggi, dan ketimpangan pendapatan yang rendah.

Untuk mencapai pembangunan ekonomi yang berkualitas, yakni tumbuh menjadi besar dan mandiri, pemerintah harus memiliki komitmen yang kuat untuk membantu dan mengembangkan UMKM. Selain itu, perlu dipastikan terciptanya ekosistem yang memungkinkan UMKM bisa tumbuh dan berkembang menjadi wirausaha (*entrepreneur*) yang kuat. Dukungan pemerintah yang dimaksud tidak saja dari sisi regulasi tetapi juga dari sisi kelembagaan, pembiayaan, pemberdayaan atau penguatan ekosistem. Dalam hal ini ekosistem inti adalah karakter personal, lingkungan kelembagaan keluarga, knowledge/skills, teknologi dan inovasi dari pelaku usaha. Sementara, ekosistem pendukung meliputi kebijakan pemerintah, dukungan lembaga non pemerintah, akses teknologi, kelembagaan pembiayaan, kelembagaan pasar, kelembagaan nilai sosial, budaya dan agama, serta modal manusia.

Pada sisi yang lain, Usaha Besar (UB) dan UMKM harus membangun kerjasama kemitraan. Dominasi UB dalam perekonomian akan menimbulkan ketidakadilan dan ketimpangan ekonomi yang lebar. Sebaliknya, dominasi

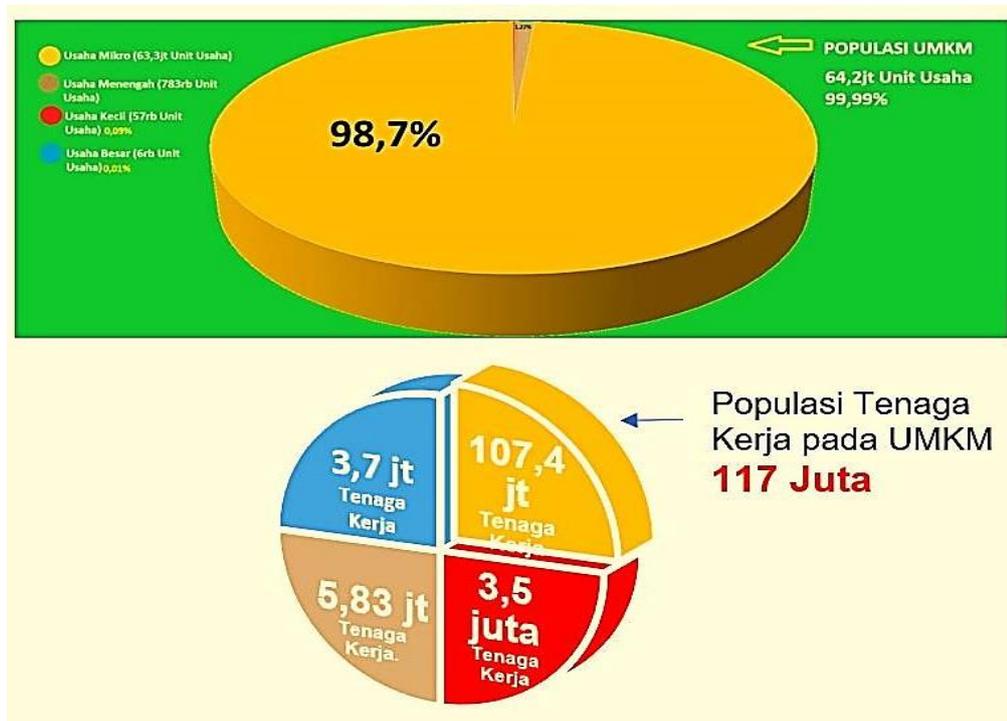
UMKM dalam ketertinggalan akan menyulitkan untuk meningkatkan daya saing, pendapatan nasional, dan kesejahteraan masyarakat. Persoalan yang terjadi di Indonesia selama ini adalah dominasi UB dalam perekonomian yang tidak disertai perkembangan secara signifikan pada UMKM, sehingga suksesnya UB sering dijadikan “kambing hitam” dari permasalahan. Padahal, ketertinggalan UMKM yang menyebabkan terjadinya kemiskinan, ketimpangan, dan segala macam persoalan yang membebani pembangunan ekonomi. Faktanya, jumlah pelaku UB yang hanya sekitar 6 ribu unit usaha (0,01 persen dari total unit usaha) mampu menyumbang sekitar 43 persen PDB. Sementara, jumlah UMKM yang mencapai 99,99 persen dari total unit usaha, hanya bisa menyumbang sekitar 57 persen PDB.

Pemerintah memiliki perhatian yang besar pada pengembangan usaha UMKM. Presiden Joko Widodo bahkan telah meminta para menteri dan pimpinan bank untuk membantu UMKM. Dalam pertemuan tertutup dengan para bankir dan sejumlah menteri, Presiden Joko Widodo meminta porsi kredit perbankan untuk sektor usaha UMKM mencapai di atas 30 persen pada tahun 2024 (Hartarto, 2021, JawaPos.com). Presiden juga memberikan pesan khusus kepada pimpinan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mengejar target indeks inklusi keuangan (*financial inclusion*) Indonesia tahun 2024 sebesar 90 persen (ojk.go.id) dari posisi tahun 2021 sebesar 48,9 persen (*Findex Database World Bank*, 2019). Tentu saja ukuran pengembangan dan pemberdayaan itu perlu dijadikan landasan bagi *stakeholder* untuk melakukan upaya-upaya yang termanivestasikan dalam bentuk peningkatan setiap UMKM dari level yang sebelumnya menjadi level yang lebih tinggi. Dengan kata lain, upaya pengembangan dan pemberdayaan UMKM seyogyanya akan menghasilkan pergerakan UMKM naik kelas (*scaling up*), sehingga dari waktu ke waktu akan mengikis kemiskinan dan ketimpangan.

Sebenarnya peran UMKM tidak bisa dinafikan sangat penting karena disamping merupakan mayoritas usaha rakyat (99,99 persen), kenyataannya juga menampung mayoritas tenaga kerja (97 persen). Jadi, tidak salah jika dikatakan UMKM merupakan representasi dari ekonomi mayoritas kerakyatan.

Maka dari itu, jelas UMKM memiliki hak asasi untuk memperoleh perhatian dan dukungan segenap *stakeholder*. Jika ditelusuri lebih dalam, kondisi UMKM sungguh memprihatinkan, ternyata 98,7 persen dari total UMKM adalah usaha skala mikro yang mempekerjakan mayoritas tenaga kerja, yakni 91,8 persen.

**Gambar 1.1 Total UMKM dan Tenaga Kerja di Indonesia**



*Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM, 2020*

Gambaran ini menunjukkan adanya ketimpangan, dimana keadaan struktur penguasaan/kontribusi ekonomi yang terkonsentrasi pada sedikit usaha yang kuat, sementara konsentrasi jumlah usaha dan tenaga kerja berada pada usaha mikro yang lemah. Hal ini merupakan ancaman yang sewaktu-waktu ketika ada krisis yang menghantam khususnya UMKM akan berpotensi bisa mengancam perekonomian bangsa. Karena itu, memang tidak bisa ditunda lagi urgensi untuk mengembangkan dan memberdayakan UMKM khususnya usaha mikro agar ancaman terhadap eksistensi bangsa dapat dihindari.

Lebih lanjut, survei TNP2K tahun 2020 menemukan hanya 1 persen orang kaya di Indonesia menguasai 50 persen aset nasional (Widiyanto, 2020).

Survei Bank Dunia menemukan angka yang tidak jauh berbeda, yaitu sekitar 47 persen. Dalam sebuah laporannya, Bank Dunia menulis bahwa : *“Indonesia has one of the fastest rising rates of inequality in the East Asia region, with a Gini coefficient that has risen from 0.32 in 1999 to 0.41 in 2012. Reducing inequality requires a holistic strategy that consists of providing equal access to services, enhancing the productivity of the poor, and improving social protection programs that would help shield the poor from economic shocks”* (worldbank.org). Laporan Badan Pusat Statistik pada Maret 2021 mengonfirmasi laporan Bank Dunia, diantaranya tingkat ketimpangan pengeluaran penduduk Indonesia yang diukur oleh Gini Ratio adalah sebesar 0,384 atau mengalami peningkatan dibandingkan dengan 10-15 tahun sebelumnya sekitar 0,33 (bps.go.id).

Bila pendapatan dari 64,2 juta UMKM yang mempekerjakan sekitar 117 juta tenaga kerja ini dibagi rata, maka pendapatan per kapita penduduk Indonesia cukup rendah. BPS melaporkan pendapatan per kapita Indonesia pada 2021 mencapai Rp 62,2 juta per tahun atau setara dengan US\$ 4.349,5 (finance.detik.com). Bank Dunia dalam laporan *“World Bank Country Classifications by Income Level: 2021-2022”* mengonfirmasi pandemi Covid-19 telah menyebabkan pendapatan per kapita Indonesia turun dari US\$4.050 di tahun 2019 menjadi US\$3.870 di tahun 2020 (fiskal.kemenkeu.go.id). Penurunan pendapatan per kapita ini membuat Indonesia kembali masuk pada kategori negara berpendapatan menengah bawah (*Lower Middle-Income Country*).

UMKM kembali terpuruk di tengah pandemi, sehingga untuk mendorong mereka bisa *survive*, diperlukan upaya luar biasa (*extraordinary*). APBN harus lebih banyak lagi digunakan sebagai stimulus untuk membantu masyarakat yang melakukan usaha produktif. Bantuan ini diantaranya melalui kredit program KUR (Kredit Usaha Rakyat). Dalam program ini, dana KUR disiapkan oleh perbankan yang ditunjuk pemerintah. Sementara pemerintah bereperan menyediakan subsidi bunga agar tingkat bunga yang dibayarkan

debitur KUR berada pada tingkat yang dikehendaki pemerintah, sehingga diharapkan lebih banyak pelaku ekonomi bisa mengakses layanan perbankan.

Pada saat pandemi Covid-19, pemerintah juga membantu para pelaku usaha mikro melalui program BPUM (Bantuan Presiden Untuk Usaha Mikro). Dananya berasal dari APBN tetapi disalurkan dan dikoordinasikan oleh pemerintah melalui bank-bank pelaksana. Setiap pelaku usaha mikro yang memenuhi syarat akan mendapatkan bantuan sebesar Rp 2,4 juta, tujuannya untuk membuat mereka *survive*. Bantuan ini merupakan salah satu variasi dari Bantuan Langsung Tunai (BLT) kepada pelaku usaha mikro yang memiliki omset bersih rata-rata Rp50 juta per bulan, dengan syarat mereka tidak memiliki pinjaman di bank-bank umum dan lembaga perkreditan rakyat. Secara makro, program BUPM bertujuan menciptakan *demand* terhadap modal kerja, memperlancar arus barang dan jasa, dan memperkuat bantalan ekonomi dari risiko resesi ekonomi.

Untuk menjamin keberlangsungan usaha, perlu dukungan program pembiayaan lain yang disertai pendampingan usaha. Karena itu, pemerintah juga memiliki pembiayaan alternatif yang disebut Pembiayaan Ultra Mikro (UMi) yang diharapkan dapat memainkan peran pembiayaan dan pendampingan. Pada dasarnya target pembiayaan program UMi juga diarahkan pada pelaku usaha mikro dan kecil, namun dengan nilai pembiayaan yang sangat kecil, yaitu maksimum Rp10 juta. Sumber pendanaannya berasal dari APBN dan dikelola satuan kerja instansi pemerintah di bawah Kementerian Keuangan, yaitu Badan Layanan Umum (BLU) Pusat Investasi Pemerintah (PIP). Pelaku usaha UMi tidak mendapatkan fasilitas subsidi bunga sebagaimana pada program KUR, melainkan dibantu permodalannya melalui pembiayaan APBN.

Skema pembiayaan ini mengharuskan adanya pendampingan usaha untuk memitigasi risiko kredit macet, sehingga PIP harus memilih lembaga penyalur bukan bank yang memiliki pengalaman dalam membiayai UMi serta mempunyai kesanggupan untuk melakukan pembinaan usaha. Melalui skema ini, debitur UMi bersedia membayar bunga pinjaman sesuai bunga pasar

(*market rate*). Tujuannya adalah agar pelaku usaha UMi belajar mengelola usaha produktif secara bertanggung jawab.

Walaupun pemerintah terus meningkatkan permodalan ke banyak UMKM, baik melalui pembiayaan APBN maupun kredit perbankan, akan tetapi belum mampu menjangkau atau membiayai sebagian besar pelaku usaha mikro dan ultra mikro yang jumlahnya mencapai sekitar 63 juta usaha. Penyaluran KUR misalnya, secara nilai kredit memang cukup besar, mencapai lebih dari Rp280 triliun, akan tetapi jumlah debitur yang mampu mengakses masih sedikit atau di bawah 7 juta debitur. Padahal, jumlah UMKM yang diperkirakan memenuhi kriteria untuk didanai KUR mencapai lebih dari 22 juta UMKM (Ika, 2018).

Salah satu permasalahan rendahnya penyaluran dana KUR adalah database UMKM yang belum terintegrasi dan kurang valid, sehingga menimbulkan masalah kesulitan bagi pemerintah untuk melakukan pemberdayaan dan juga bagi lembaga keuangan bank maupun non bank untuk memberikan kredit. Kondisi data yang kurang valid ini membuat intervensi fiskal untuk pemberdayaan UMKM sering tidak tepat sasaran (*adverse selection*). Bahkan, dalam program KUR sering terjadi pembiayaan berulang pada nasabah yang sama. Banyak sekali pelaku usaha yang sebenarnya tidak berhak mendapatkan dana KUR, akan tetapi mendapatkannya atau terjadi apa yang disebut *inclusion error*. Begitu juga, banyak sekali pelaku usaha yang sebenarnya berhak mendapatkan dana KUR, akan tetapi tidak mendapatkannya atau terjadi apa yang disebut *exclusion error*. Kondisi yang demikian akan menghambat upaya pemerintah untuk mendorong UMKM naik kelas (*scaling up*).

Begitu juga program-program pembiayaan mampu mendorong peningkatan usaha UMKM. Program-program pembiayaan juga sudah banyak dilakukan oleh pemerintah dan perbankan, akan tetapi akses masyarakat pada layanan perbankan masih sangat sedikit. Hingga saat ini, kredit perbankan yang disalurkan kepada UMKM baru mencapai sekitar 18,6 persen, selebihnya dinikmati oleh usaha besar (Bank Indonesia, 2020). Memperhatikan kondisi

UMKM yang demikian, Presiden Joko Widodo telah meminta para menteri dan pimpinan bank untuk meningkatkan porsi kredit perbankan untuk UMKM mencapai di atas 30 persen pada tahun 2024.

Untuk mendorong UMKM naik kelas, Presiden telah meminta para menteri terkait dan pimpinan-pimpinan bank untuk meningkatkan indeks inklusi keuangan Indonesia dengan target harus mencapai 90 persen di tahun 2024, sedangkan posisi saat ini sebesar 48,9 persen (*Findex Database World Bank*, 2019). Untuk mencapai target-target di atas, pemerintah perlu memperbaiki data-base UMKM. Hal ini tentu harus didahului oleh upaya pendefinisian kembali UMKM secara tegas dan jelas dengan parameter atau kriteria yang tepat serta ukuran-ukuran dari parameter itu untuk mengklasifikasikan UMKM, mulai dari ultra mikro, mikro, hingga kecil dan menengah.

Selanjutnya, dirasa perlu menyusun rancangan model UMKM naik kelas (*scaling up*) yang tepat untuk menjadi pedoman dalam membuat kebijakan yang efektif serta merancang program-program pemberdayaan dan dukungan pembiayaannya agar UMKM bisa berkembang lebih baik untuk bisa berperan sebagai tulang punggung (*the backbone*) perekonomian nasional.

Untuk provinsi Kalimantan Timur sendiri, era otonomi daerah membuka peluang yang sangat luas bagi berkembangnya usaha kecil di daerah. Pemerintah Kota Samarinda memiliki keleluasan yang sangat besar untuk mengatur dan membuat kebijakan kebjakan yang pro pada usaha kecil dan menengah. Keberadan UKM di Kota Samarinda tentunya sangat diperlukan untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat di daerah. Otonomi Daerah memberikan kesempatan bagi daerah untuk merencanakan sendiri pembangunan di daerahnya dengan seluas-luasnya memanfaatkan sumberdaya lokal yang dimiliki. Kondisi ini menunjukkan bahwa nilai tawar UKM menjadi sangat tinggi bagi pengembangan perekonomian daerah yang bermuara pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kota Samarinda sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Timur dan sebagai kota penyangga IKN memiliki jumlah UMKM yang besar. Potensi tumbuh dan

berkembangnya UKM di Kota Samarinda juga sangat besar. Berdasarkan data 344.581 UMKM tersebut 97 persen pelaku usaha berskala mikro, kemudian berskala kecil ada sekitar 2,7 persen dan pengusaha berskala menengah sekitar 0,2 persen (antaranews.com; 2022). Jumlah UMKM yang terdaftar sebanyak 70.465 unit usaha, sedangkan jumlah UKM sebanyak 29.076 unit usaha (satudata.samarindakota.go.id, 2022) dengan kelompok usaha yang juga beragam meliputi kuliner, fashion, agro usaha, otomotif, internet dan lainnya.

Pemerintah Kota Samarinda melalui Dinas Koperasi dan UKM telah melakukan berbagai upaya dalam pemberdayaan UMK di Kota Samarinda. Dinas Koperasi dan UKM dalam rangka menumbuhkan iklim usaha di kota Samarinda telah memberikan strategi pengembangan usaha mikro di kota Samarinda kemudahan bagi pelaku UKM dalam mengakses kredit untuk pembiayaan UKM dan kemudahan perizinan yang memberikan kepastian hukum dalam menjalankan kegiatan usahanya sehingga iklim usaha menjadi kondusif. Pertumbuhan unit-unit usaha baru yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM yaitu melakukan kegiatan pelatihan terhadap pelaku UKM, memberikan bantuan peralatan, serta memfasilitasi pertemuan antara lembaga perbankan dan pelaku UKM.

Pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM meliputi kegiatan peningkatan kapasitas pelaku UMK melalui pelatihan, pemasaran produk UMK serta bimbingan maupun fasilitasi bantuan informasi pemberian kredit perbankan lewat KUR (Kredit Usaha Rakyat) di Kota Samarinda. Namun program pemberdayaan tersebut juga seringkali menemui beberapa kendala sehingga program yang direncanakan tidak berjalan secara efektif. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor penghambat yaitu minimnya dana atau biaya sehingga membatasi pengadaan kegiatan pelatihan, sumber daya manusia seperti tenaga penyuluh yang belum memadai dalam melakukan pendampingan UMK, kemampuan teknik produksi dan manajemen terbatas, dan pemasaran yang relatif sulit.

Proses pertumbuhan dan pengembangan UKM di Kota Samarinda tidak terlepas dari permasalahan yang memerlukan solusi cepat. Dalam proses

pengembangan kendala yang dihadapi pihak UMKM baik secara internal maupun eksternal relatif kompleks. Beberapa permasalahan yang dihadapi para pelaku UKM di Kota Samarinda diantaranya adalah masih belum sepenuhnya pelaku UKM melakukan pekerjaan secara penuh waktu dikarenakan juga melakukan kegiatan lainya. Bentuk usaha yang dilakukan mayoritas berupa usaha perorangan yang tentunya sangat membatasi gerak pengembangan UKM. Hal lain yang menjadi permasalahan adalah belum maksimal dalam kemampuan meningkatkan omset penjualanya, sumber bahan baku yang digunakan masih didatangkan dari luar Kota Samarinda, peserta pelatihan pada kegiatan pelatihan masih belum terseleksi dengan baik, permasalahan lainya adalah kesulitan dalam menembus pasar internasional. Permasalahan permodalan juga menjadi kendala dalam proses pengembangan UKM di Kota Samarinda.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka dirasakan perlu dibuat Kajian Akademik mengenai Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Potensi Daerah di Kota Samarinda, dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UKM melalui pemanfaatan potensi daerah yang ada.

### **Dasar Hukum**

Dasar hukum dilaksanakannya kegiatan pembuatan Kajian Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil & Menengah Berbasis Potensi Daerah ini adalah:

- 1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM);
- 2) Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
- 3) Peraturan Presiden Nomor I tahun 2017 tentang kebijakan Industri Nasional;
- 4) Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2016 tentang Peningkatan Daya Saing UMKM;

- 5) Peraturan Menteri Dalam Negeri RI No. 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah;
- 6) Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Nomor 6 tahun 2016 tentang Pemberdayaan Kelompok Bersama;
- 7) Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 8 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Perda Nomor 4 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah;
- 8) Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2022 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2023;
- 9) Peraturan Walikota Samarinda Nomor 118 Tahun 2021 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Penelitian dan Pengembangan Kota Samarinda;
- 10) Peraturan Walikota Samarinda Nomor 84 Tahun 2022 tentang Penjabaran Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2023;
- 11) DPA-OPD Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Penelitian dan Pengembangan Kota Samarinda Nomor DPA/A.1/5.01.5.05.0.00.01.0000/001/2023, tanggal 02 Januari 2023.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UKM melalui pemanfaatan potensi daerah yang ada, gambaran umum dari kajian ini:

- 1) Mengidentifikasi potensi daerah di Kota Samarinda yang dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk mengembangkan usahanya, bisa berupa sumber daya alam, sumber daya manusia atau potensi ekonomi lainnya.
- 2) Mengidentifikasi kelompok UKM di Kota Samarinda yang potensial untuk ditingkatkan kinerjanya melalui penguatan di Kota Samarinda yang potensial untuk ditingkatkan kinerjanya melalui penguatan kolaborasi dan pengelolaan Bersama.

- 3) Mengidentifikasi dan merancang model penguatan kelompok UKM berbasis potensi daerah yang telah diidentifikasi meliputi berbagai aspek seperti pengembangan produk, pengelolaan keuangan, pemasaran, sertifikasi dan pengembangan keterampilan.
- 4) Merancang program pelatihan dan pendampingan untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan UKM dalam penguatan bisnis mereka.
- 5) Merancang model kolaborasi dengan pihak terkait seperti perusahaan atau Lembaga keuangan untuk mendukung keberhasilan program penguatan UKM baik dalam hal pembiayaan, pemasaran atau pengembangan jaringan bisnis.
- 6) Merancang sistem evaluasi dan pemantauan keberhasilan program penguatan UKM yang akan digunakan untuk menilai kinerja dan dampak program, serta sebagai dasar untuk menyusun strategi pengembangan UKM.

Dengan demikian kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda akan merancang program yang meliputi berbagai aspek penguatan bisnis UKM, yang dilakukan melalui kolaborasi dan pengelolaan bersama untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UKM di Kota Samarinda. Berdasarkan gambaran umum tersebut, beberapa pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- 1) Apa saja potensi daerah yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan UKM di Kota Samarinda?
- 2) Bagaimana cara mengidentifikasi jenis UKM yang ada di Kota Samarinda dan keterkaitannya dengan potensi daerah?
- 3) Bagaimana cara memberikan pendampingan dan bantuan kepada UKM agar dapat meningkatkan kualitas produk, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia?
- 4) Bagaimana cara memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada UKM agar dapat meningkatkan kualitas produk layanan dan manajemen?

- 5) Bagaimana cara membangun jaringan kerja antara UKM, Pemerintah, Lembaga Keuangan dan Lembaga Pendukung UKM Lainnya?
- 6) Bagaimana cara membantu UKM untuk memperoleh pembiayaan dari berbagai sumber, seperti bank, koperasi dan Lembaga keuangan lainnya?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan diatas diharapkan dapat ditemukan solusi atau rekomendasi yang tepat untuk memperkuat kelompok UKM di Kota samarinda dengan memanfaatkan potensi daerah yang ada.

### **1.3 Maksud dan Tujuan**

Maksud dari kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda adalah untuk mengembangkan UKM di Kota Samarinda dengan memanfaatkan potensi daerah yang ada, dimana UKM memiliki peran penting dalam perekonomian kota samarinda selain menciptakan lapangan kerja, juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan menggerakkan roda perekonomian. Tujuan dari kajian ini adalah:

- 1) Mempelajari potensi daerah yang ada di Kota samarinda yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan UKM.
- 2) Mengidentifikasi jenis UKM yang ada di Kota samarinda dan menganalisis keterkaitannya dengan potensi daerah.
- 3) Memberikan pendampingan dan bantuan kepada UKM agar dapat meningkatkan kualitas produk, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia.
- 4) Memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada UKM agar dapat meningkatkan kualitas produk, layanan dan manajemen.
- 5) Membangun jaringan kerja antara UKM, pemerintah, Lembaga keuangan dan Lembaga pendukung UKM lainnya.
- 6) Membantu UKM untuk memperoleh pembiayaan dari berbagai sumber, seperti bank, koperasi dan Lembaga keuangan lainnya.

Dengan mengembangkan UKM berbasis potensi daerah di Kota samarinda diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat dan menggerakkan perekonomian daerah. Selain itu diharapkan juga

dapat memperkuat daya saing UKM dan memperluas pasar mereka baik di tingkat lokal maupun nasional.

#### **1.4 Sasaran**

Sasaran dari kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda adalah sebagai berikut:

- 1) Kelompok UKM yang berpotensi untuk dikembangkan di Kota Samarinda seperti UKM yang bergerak di bidang pariwisata, kerajinan tangan, kuliner dan sektor lainnya yang memiliki potensi daerah yang cukup besar.
- 2) Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Penelitian dan Pengembangan untuk memberikan kebijakan dan dukungan yang memadai bagi pengembangan UKM di Kota Samarinda.
- 3) Lembaga keuangan, seperti bank, koperasi dan Lembaga keuangan lainnya untuk memfasilitasi pembiayaan bagi UKM yang sedang berkembang di Kota Samarinda.
- 4) Lembaga Pendukung UKM, seperti Lembaga pelatihan, asosiasi UKM dan Lembaga konsultan, untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada UKM di Kota Samarinda.
- 5) Masyarakat dan konsumen di Kota Samarinda sebagai target market dari produk dan layanan yang dihasilkan oleh UKM yang sedang berkembang  
Dengan menyoal kelompok UKM yang berpotensi untuk dikembangkan, pemerintah daerah, Lembaga keuangan, Lembaga pendukung UKM dan masyarakat diharapkan dapat terbentuk sinergi yang kuat dalam mengembangkan UKM di Kota Samarinda berbasis potensi daerah.

#### **1.5 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup atau batasan kegiatan dari kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda adalah sebagai berikut:

- 1) Penyusunan profil dan analisis potensi daerah di kota samarinda yang dapat dikembangkan sebagai basis pengembang UKM.

- 2) Identifikasi dan analisis jenis UKM yang ada di Kota samarinda dan keterkaitannya dengan potensi daerah
- 3) Pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi pelaku UKM di Kota Samarinda dalam bidang manajemen, pemasaran, produksi dan sumber daya manusia.
- 4) Pendampingan dan bantuan bagi UKM di Kota samarinda dalam meningkatkan kualitas produk, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia.
- 5) Membangun jaringan kerja antara UKM, pemerintah daerah, Lembaga keuangan dan Lembaga pendukung UKM lainnya.
- 6) Memberikan rekomendasi bagi Pemerintah Kota Samarinda dalam Menyusun kebijakan dan program yang mendukung pengembangan UKM berbasis potensi daerah.

Kajian ini memiliki batasan yaitu tidak terlibat langsung dalam hal pembiayaan bagi UKM di Kota samarinda, kajian ini hanya memberikan rekomendasi dan saran untuk memperoleh pembiayaan dari berbagai sumber. Selain itu kajian ini juga tidak mencakup analisis terhadap faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan UKM di Kota samarinda seperti faktor sosial, politik dan ekonomi.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Definisi UMKM di Beberapa Negara

Setiap negara memiliki definisi sendiri-sendiri tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) atau SMEs (*Small and Medium Enterprises*). Kapizionis (2015) dari *University of the West of Scotland* mengatakan bahwa “setiap negara memiliki hak bebas untuk mendefinisikan SMEs sesuai dengan kebutuhan geografis atau praktis negara mereka, karena saat ini definisi tentang SMEs bervariasi antar negara”. Yuyuiko (2015) mengatakan bahwa dorongan untuk memberikan definisi UMKM berasal dari pertemuan G-20 2009 ketika negara-negara anggota berjanji untuk memberikan lebih banyak dana kepada UMKM. Namun, hingga saat ini definisi satu ukuran untuk semua (*one-size-fits-all definition*) mungkin tidak cukup mencirikan seluruh jajaran UMKM yang terdapat di negara maju dan berkembang.

UMKM (SMEs) bisa didefinisikan menggunakan pendekatan atau kriteria kuantifikasi, bisa juga dengan kriteria kualitatif yang berfokus pada isu-isu penting lainnya. Menurut Berisha dan Pula (2015), meskipun kriteria kualitatif lebih mudah membedakan UMKM dari usaha besar, akan tetapi yang paling sering digunakan adalah kriteria kuantitatif dalam bentuk angka. Dalam telaah kritis yang dilakukan oleh Berisha dan Pula (2015) menemukan adanya inkonsistensi dalam kriteria dan berbagai pendekatan yang diusulkan untuk mendefinisikan UMKM. Meskipun demikian, sulit untuk menemukan dua lembaga (lembaga statistik dan lembaga negara) yang sepakat dengan satu definisi UMKM.

Muhallab dan Jianguo (2016) mendefinisikan SMEs sebagai kelompok usaha yang heterogen (*heterogeneous group of businesses*). SMEs masih belum memiliki definisi yang bulat baik di tingkat nasional maupun internasional. Berdasarkan kajian literatur yang mereka lakukan, disimpulkan bahwa definisi usaha kecil (*small enterprises*) adalah

perusahaan independen, yang jumlah karyawannya kurang dari suatu jumlah tertentu dan memiliki perputaran tertentu (*specific turnover*) atau modal tertentu. Begitu juga definisi usaha menengah (*medium enterprises*).

Dengan demikian, mengenai ukurannya, ditetapkan sendiri oleh regulasi di masing-masing negara. Kriteria yang umumnya digunakan adalah jumlah karyawan, *assets turnover*, dan modal atau ekuitas.

Muhallab dan Jianguo (2016) mengonfirmasi mayoritas SMEs di dunia merupakan perusahaan independen (*independent firms*) dengan jumlah pekerja kurang dari 50 orang dan ukuran ini berbeda di setiap negara. Banyak negara yang mengklasifikasikan UMKM dengan parameter atau kriteria jumlah tenaga kerja tidak melebihi 250 atau 200 orang. Khusus SMEs di AS, jumlah tenaga kerja tidak melebihi dari 500 orang.

Sementara di Kanada, bisnis dengan kurang dari 500 karyawan dikategorikan sebagai SMEs. Di Jerman, batas atas adalah 250 karyawan, di Selandia Baru 19 karyawan, dan di Uni Eropa lebih dari 250 karyawan untuk usaha menengah dan 50 karyawan untuk usaha kecil. Di Inggris, sesuai *Companies Act* of 1985, UMKM dikategorikan berdasarkan omzet tidak boleh lebih dari £5,6 juta dan jumlah karyawan tidak boleh lebih dari 50 orang. Hingga saat ini definisi umum tentang SMEs belum disepakati, tetapi masih terus diupayakan agar bisa diterima di seluruh dunia ([iqualifyuk.com](http://iqualifyuk.com)).

Basyiru (2015) dari *American University of Nigeria*, mengatakan bahwa definisi SMEs dengan kriteria jumlah karyawan lebih direkomendasikan karena tidak mudah berubah terhadap inflasi. Jumlah karyawan dianggap merupakan indikator yang tidak bias dari inflasi daripada banyak kriteria lain yang digunakan untuk mendefinisikan SMEs seperti, aset, modal, omset dan jumlah lini produk. Menurut Basyiru (2015), SMEs bergantung pada intervensi yang ingin diberikan oleh pemerintah pada waktu tertentu. Walaupun begitu, antar jenis lembaga pemerintah dalam satu negara masih terdapat perbedaan dalam mendefinisikan SMEs.

Carrão (2015) dari *Universidade Metodista de Piracicaba* (Unimep) mengatakan bahwa “ada keragaman kriteria SMEs, sehingga disimpulkan bahwa tidak mungkin membuat satu definisi yang diterima secara global. Akan tetapi, kriteria yang paling umum adalah jumlah pekerja”. Walaupun demikian, risiko menggunakan ukuran jumlah pekerja adalah membandingkan bisnis yang produksi atau sistem operasionalnya menggunakan tingkat teknologi yang berbeda. Di Brasil, meskipun “jumlah pekerja” adalah kriteria yang paling banyak digunakan dalam studi karena data ini mudah dikumpulkan dari sumber resmi, akan tetapi peraturan perundangan di Brasil menetapkan “pendapatan kotor tahunan (*annual gross revenue*)” yang digunakan untuk menentukan ukuran untuk mengklasifikasikan suatu usaha atau bisnis. Karena itu Carrão berpendapat setiap negara harus memiliki kriteria sendiri tentang SMEs.

*Corporate Finance Institute, CFI Team* (2022) mengonfirmasi dalam mendefinisikan atau kategorisasikan UMKM, biasanya didasarkan atas beberapa kriteria, termasuk jumlah tenaga kerja (*number of employees*), jumlah aset atau modal sendiri perusahaan (*number of assets owned by the company*), kapitalisasi pasar (*market capitalization*), atau kombinasi dari kriteria-kriteria tersebut.

Di Amerika Serikat menganut berbagai definisi yang berpedoman pada Sistem Klasifikasi Industri Amerika Utara atau *the North American Industry Classification System* (NAICS). Pada dasarnya, sistem ini dikembangkan secara kolektif oleh AS, Kanada, dan Meksiko untuk membantu menetapkan seperangkat pedoman dan standar yang memungkinkan pengumpulan dan analisis statistik operasional bisnis di Amerika Utara ([investopedia.com](http://investopedia.com)). *Small Business Administration* atau SBA di AS (ini semacam Kementerian Koperasi dan UMKM di Indonesia), bertanggung jawab untuk membuat daftar standar dan karakteristik yang harus dipenuhi oleh bisnis agar dapat dianggap sebagai SMEs.

Daftar ini tidak secara khusus ditargetkan untuk UMKM karena “terutama berkaitan dengan perusahaan skala kecil”. Namun, sebagian besar SMEs diharuskan untuk memenuhi semua undang-undang dan

pedoman, yang juga mempertimbangkan persyaratan dan kode operasi yang ditetapkan oleh NAICS. Hal ini penting karena banyak usaha kecil dapat mengajukan kontrak dan pendanaan pemerintah, asalkan mereka memenuhi semua syarat yang diperlukan.

Di AS, SMEs didefinisikan berdasarkan “industri tempat SMEs tersebut beroperasi”. Jika sebuah perusahaan merupakan “bagian dari industri manufaktur”, dapat diklasifikasikan sebagai SMEs jika memiliki maksimal 500 karyawan, tetapi perusahaan yang terlibat dalam perdagangan grosir hanya dapat jika memiliki 100 karyawan. Perbedaan juga ada di antara sektor-sektor suatu industri. Misalnya, di industri pertambangan, perusahaan yang menambang nikel atau bijih tembaga dapat memiliki hingga 1.500 karyawan, tetapi perusahaan pertambangan perak hanya dapat memiliki maksimal 250 karyawan untuk dapat dianggap sebagai SMEs. Dengan demikian, “ada perbedaan definisi SMEs berdasarkan jenis industri”, sehingga definisi SMEs bisa bervariasi tergantung SMEs tersebut beroperasi dan di jenis industri apa.

Definisi SMEs di Kanada sama dengan yang berlaku di AS, di mana SMES diidentifikasi sebagai bisnis yang mempekerjakan kurang dari 500 orang. Sementara, bisnis dengan 500 atau lebih karyawan secara ketat dianggap bisnis besar. “*Industry Canada*”, sebuah organisasi yang bekerja untuk memfasilitasi pertumbuhan ekonomi dan industri di Kanada menganggap usaha kecil memiliki kurang dari 100 karyawan, asalkan perusahaan memproduksi barang. Batas untuk usaha kecil yang menyediakan layanan adalah 49 karyawan atau kurang. Perusahaan yang cocok di antara batas jumlah karyawan ini dianggap sebagai SMEs. (kemenkeu.go.id)

Organisasi lain, *Statistics Canada* yang melakukan penelitian dan mengumpulkan data terkait bisnis dan perdagangan di negara tersebut mendefinisikan UMKM sebagai bisnis yang memiliki tidak lebih dari 499 karyawan. Namun, berdasarkan penelitian dan data yang dikumpulkan tersebut menetapkan bahwa SMEs memiliki pendapatan kotor (*gross revenue*)” setahun kurang dari \$50 juta. (kemenkeu.go.id)

Dengan demikian, baik di AS maupun Kanada tidak mengenal usaha mikro dan ultra mikro yang merupakan ciri UMKM di Indonesia. Pendapatan kotor dapat juga digunakan untuk mengklasifikasikan UMKM, karena merefleksikan peningkatan skala atau kapasitas usaha dan provitabilitas.

## 2.2 Kriteria UMKM di Negara Lain

Berdasarkan penelitiannya di beberapa negara, *Catalyze-Group* memetakan beberapa kriteria bagi sebuah usaha atau bisnis untuk dapat diklasifikasikan atau dikategorikan sebagai SMEs, seperti terlihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.1 Klasifikasi SMEs Menurut *Catalyze-Group***

Kriteria	Ukuran
<b>Staff headcount</b>	< 250 annual work units
<b>Annual turnover</b>	≤ €50 million
<b>Annual balance sheet total</b>	≤ €50 million
<b>Staff headcount for Micro-sized</b>	<10 AWU*
<b>Staff headcount for Small-sized</b>	<50 AWU*
<b>Staff headcount for Medium-sized</b>	<250 AWU*

*Ket\*:* The staff headcount is expressed in annual work units (AWU)

*Sumber :* *Catalyze-Group, 2022*

Selanjutnya, di Nigeria, Pemerintah mendefinisikan UMKM menggunakan tiga kriteria, yaitu: modal, omzet dan tenaga kerja yang terlibat. Dalam Rencana Pengembangan Industri Skala Kecil Pemerintah Federal tahun 1980, bisnis skala kecil didefinisikan sebagai “*proses manufaktur atau industri jasa apa pun, dengan modal tidak melebihi ₦150,000 di bidang manufaktur dan peralatan saja*”. Divisi industri skala kecil dari Kementerian Perdagangan Federal dan Industri (FMCI) Nigeria dalam Nwaogwugwu dan Ugiagbe (2008) mendefinisikan industri skala kecil sebagai “*perusahaan dengan investasi modal sebesar ₦250.000 dan memiliki karyawan antara 50 sampai 150 orang*”. (kemenkeu.go.id)

Negeria juga mendefinisikan UMKM menggunakan kriteria kualitatif, diantaranya : (i) wilayah operasi, di mana sebagian besar UMKM beroperasi

di lokal (daerah); (ii) karyawan tinggal di komunitas di mana bisnis berada; (iii) manajer bersifat independen, dan hanya bertanggung jawab kepada dirinya sendiri; (iv) Mereka biasanya memiliki satu toko, tetapi mungkin memiliki beberapa lokasi toko di kota atau area metropolitan yang sama; dan (v) mereka adalah bisnis yang tidak mungkin untuk melakukan penelitian dan pengembangan (R&D) karena pengeluaran modal yang rendah. (kemenkeu.go.id)

Berdasarkan pendapat dan hasil penelitian yang diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa kriteria-kriteria yang umumnya dipakai di banyak negara adalah jumlah tenaga kerja, total aset, omzet tahunan (*annual assets turnover*), pendapatan kotor tahunan (*annual gross revenue*), kapitalisasi pasar (*market capitalization*), dan modal (Kapizionis, 2015; Berisha dan Pula, 2015; Muhallab dan Jianguo, 2016; Basyiru, 2015; Carrão, 2015; *CFI Team*, 2022; Nwaogwugwu dan Ugiagbe, 2008; *CatalyzeGroup*, 2022). Namun, yang paling banyak dijadikan ukuran adalah tenaga kerja dengan batas di bawah 500 orang dikategorikan sebagai SMEs, dan lebih dari itu dikategorikan sebagai usaha besar.

Berdasarkan dari uraian di atas, kriteria UMKM yang berlaku umum di banyak negara adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Kriteria UMKM di Banyak Negara**

<b>Kriteria UMKM</b>	Memiliki aset, modal dan omzet yang terbatas dengan ukuran tertentu
	Tidak memenuhi persyaratan prudensial perbankan
	Jumlah tenaga kerja sedikit, di bawah 500 orang.
	Merupakan usaha individual, bersifat informal, dan umumnya memiliki satu jenis usaha
	Merupakan pekerja mandiri atau independen
	Sebagian besar beroperasi di wilayah lokal
	Berhak mendapatkan intervensi pemerintah
	Asimetrik terhadap informasi

*Sumber: Hasil penelusuran literatur, 2022*

### **2.3 Definisi dan Kriteria UMKM Menurut UU RI No. 20 Tahun 2008 dan PP No. 7 Tahun 2021**

UMKM merupakan kepanjangan dari Usaha Mikro Kecil Menengah. UMKM sendiri pada dasarnya adalah sebuah usaha atau bisnis yang dijalankan oleh perorangan, kelompok, atau badan usaha. UMKM di Indonesia diklasifikasikan menjadi Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah.

Definisi UMKM adalah usaha yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha. Lebih jelasnya, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut disebutkan UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Penggolongan UMKM dilakukan dengan batasan omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Usaha yang tak masuk sebagai UMKM adalah dikategorikan sebagai usaha besar.

Menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah. Usaha besar meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kriteria UMKM dijelaskan lewat Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. PP UMKM ini mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM). Salah satunya adalah aturan terkait kriteria UMKM itu sendiri.

Kriteria UMKM yang baru diatur di dalam Pasal 35 hingga Pasal 36 PP UMKM. Berdasarkan pasal tersebut, UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan UMKM yang didirikan setelah PP UMKM berlaku. Kriteria modal tersebut terdiri atas:

- 1) Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- 2) Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- 3) Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Sedangkan bagi UMKM yang telah berdiri sebelum PP UMKM berlaku, pengelompokan UMKM dilakukan berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan. Kriteria hasil penjualan tahunan terdiri atas:

- 1) Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
- 2) Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah)
- 3) Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Nilai nominal kriteria di atas dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian. Selain kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan, kementerian/lembaga negara dapat menggunakan kriteria lain seperti omzet, kekayaan bersih, nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan disinsentif, kandungan lokal, dan/atau penerapan teknologi ramah lingkungan sesuai dengan kriteria setiap sektor usaha untuk kepentingan tertentu (Pasal 36 PP UMKM).

Kriteria UMKM dalam Pasal 6 UU UMKM diatur berbeda secara signifikan dalam PP UMKM. Sebagai perbandingan, berikut ini adalah perbedaannya:

**Tabel 2.3 Kriteria UMKM menurut UU UMKM dan PP UMKM**

<b>Indikator</b>	<b>UU UMKM</b>	<b>PP UMKM</b>
<b>Pengelompokan UMKM</b>	UMKM dikelompokkan berdasarkan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih ialah jumlah aset setelah di kurangi dengan hutang atau kewajiban	UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal sendiri dan modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha
<b>Kekayaan Bersih atau Modal Usaha</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha Mikro: paling banyak Rp50 juta</li> <li>2. Usaha Kecil: lebih dari Rp50juta – paling banyak Rp500juta</li> <li>3. Usaha Menengah: lebih dari Rp500juta – paling banyak Rp10miliar</li> </ol> Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha Mikro: paling banyak Rp1 miliar</li> <li>2. Usaha Kecil: lebih dari Rp1miliar – paling banyak Rp5miliar</li> <li>3. Usaha Menengah: lebih dari Rp5miliar – paling banyak Rp10miliar</li> </ol> Diluar tanah dan bangunan tempat usaha
<b>Hasil Penjualan Tahunan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha Mikro: paling banyak Rp300juta</li> <li>2. Usaha Kecil: lebih dari Rp300juta – paling banyak Rp2,5miliar</li> <li>3. Usaha Menengah: lebih dari Rp2,5miliar – paling banyak Rp50miliar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha Mikro: paling banyak Rp2 miliar</li> <li>2. Usaha Kecil: lebih dari Rp2 miliar – paling banyak Rp15miliar</li> <li>3. Usaha Menengah: lebih dari Rp15miliar – paling banyak Rp50miliar</li> </ol>

*Sumber: UU No. 20 Tahun 2008 dan PP No. 7 Tahun 2021*

#### **2.4 Model Penguatan UMKM agar Naik Kelas (*Scaling-Up*)**

Berdasarkan *review* literatur di atas, maka dapat disusun kerangka teori definisi UMKM dan Model UMKM naik kelas. Setiap negara memiliki ukuran tersendiri untuk setiap kriteria tersebut. Kriteria yang paling umum adalah *size of employee*, untuk SMEs di bawah 500 orang atau di atas 500 orang dikategorisasi sebagai Usaha Besar (UB). Khusus untuk usaha mikro atau ultra

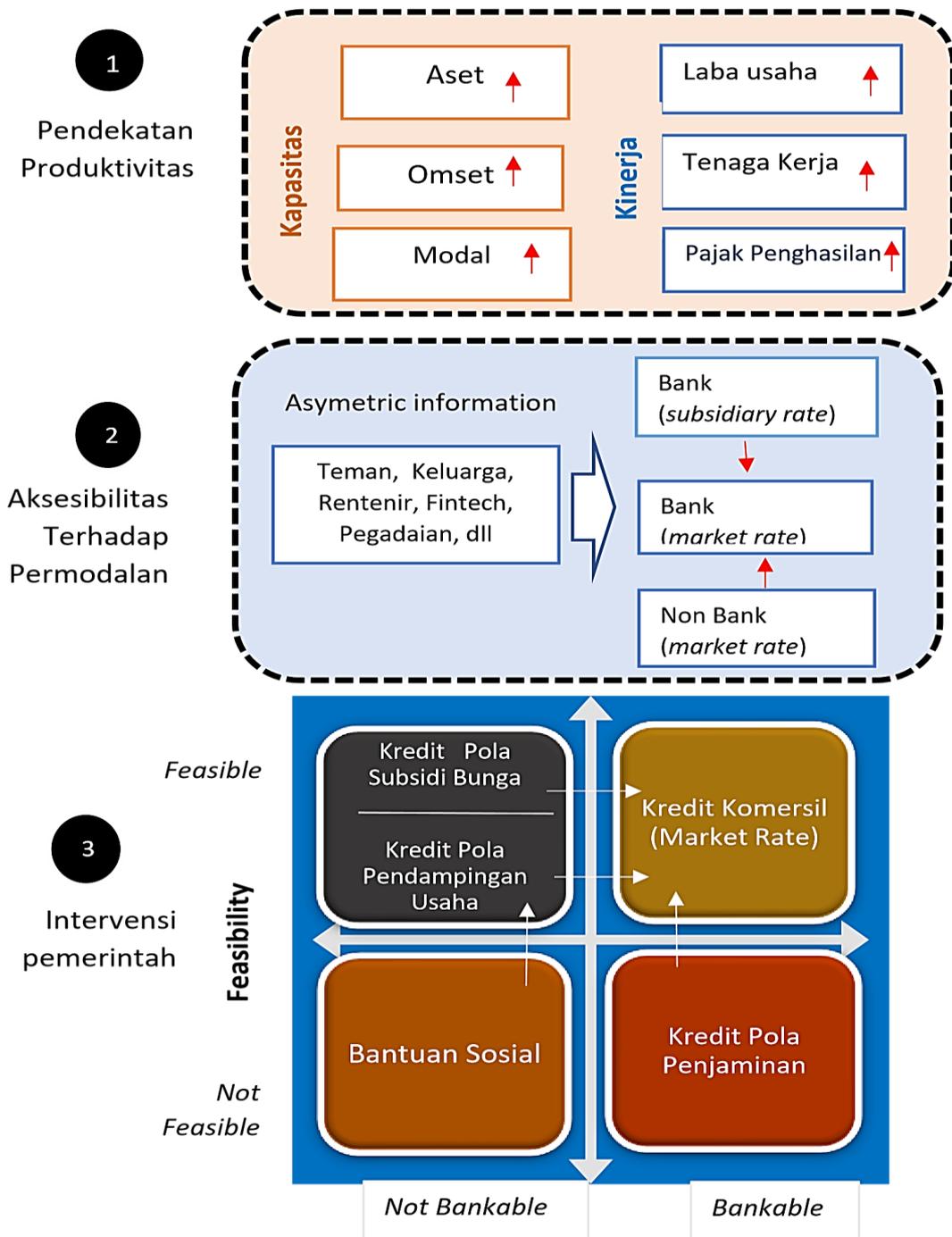
mikro, ukurannya di bawah 50 orang. Berikut definisi dan kriteria agar UMKM bisa naik kelas (*scaling-up*)

**Tabel 2.4 Definisi dan Kriteria UMKM Agar Naik Kelas (*Scaling-Up*)**

<b>Definisi UMKM</b>	<b>Kriteria Ukuran Kapasitas Usaha UMKM</b>	Jumlah tenaga Kerja
		Aset
		Modal
		Omzet
		Provitabilitas
		Kontribusi Pajak Penghasilan
		<b>Kriteria Aksesibilitas pada sumber pembiayaan</b>
Asuransi		
Non Bank Financing		
Microfinance		
Koperasi		
Fintech		
<b>Kriteria Intervensi Pemerintah</b>	Bantuan sosial (Bansos)	
	Subsidi bunga	
	Penjaminan risiko	
	Bantuan modal	
	Pendampingan usaha	
	Digitalisasi	
<b>Kriteria Orientasi Usaha UMKM</b>	Bertahan hidup ( <i>survival</i> )	
	Memperbesar kapasitas usaha	
	Menghindari hutang	
	Berani berhutang	
	berkembang menjadi usaha besar	

*Sumber: www.kemenkeu.go.id, 2022*

**Gambar 2.1 Model Pendekatan UMKM Naik Kelas (*Scaling-Up*)**



Sumber: [www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id), 2022

## 2.5 Model Pendekatan UMKM Agar Naik Kelas (*Scaling-Up*)

Gambar 2.1 menjelaskan tiga pendekatan dalam mengukur atau menilai UMKM naik kelas (*scaling up*), yaitu : (i) pendekatan produktivitas, (ii) pendekatan aksesibilitas terhadap permodalan, dan (iii) pendekatan intervensi pemerintah. Suatu usaha dinilai naik kelas (*scaling up*) apabila ada peningkatan usaha baik dari sisi kapasitas maupun dari sisi kinerja usaha. Peningkatan kapasitas usaha terefleksi dari peningkatan aset, modal, dan tenaga kerja. Sementara, peningkatan kinerja usaha terefleksi dari peningkatan penjualan tahunan (omset), dan tingkat keuntungan atau laba (provitabilitas) dan kontribusi pajak penghasilan (Peraturan Pemerintah). Bila parameter-parameter ini meningkat, maka suatu usaha disebut naik kelas. Ketiga pendekatan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1) Pendekatan Produktivitas

Pendekatan produktivitas merujuk pada teori skala ekonomis (*economies of scale*). Skala ekonomis merupakan suatu teori yang menggambarkan fenomena menurunnya biaya produksi per unit pada suatu perusahaan dibarengi dengan meningkatnya volume produksi (*output*). Semakin besar perusahaan, semakin rendah biaya produksi per unit produk yang dihasilkan. Salah satu alasannya dari teori ini adalah pembelian bahan baku dalam jumlah atau ukuran besar umumnya akan memperoleh diskon dari penjual sehingga harga bahan baku (input) menjadi lebih murah yang kemudian menekan *cost* per unit. Dengan jam kerja dan jumlah pekerja sama, pengolahan bahan baku menjadi produk tersebut akan menimbulkan biaya produksi yang lebih murah.

Suatu perusahaan dikatakan berhasil mencapai skala ekonomis internal apabila mampu mengurangi biaya dan meningkatkan volume produksi atau volume penjualan (Samuelson dan Nordhaus, 1992). Pada saat usaha sedang tumbuh, *marginal revenue* lebih besar dari *marginal cost*. Pada saat *marginal revenue* sama dengan *marginal cost*, terjadi apa yang disebut "*economies of scale*". Ketika *marginal cost* mulai meningkat melebihi *marginal revenue* akibat meningkatnya *cost* per unit, terjadi apa yang disebut "*decreasing economies of scale*".

Untuk memastikan kesinambungan usaha, perusahaan harus melakukan terobosan (*exit strategy*), baik dari sisi *cost* (efisiensi) maupun dari sisi optimalisasi penggunaan faktor-faktor produksi, termasuk menggunakan teknologi baru. Atau, melakukan efisiensi dalam aspek proses produksi. Sementara, dari sisi eksternal, khususnya marketing, perusahaan bisa meningkatkan efisiensi operasional dengan mengakses sistem informasi dan melakukan operasi usaha berbasis digital. Di sini, perusahaan harus mempunyai tenaga-tenaga terampil atau yang kompeten di bidangnya.

## **2) Pendekatan Aksesibilitas**

Dari sisi pendekatan aksesibilitas, terkait dengan karakteristik masyarakat dan usaha berhadapan dengan produk dan layanan yang disediakan baik oleh lembaga keuangan formal, khususnya perbankan, maupun oleh pemerintah (*government intervention*). Tejvan Pettinger (2020) yang disarikan dalam buku Samuelson dan Nordhaus (1992) menjelaskan bahwa *“free market economists argue that government intervention should be strictly limited as government intervention tends to cause an inefficient allocation of resources. However, others argue there is a strong case for government intervention in different fields, such as externalities, public goods and monopoly power”*.

UMKM khususnya di lapisan terbawah (mikro dan ultra mikro) merupakan masyarakat atau pelaku usaha yang asimetrik terhadap informasi. Mereka gagal masuk ke pasar yang kompetitif (*market failure*). Karena itu, agar mereka bisa *survive* dalam memenuhi kebutuhan dasarnya, pemerintah wajib melakukan intervensi melalui berbagai kebijakan, baik fiskal maupun moneter dan keuangan.

## **3) Intervensi Pemerintah**

Pemerintah berperan sebagai *“monopoly power”* untuk melakukan intervensi dari sisi fiskal, seperti memberikan perlindungan atau bantuan sosial (bansos), subsidi bunga dan penjaminan risiko pembiayaan. Kredit Program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan salah satu misi pemerintah untuk mendorong peningkatan inklusi keuangan atau

mengakseskan semua masyarakat memiliki kesempatan untuk mengakses pembiayaan yang disediakan pemerintah maupun lembaga keuangan formal, khususnya perbankan. Kelompok masyarakat yang melakukan usaha dengan modal terbatas perlu dibantu pemerintah agar membantu mereka memperbesar modal usaha sekaligus melindungi mereka dari jebakan “rentenir” dan/atau “investasi bodong”.

Pemerintah menghadirkan program KUR untuk menyediakan pembiayaan berbunga rendah kepada bisa usaha-usaha yang *feasible*, akan tetapi *not bankable* dari sisi pemenuhan persyaratan prudensial pembiayaan; *character, capacity, capital, collateral dan condition dari debitur (5C)*. Targetnya adalah pelaku usaha yang *feasibility*-nya rendah dan tidak mampu membayar bunga tinggi atau *market rate*, sehingga pemerintah memberikan subsidi bunga. Sektor usaha yang menjadi sasaran KUR adalah sektor produktif seperti sektor pertanian, perikanan dan kelautan, serta sektor manufaktur. Besarnya subsidi bunga dalam selisih antara *lending rate* dan suku bunga penetapan pemerintah.

Selain KUR, pemerintah juga memberikan intervensi terhadap UMKM melalui pembiayaan alternatif pola “*Taylor Made*” atau yang disebut pembiayaan ultra mikro atau UMi. Pembiayaan ini ditujukan kepada masyarakat atau pelaku usaha yang tidak mampu mengakses KUR atau kredit komersil karena kesulitan permodalan (*capital*) dan *collateral*. Masyarakat yang menjadi target adalah pelaku usaha yang secara bisnis layak (*feasible*), akan tetapi tidak memenuhi persyaratan prudential pembiayaan perbankan (*not bankable*), terutama *capital* dan *collateral*. Salah satu perbedaan Pembiayaan UMi dengan KUR adalah pada sumber pembiayaan, di mana dana KUR bersumber dari bank dan disalurkan oleh bank, sementara dana UMi bersumber dari pemerintah dan sumber lain (seperti investor, donor, dan filantropi), dan disalurkan oleh lembaga keuangan bukan bank (LKBB).

Perbedaan lain adalah pada pembiayaan UMi, nilai pinjamannya relatif kecil (ultra mikro) karena ukuran usahanya sangat kecil. Pemerintah mengenali mereka dengan pinjaman di bawah Rp10 juta, dan menyediakan

pembiayaan baik secara individu maupun kelompok (*group lending*). Dalam program Pembiayaan UMi, lembaga penyalur menyediakan tenaga-tenaga pendamping untuk menjalankan usaha secara produktif dan efisien, serta disiplin dalam melakukan pembukuan dan membayar kewajiban pinjaman, baik pokok maupun bunganya. Bila kelompok masyarakat seperti ini dipaksa pemerintah untuk mengakses kredit perbankan seperti KUR, walaupun risiko gagal bayarnya diatasi pemerintah dengan memberikan subsidi bunga kepada bank-bank penyalur, bisa sangat berisiko jika masyarakat yang memiliki karakter : (i) ingin coba-coba tanpa kesiapan mental dan pengetahuan, (ii) menggunakan dana KUR untuk kepentingan non produktif karena tidak dikontrol oleh bank, dan (iii) menilai KUR sebagai “bantuan pemerintah” yang tidak perlu dikembalikan (*moral hazard*). Hasil akhirnya, usaha mereka tidak berjalan lancar, sulit untuk tumbuh, dan bahkan mereka terjebak dalam beban utang yang terus membengkak.

Sementara, pada program KUR, ukuran usaha para pelaku usaha di atas skala ultra mikro, di mana pemerintah mengenalinya dengan pinjaman di bawah Rp50 juta tetapi di atas Rp10 juta. Mereka memenuhi semua persyaratan prudensial pembiayaan, kecuali capital, sehingga pemerintah mendorong perbankan untuk memberikan kredit modal kerja. Karena mereka memiliki collateral, maka memiliki kesempatan untuk mendapatkan kredit dengan ukuran yang lebih besar. Namun, pemerintah memberikan batas atas kredit dalam program KUR agar menghindari terjadinya *financial exclusion*. KUR tidak boleh disalurkan kepada pelaku usaha yang sudah memenuhi semua persyaratan prudensial (5C).

## BAB III METODOLOGI

### 3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Samarinda - Provinsi Kalimantan Timur. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama 4 (empat) bulan, di mulai pada bulan Maret 2023 hingga tahapan penyelesaian pada bulan Juni 2023. Berikut rincian jadwal perencanaan dan pelaksanaan penelitian yang dilakukan:

**Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

No	Kegiatan	Tahun 2023 ( <i>Time Line</i> )															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Rancangan Penelitian ( <i>research design</i> ) dan Instrumen Survei																
2	Pengumpulan Data Lapangan																
3	Pengolahan dan analisis data																
4	<i>Focus Group Discussion</i> (FGD)																
5	Penyusunan Draft Laporan Akhir																
6	<i>Expose Final Report / Seminar</i>																
7	Monitoring dan Evaluasi																

Sumber: Diolah Peneliti; 2023

### 3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam hal pengumpulan data, terdapat beberapa macam metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu mengumpulkan data yang bersumber dari *textbook*, *journal*, artikel ilmiah,

*literature review*, serta wawancara (*interview*) yang berisikan tentang konsep yang diteliti.

Selain itu, data juga bersumber dari peraturan perundangan dan kebijakan pemerintah yang terkait dengan aspek yang diteliti. Untuk mendapat perspektif dari para ahli dan *stakeholder*, dilakukan penjarangan pendapat dan pengalaman melalui *Focus Group Discussion* (FGD).

### **3.3 Metode Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan 3 tahapan. Tahap pertama; menggunakan metode studi referensi atau studi kepustakaan dan studi empirik. Metode ini merupakan bagian dari studi eksplorasi, yang bertujuan untuk mengembangkan aspek teoritis maupun aspek manfaat praktis dalam rangka mencari dasar pijakan untuk memperoleh atau membangun landasan teori, kerangka berfikir, maupun menentukan dugaan/kesimpulan sementara, sehingga dapat dikelompokkan dan dialokasikan pengorganisasiannya menggunakan variasi pustaka dalam bidang atau konteks yang diteliti (Emory and Cooper, 1991).

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan tiga jenis analisis, yaitu : (i) analisis deskriptif kualitatif dengan penelaahan hasil-hasil penelitian terdahulu, baik secara teoritis, empiris maupun non empiris, untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan; (ii) memadukan temuan penelitian dengan hasil penelitian sebelumnya, untuk memperoleh informasi tentang gap antara kenyataan (kinerja) dan harapan (ekspektasi); (iii) analisis survei instrumen kuesioner yang disebar kepada responden dalam suatu wilayah penelitian dalam hal ini para pelaku UKM di 10 Kecamatan yang ada di Kota Samarinda

Kajian tahap kedua; dilakukan analisis atas survei untuk mendeskripsikan parameter atau kriteria untuk mendefinisikan atau memetakan yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta yang menjadi tantangan dan peluang UKM di Kota Samarinda. Selanjutnya berdasarkan data ini, didesain model penguatan UKM berbasis potensi daerah sehingga bisa naik kelas (*scaling up*)

Sedangkan kajian tahap ketiga; model penguatan UKM naik kelas yang berbasis potensi daerah dalam bentuk desain yang dapat dipakai untuk bagi

*stakeholders* dalam pengembangan UKM di Kota Samarinda. Desain model akan diuji coba pada sampel/daerah/sector terbatas untuk mengevaluasi efektivitasnya. Selanjutnya model UKM naik kelas berbasis potensi daerah ini dipublikasikan di jurnal ilmiah bereputasi ataupun dalam bentuk buku dan menjadi bagian dari naskah akademik dalam merancang regulasi tentang UKM, serta menjadi basis bagi pemerintah daerah/pusat dalam melakukan intervensi fiskal untuk pemberdayaan UKM.

## BAB IV

### ANALISIS DATA

#### 4.1 Potensi Daerah Kota Samarinda

Samarinda merupakan ibu kota provinsi di Kalimantan Timur, yang merupakan kawasan dengan memiliki *multiplier effect* positif terhadap perkembangan kabupaten di sekitarnya. Keberhasilannya, tidak terlepas dari adanya perkembangan infrastruktur yang dimilikinya.

Dengan luas wilayah 718,23 km<sup>2</sup> yang meliputi 10 kecamatan, potensi sumberdaya alam yang dimiliki Kota Samarinda antara lain: pertanian, peternakan, perikanan darat, pertambangan. Sedangkan potensi unggulan yang dominan dalam menunjang perekonomian daerah adalah jasa dan perdagangan, pertanian, perkebunan (sawit dan aneka tanaman lainnya), industri perkapalan, batubara dan lain-lain. (Dinas Perkebunan Provinsi Kalimantan Timur; 2020)

Dilihat dari laju pertumbuhan ekonomi, kondisi ekonomi kota Samarinda saat ini semakin baik. Nilai PDRB Kota Samarinda pada tahun 2022 meningkat dari tahun 2020 dan 2021, di mana laju pertumbuhan ekonomi tahun 2022 sebesar 6,58 persen meningkat 3,8 poin dibanding tahun 2020 di mana laju pertumbuhan ekonominya minus 0,99 persen. Kemudian mengalami peningkatan menjadi 2,78 persen pada tahun 2021, dan terus mengalami kenaikan di tahun 2022 mencapai 6,58 persen. Kondisi ini menandakan membaiknya perekonomian setelah terdampak Covid-19 yang mulai menyebar luas di Indonesia sejak tahun 2020. (BPS Kota Samarinda; 2022)

**Tabel 4.1 Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Atas  
Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Kota Samarinda  
Tahun 2019 – 2022 (dalam persen)**

Lapangan Usaha	2019	2020	2021	2022
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	<b>1,11</b>	<b>0,75</b>	<b>0,41</b>	<b>1,36</b>
Pertambangan dan Penggalian	<b>5,65</b>	<b>-3,82</b>	<b>3,15</b>	<b>2,28</b>
Industri Pengolahan (Manufaktur)	<b>4,27</b>	<b>-3,97</b>	<b>1,48</b>	<b>5,06</b>
Pengadaan Listrik dan Gas	<b>8,75</b>	<b>14,55</b>	<b>2,25</b>	<b>1,95</b>
<b>Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang</b>	<b>3,77</b>	<b>6,94</b>	<b>5,33</b>	<b>6,52</b>
Konstruksi	<b>4,12</b>	<b>-4,50</b>	<b>1,85</b>	<b>7,82</b>
Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	<b>5,36</b>	<b>1,85</b>	<b>3,59</b>	<b>6,82</b>
Transportasi dan Pergudangan	<b>7,98</b>	<b>-0,40</b>	<b>3,22</b>	<b>9,51</b>
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	<b>7,66</b>	<b>-3,74</b>	<b>2,00</b>	<b>9,59</b>
Informasi dan Komunikasi	<b>6,39</b>	<b>7,31</b>	<b>7,98</b>	<b>8,39</b>
Jasa Keuangan dan Asuransi	<b>2,52</b>	<b>2,73</b>	<b>2,16</b>	<b>10,28</b>
Real Estat	<b>3,01</b>	<b>1,96</b>	<b>-2,04</b>	<b>2,61</b>
Jasa Perusahaan	<b>1,70</b>	<b>-3,49</b>	<b>1,49</b>	<b>5,31</b>
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	<b>4,32</b>	<b>-3,75</b>	<b>2,68</b>	<b>8,96</b>
Jasa Pendidikan	<b>4,70</b>	<b>1,81</b>	<b>1,19</b>	<b>2,28</b>
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	<b>6,40</b>	<b>18,20</b>	<b>13,66</b>	<b>4,31</b>
Jasa Lainnya	<b>7,94</b>	<b>-2,98</b>	<b>0,61</b>	<b>7,36</b>
<b>PDRB</b>	<b>5,00</b>	<b>-0,99</b>	<b>2,78</b>	<b>6,58</b>

Sumber: BPS Kota Samarinda; 2023

Pada tabel 4.1 jika diamati menurut lapangan usaha (sektor ekonomi), pertumbuhan ekonomi Kota Samarinda tahun 2022 di seluruh sektor ekonomi tumbuh positif dengan pertumbuhan ekonomi tertinggi dicapai oleh Sektor Jasa Keuangan dan Asuransi yang tumbuh sebesar 10,28 persen, diikuti oleh Sektor Penyediaan Akomodasi Makan Minum sebesar 9,59 persen dan Sektor Transportasi dan Pergudangan sebesar 9,51 persen. Berdasarkan distribusi PDRB berdasarkan Lapangan Usaha, perekonomian Kota Samarinda didominasi oleh sektor sekunder (manufaktur) yaitu sektor Konstruksi yang memiliki kontribusi sebesar 20,51 persen, lalu diikuti sektor tersier dari Sektor Perdagangan sebesar 16,07 persen dan sektor primer dari sektor pertambangan dan penggalian sebesar 15,66 persen. (BPS Kota Samarinda; 2023)

Untuk lapangan pekerjaan utama penyerap tenaga kerja terbanyak yaitu perdagangan besar dan eceran; reparasi dan perbaikan mobil dan sepeda motor sebesar 27,43 persen; penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar 10,65 persen, dan transportasi dan pergudangan; informasi dan komunikasi sebesar 8,47 persen. (BPS Kota Samarinda; 2023)

Menurut status pekerjaan utama penduduk kota Samarinda berusia 15 tahun ke atas yang bekerja, terbanyak adalah yang memiliki pekerjaan utama sebagai buruh/karyawan/pegawai sebesar 57,20 persen, diikuti oleh berusaha sendiri sebesar 22,37 persen, sebesar 6,24 persen berusaha dibantu buruh tidak tetap/buruh tidak dibayar dan pekerja keluarga sebesar 5,73 persen. Secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2 Penduduk Berusia 15 Tahun ke Atas Menurut Status Pekerjaan dan Jenis Kelamin di Kota Samarinda, 2022 (dalam Jiwa)**

Status Pekerjaan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Berusaha sendiri	47.527	40.930	88.457
Berusaha dibantu buruh tidak tetap/buruh tak dibayar	16.407	8.254	24.661
Berusaha dibantu buruh	9.727	2.047	11.774

tetap/buruh dibayar			
Buruh/Karyawan/Pegawai	155.512	70.729	226.241
Pekerja bebas	20.285	1.416	21.701
Pekerja keluarga/tak dibayar	6.042	16.603	22.645
<b>Total</b>	<b>255.500</b>	<b>139.979</b>	<b>395.479</b>

Sumber: BPS Kota Samarinda; 2021

#### 4.2 Kelompok UKM di Kota Samarinda

Kepala Bidang Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM (Disperindagkop) Provinsi Kalimantan Timur menyebutkan jumlah UMKM di Provinsi Kalimantan Timur sebanyak 344.581 yang tersebar di seluruh kabupaten dan kota. Jumlah tersebut jika ditinjau dari data penduduk berusia produktif Kaltim yang berjumlah 1.846.547 jiwa, maka serapan UMKM 18,6 persen dari jumlah penduduk produktif. Dari jumlah 344.581 UMKM tersebut 97 persen pelaku usaha berskala mikro, kemudian berskala kecil ada sekitar 2,7 persen dan pengusaha berskala menengah sekitar 0,2 persen (antaranews.com; 2022)

Kota Samarinda sebagai ibukota provinsi Kalimantan Timur, pengembangan UMKM di Kota Samarinda cukup besar. Di kota ini terdapat berbagai jenis UMKM baik dari jenis usaha bidang kuliner, fashion, industri, jasa dan sebagainya. Perkembangan UMKM di Samarinda dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.3 Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)  
Kota Samarinda Tahun 2020 - 2021**

No	Bidang Usaha	2020	2021	Satuan
<b>1</b>	<b>Usaha Mikro</b>			
	Bidang Kuliner	10.042	15.319	Unit
	Bidang Fashion	3.200	5.176	Unit
	Bidang Pendidikan	30	45	Unit
	Bidang Otomotif	803	760	Unit

**KAJIAN MODEL PENGUATAN KELOMPOK USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM)  
BERBASIS POTENSI DAERAH DI KOTA SAMARINDA**

Bidang Agrousa	4.433	11.067	Unit
Bidang Teknologi Internet	253	359	Unit
Bidang Lainnya	5.934	8.663	Unit
<b>Jumlah</b>	<b>24.695</b>	<b>41.389</b>	Unit
<b>2 Usaha Kecil</b>			
Bidang Kuliner	3.570	9.512	Unit
Bidang Fashion	1.512	6.67	Unit
Bidang Pendidikan	120	984	Unit
Bidang Otomotif	346	2.593	Unit
Bidang Agrousa	1.586	956	Unit
Bidang Teknologi Internet	112	669	Unit
Bidang Lainnya	3.957	3.983	Unit
<b>Jumlah</b>	<b>11.203</b>	<b>25.367</b>	Unit
<b>3 Usaha Menengah</b>			
Bidang Kuliner	1.247	1.249	Unit
Bidang Fashion	891	920	Unit
Bidang Pendidikan	12	91	Unit
Bidang Otomotif	366	612	Unit
Bidang Agrousa	120	136	Unit
Bidang Teknologi Internet	91	103	Unit
Bidang Lainnya	525	598	Unit
<b>Jumlah</b>	<b>3.252</b>	<b>3.709</b>	Unit
<b>Total Keseluruhan UMKM</b>	<b>39.150</b>	<b>70.465</b>	Unit

Sumber : <https://satudata.samarindakota.go.id/>

**Tabel 4.4 Penyerapan Tenaga Kerja oleh UKM di Kota Samarinda  
Tahun 2021 - 2022**

Tahun	Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Aneka Usaha	Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Perdagangan
2021	1.489.515 jiwa	47.200 jiwa
2022	1.675.405 jiwa	47.500 jiwa

Sumber : <https://satudata.samarindakota.go.id/>

Pada tabel 4.2 terlihat bahwa status pekerjaan, proporsi terbesar kedua setelah buruh/karyawan/pegawai adalah tenaga kerja dengan status pekerjaan berusaha sendiri sebesar 22,32 persen. Hal ini menjadi sinyal yang positif bagi perekonomian di kota Samarinda. Banyaknya wirausaha memberikan dampak positif antara lain akan menambah jenis usaha baru sehingga akan tercipta lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja, dapat ikut meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah. Pemerintah juga diharapkan mampu mendorong pertumbuhan usaha dengan memberikan akses terhadap fasilitas, pelatihan, pendidikan maupun modal sehingga dapat tercipta wirausahawan baru yang akan membantu meningkatkan perekonomian kota Samarinda.

#### 4.3 Analisis SWOT Pengembangan UKM di Kota Samarinda

Peran UKM sangat strategis dalam upaya mendorong pemerataan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Secara nasional UKM menyumbang *Product Domestic Bruto* (PDB). Kontribusi UKM tercatat mencapai kisaran 61 persen terhadap PDB nasional dan menyerap 97 persen dari total tenaga kerja. Di setiap periode krisis, UKM bahkan menjadi *buffer* (penyangga), bersifat *resilien* (kemampuan untuk bangkit dan pulih ketika segala sesuatunya tidak berjalan sesuai harapan, dan bisa pulih dengan baik), namun peran tersebut di Kalimantan Timur belum optimal.

Kota Samarinda memiliki potensi yang besar untuk pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Beberapa faktor yang mendukung potensi ini antara lain:

- 1) Lokasi strategis

Kota Samarinda terletak di tengah-tengah Kalimantan Timur dan merupakan pintu gerbang menuju wilayah-wilayah lain di Kalimantan. Hal ini membuat Kota Samarinda menjadi pusat perdagangan dan transportasi yang strategis.

2) Sumber daya alam yang melimpah

Sumberdaya alam yang dimiliki Kota Samarinda antara lain: pertanian, peternakan, perikanan darat, pertambangan. Sedangkan potensi unggulan yang dominan dalam menunjang perekonomian daerah adalah jasa dan perdagangan, pertanian, perkebunan (sawit dan aneka tanaman lainnya), industri perkapalan, batubara dan lain- lain. Hal ini dapat menjadi bahan baku bagi industri UKM di Kota Samarinda.

3) Potensi wisata

Potensi wisata di Samarinda tak kalah menarik dengan kota-kota lain di Indonesia. Mulai dari wisata alam hingga religi. Seperti; wisata susur sungai Mahakam, dapat dikatakan sebagai kekuatan potensial yang dimiliki di Samarinda. Pemerintah Kota Samarinda berencana untuk mengembangkan program *Smart Tourism dan Smart City*. Wisata religi, Samarinda memiliki sebuah masjid dengan arsitektur bangunan yang begitu indah dan unik, yaitu Masjid Islamic Center yang merupakan salah satu masjid terbesar di Asia Tenggara. Desa Budaya Pampang, desa yang dihuni oleh suku Dayak Kenyah ini senantiasa ramai dikunjungi wisatawan baik dari dalam maupun luar kota. Paling *iconic* adalah Kampung Tenun Kain Samarinda yang berbahan baku daun *ulap doyo* yang hanya ada di Samarinda, dan masih banyak lagi tempat-tempat wisata yang potensial di Samarinda. Hal ini dapat menjadi peluang bagi UKM di bidang pariwisata, seperti penginapan, kuliner, dan souvenir.

4) Infrastruktur yang memadai

Kota Samarinda memiliki infrastruktur yang memadai, seperti jalan tol, bandara, pelabuhan, dan jaringan internet yang cepat. Hal ini dapat memudahkan UKM dalam distribusi produk dan pemasaran secara online.

5) Dukungan pemerintah daerah

Pemerintah Kota Samarinda telah memberikan dukungan bagi pengembangan UKM, seperti penyediaan lahan dan bantuan modal

usaha. Hal ini dapat membantu UKM dalam memulai dan mengembangkan usahanya.

Hasil observasi dan dokumentasi diperoleh data terkait dengan potensi Kota Samarinda (kekuatan dan peluang) pengembangan UMKM sebagaimana tercantum pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5 Analisis SWOT  
Pengembangan UMKM di Kota Samarinda**

<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>	
<b>1</b>	<b><u>Kota dagang dan jasa</u></b> Samarinda sebagai kota dagang dan jasa terbesar di Kalimantan Timur, sebagai pusat bertemunya demand dan supply tidak hanya untuk pasar Samarinda tetapi juga pasar dari luar kota, sehingga dekat dengan pasar dan dengan potensi permintaan yang tinggi.
<b>2</b>	<b><u>Minat berwirausaha tinggi</u></b> Masyarakat memiliki jiwa dan semangat berwirausaha yang tinggi. Jiwa berdagang sudah ada turun temurun dan karena didukung oleh lingkungan dimana Kota Samarinda sebagai pusat perdagangan di Kalimantan Timur.
<b>3</b>	<b><u>Harga produk relatif murah</u></b> Produk hasil UMKM relatif murah dibandingkan barang sejenis dari kabupaten/kota Kalimantan Timur. Hal ini disebabkan karena Samarinda sebagai pusat perdagangan, dimana masuk-keluarnya barang di Kaltim sebagian besar melalui Samarinda sehingga harga harga relatif lebih murah, sehingga menjadi kekuatan pelaku UMKM dalam penetapan harga produk secara kompetitif.
<b>4</b>	<b><u>Sarana dan Prasarana Lengkap</u></b> Kota Samarinda sebagai Ibu Kota Provinsi Kalimantan Timur dalam hal sarana dan prasarana untuk melaksanakan bisnis relatif lengkap, mudah dijangkau, dan cepat. Juga tersedianya sarana transportasi, pergudangan, listrik, air, pelabuhan, bandara dan terminal.

---

**Kelemahan (*Weaknesses*)**

---

- 1 Kurangnya akses ke lembaga pembiayaan/lembaga keuangan  
Sebagian besar usaha mikro dan kecil di Kota Samarinda beroperasi dalam skala kecil sehingga sulit bagi mereka untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan. Selain itu, sebagian besar bisnis ini tidak memiliki agunan untuk ditawarkan sebagai jaminan pinjaman, sehingga sulit untuk mengakses fasilitas kredit. Kurangnya akses ke keuangan membatasi kemampuan mereka untuk memperluas operasi mereka, membeli peralatan baru, atau mempekerjakan lebih banyak karyawan.

---

  - 2 Kurangnya tenaga kerja terampil.  
Sebagian besar UKM mengandalkan tenaga kerja tidak terampil, yang membatasi kemampuan mereka untuk berinovasi dan meningkatkan produk atau layanan mereka. Selain itu, kurangnya tenaga kerja terampil mempersulit bisnis ini untuk mengadopsi teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas mereka.

---

  - 3 Kurangnya layanan pendukung.  
UKM membutuhkan layanan pendukung seperti pelatihan, pednampingan pengembangan usaha, bantuan peralatan, pemasaran dan dukungan teknis lainnya agar mampu beroperasi secara efektif dan efisien

---

  - 4 Terbatasnya akses ke pasar.  
Usaha kecil dan mikro seringkali kekurangan sumber daya dan jaringan untuk menjangkau pasar yang lebih besar di luar komunitas terdekat mereka. Hal ini membatasi basis pelanggan potensial dan aliran pendapatan mereka, sehingga menyulitkan mereka untuk tumbuh dan bersaing dengan bisnis yang lebih besar.
-

---

**Peluang (*Opportunities*)**

---

Kebijakan Pemerintah untuk Pemindahan Ibu Kota Negara di Kalimantan Timur, dan Kota Samarinda sebagai salah satu penyangga IKN.

- 1 Samarinda akan menjadi daerah penyangga Ibu Kota Negara, dan hal ini peluang besar untuk mengembangkan usaha untuk memasuki pasar baru.

---

Dibukanya bandara internasional di Samarinda

- 2 Keberadaan bandara internasional Samarinda merupakan peluang bagi UMKM untuk mensuplai kebutuhan bandara dengan produk-produknya dan semakin mudah dalam mobilisasi keluar-masuk Samarinda.

---

Keberadaan perusahaan migas dan batu bara serta perkebunan sawit di Kalimantan Timur.

- 3 Banyaknya perusahaan Migas dan tambang batu bara serta perkebunan sawit di Kaltim merupakan peluang bagi UMKM untuk bekerjasama dengan perusahaan tersebut. Pemanfaatan program CSR untuk pengembangan dan peningkatan ketrampilan SDM UMKM.

---

Sebagai Ibukota Provinsi

- 4 Kota Samarinda merupakan kota yang tidak pernah sepi dan dengan jumlah penduduk terbanyak dibandingkan Kabupaten/Kota lain di Kaltim. Peluang bagi UMKM dengan potensi *demand* yang tinggi.

---

**Ancaman (*Threats*)**

---

- 1 Menghadapi persaingan dari usaha-usaha besar.

Usaha mikro dan kecil di Kota Samarinda menghadapi persaingan ketat dari perusahaan besar yang memiliki lebih banyak sumber daya dan skala ekonomi. Perusahaan yang lebih besar ini dapat menawarkan harga yang lebih rendah, kualitas produk atau layanan

---

---

yang lebih baik, dan berinvestasi dalam kampanye pemasaran yang tidak dapat ditandingi oleh perusahaan yang lebih kecil.

---

## 2 Kendala regulasi.

Proses mendapatkan legalitas perizinan, lisensi dan hak cipta bisa memakan waktu dan mahal, yang dapat membuat pengusaha enggan memulai bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang sudah ada

---

Sumber data: Hasil Observasi; 2023

Seringkali menjadi pertanyaan dalam hal pengembangan UKM di Kota Samarinda adalah “mengapa UMKM di Kota Samarinda hanya berjalan ditempat, sementara bisnis yang dijalankan relatif sudah lama lebih dari satu tahun?” Maka dapat dilihat kategori permasalahan yang dihadapi masih berkisar pada permasalahan dasar (*basic problems*).

Kondisi ini menjadi tantangan semua pihak terkait untuk menyelesaikan permasalahan dasar yang dihadapi UMKM agar mampu naik kelas yakni menjadi UMKM yang tangguh, sehat, dan mandiri dan memiliki daya saing. Menurut (Setyobudi; 2007) kategori permasalahan UMKM ada tiga problem yakni:

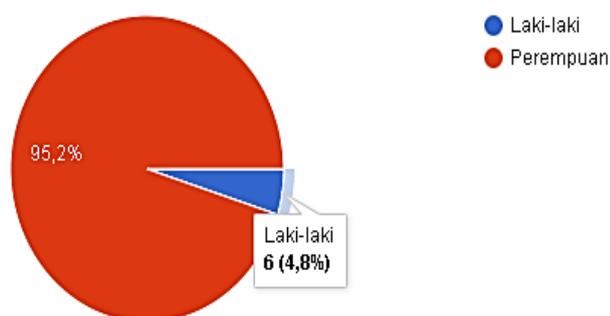
- 1) *Basic problems* (masalah dasar); terkait dengan permasalahan modal, bentuk badan hukum, SDM, pengembangan produk, dan akses pemasaran.
- 2) *Intermediate problems* (masalah lanjutan); terkait dengan pengenalan dan penetrasi pasar ekspor yang belum optimal, kurang pemahaman tentang desain produk yang sesuai dengan karakter pasar, permasalahan hukum tentang hak paten, prosedur kontrak penjualan serta peraturan yang berlaku di negara tujuan ekspor.
- 3) *Advanced problems*; terkait dengan masalah dasar dan masalah lanjutan, artinya permasalahan dari instansi terkait untuk menyelesaikan masalah dasar agar mampu menghadapi permasalahan lanjutan dengan baik.

#### 4.4 Analisis Hasil Survei Lapangan

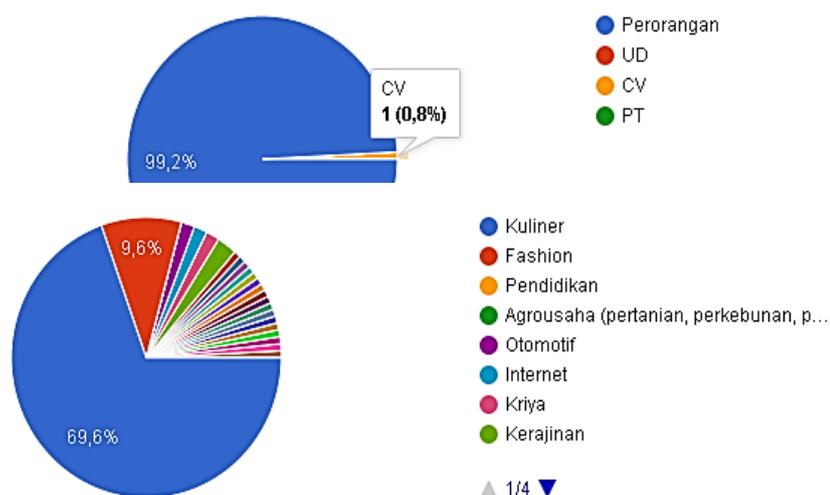
##### 1) Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan populasi pelaku UKM di Kota Samarinda sebanyak 43.431 unit usaha, dengan sampel 125 responden dengan karakteristik berdasarkan; jenis kelamin, bentuk usaha, jenis usaha, domisili usaha, lama usaha, omset usaha, legalitas usaha, fasilitas pembiayaan, pelatihan, pendampingan, bantuan modal dan alat, serta kemitraan yang pernah didapatkan. Berikut hasil survei lapangan:

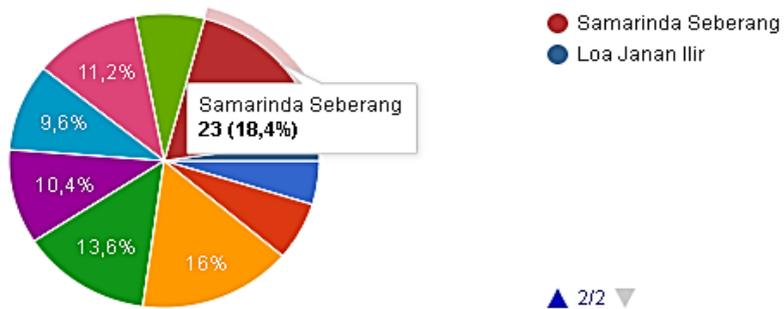
- a) Jenis kelamin; 95,2 persen responden perempuan sebanyak 119 orang, dan 4,8 persen responden laki-laki sebanyak 6 orang



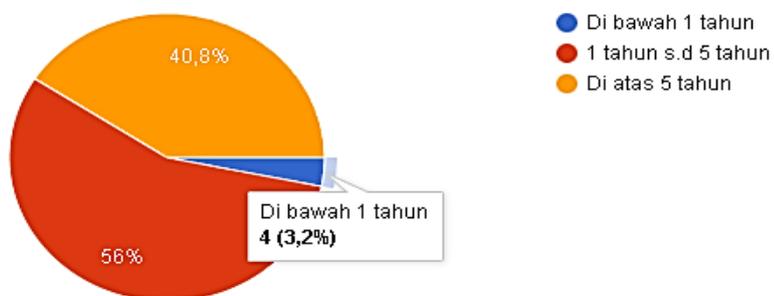
- b) Bentuk usaha; 99,2 persen berbentuk perorangan (124 responden), hanya 1 orang responden yang bentuk usaha nya adalah CV (0,8 persen)



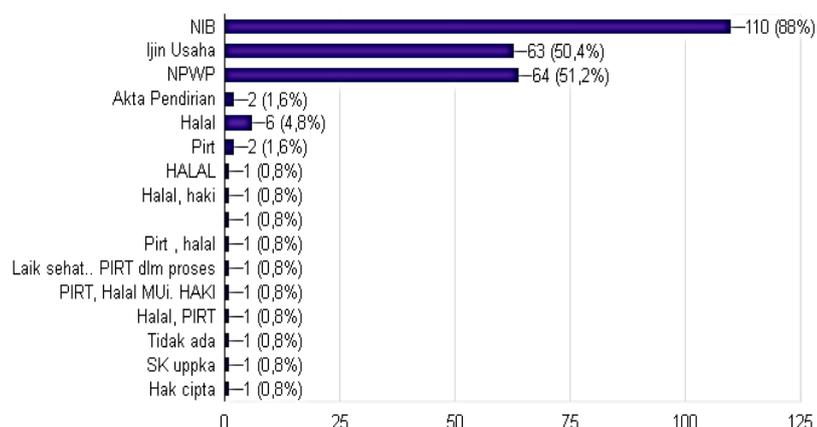
- c) Jenis usaha; sebanyak 69,6 persen adalah usaha kuliner, dan 9,6 persen jenis usaha di bidang fashion. Sisanya terbagi-terbagi beberapa jenis usaha, yaitu pendidikan, agrousa, otomotif, internet, kerajinan, kecantikan, dan jasa-jasa lainnya
- d) Domisili usaha; persentase tersebar hampir merata di setiap kecamatan yang ada di Kota Samarinda dengan sebaran terbesar di Kecamatan Samarinda Seberang sebesar 18,4 persen



- e) Lama usaha; 56 persen lama usahanya 1 s.d 5 tahun, 40,8 persen di atas 5 tahun dan 3,2 persen di bawah 1 tahun



- f) Omset usaha per tahun; di bawah 100 juta sebesar 92,8 persen. Omset 100 juta hingga 300 juta sebesar 5,6 persen. Omset di atas 500 juta sebesar 1,6 persen (sebanyak 2 orang responden)
- g) Legalitas usaha; yang telah memiliki NIB sebesar 88 persen (sebanyak 110 responden), memiliki Ijin Usaha sebesar 50,4 persen, memiliki NPWP 51,2 persen, Sertifikat Halal 4,8 persen, Akta Pendirian 1,6 persen. Sisanya merata kisaran 0,8 persen memiliki legalitas lain seperti: Hak Cipta atau HAKI dan PIRT



## 2) Pola Pikir Pengusaha

Seorang pelaku usaha yang sukses adalah seorang yang memiliki pola pikir entrepreneur, tidak menjalankan usaha hanya ala kadarnya, berfikir simpel melaksanakan prinsip prinsip manajemen dengan baik, memiliki ide kreatif untuk menjalankan sebuah usaha. Belum seluruh pelaku usaha memiliki orientasi pada *action plan* yang baik, dan masih berorientasi pada zona aman sebagaimana karakter seorang pegawai. Untuk mewujudkan Kota Samarinda sebagai kota perdagangan jasa dan industri maka diperlukan para pelaku usaha kecil yang kuat dan tangguh serta berorientasi pada keinginan yang kuat menjadi pengusaha besar.

Hasil survei lapangan berikut ini menjelaskan bagaimana karakter dan permasalahan serta strategi pengembangan ke depan yang

sebaiknya dilakukan untuk menumbuh kembangkan usaha kecil yang ada di Kota Samarinda. Hasil survei menunjukkan bahwa:

- a) Selain menjalankan usaha saat ini responden yang merupakan pelaku usaha juga masih mengerjakan pekerjaan lain sebagai sumber penghasilan. Mayoritas responden masih melaksanakan kegiatan lain yaitu sebanyak 80,6 persen dan hanya 19,4 persen yang benar benar secara penuh waktu menjadi pelaku usaha. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelaku usaha masih menjalankan usanya sebagai usaha sampingan dan bukan merupakan kegiatan utama dalam kesehariannya. Banyak kegiatan usaha tidak tumbuh dan berkembang dengan baik dikarenakan para pelaku usaha tidak dengan sepenuh hati dan jiwa dalam melakukannya.
- b) 42,8 persen responden tidak menyukai ketidakpastian, hasil ini mengindikasikan responden masih nyaman pada zona aman sebagai pegawai/pekerja pada orang lain dan bukan pada usaha mandiri.
- c) 94,3 persen responden dalam bisnis hanya berorientasi pada keuntungan dan hanya 5,7 persen yang tidak.
- d) 96 persen responden telah berpola pikir produktif dan hanya 4 persen yang masih memiliki pola pikir konsumtif

Dari jawaban responden tersebut maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik utama dalam pola pikir pelaku usaha yakni Menggeluti usaha tidak sekedar ala kadarnya, akan tetapi dengan keberanian, kegigihan sehingga usahanya tumbuh, bersahabat dengan ketidakpastian menjalankan usaha yang riil, bukan spekulatif masih belum sepenuhnya dijiwai oleh pelaku usaha.

Dalam hal ketidakpastian, pelaku usaha harus selalu bersahabat dengan hal ini, bisnis adalah ketidakpastian, jika masih berorientasi pada kepastian maka pelaku usaha masih berada pada zona aman yang

merupakan karakter dari seorang pegawai dan bukan pengusaha. Selanjutnya bisnis yang dijalankan hanya berorientasi pada keuntungan dan kekayaan, hal ini kurang tepat terhadap ketangguhan pelaku bisnis.

Karakter yang diharapkan tumbuh pada diri pelaku usaha adalah orientasi pada pertumbuhan usaha bukan pada kekayaan yang bertambah, dengan pertumbuhan usaha maka akan berakibat atau berdampak pada diperolehnya keuntungan, dengan keuntungan akan berakibat pada penambahan kekayaan pelaku usaha.

Salah satu keunggulan dari para pelaku usaha di kota Samarinda adalah tidak berjiwa konsumtif dan lebih berjiwa produktif hal ini dibuktikan dengan pola pikir pelaku usaha yang tidak membelanjakan keuntungan usaha untuk keperluan pribadi.

Rekomendasi atas jawab pola pikir ini adalah melaksanakan pelatihan kepada para pelaku usaha dengan penekanan pada materi :

- 1) Arti kewirausahaan
- 2) Karakter seorang wirausaha
- 3) Tipe-tipe wirausaha
- 4) Menumbuhkan keinginan untuk berwirausaha secara totalitas

### **3) Prinsip Manajemen**

Prinsip prinsip dasar manajemen telah dilakukan dalam ber usaha yang meliputi:

- a) 98,3 persen responden membuat perencanaan dalam setiap kegiatan usaha yang akan saya lakukan
- b) 91,2 persen responden melibatkan orang lain dalam proses pencapaian tujuan usaha yang telah saya tetapkan
- c) 89,6 persen membagi tugas dan pekerjaan kepada rekan dalam melaksanakan usaha dan 10,4 persen yang masih *one man show*
- d) 100 persen konsisten melaksanakan apa yang sudah saya rencanakan dalam berwirausaha
- e) 97,2 persen melaksanakan penilaian terhadap hasil yang saya capai

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa para pelaku usaha di kota Samarinda telah melaksanakan usaha dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar manajemen yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi atas semua kegiatan secara konsisten.

Pelaksanaan prinsip dasar manajemen menjadi penting dikarenakan keberhasilan dari suatu usaha sangat ditentukan dari bagaimana melakukan pengaturan terhadap keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh UKM baik keterbatasan sumber daya manusia (SDM), keterbatasan modal serta faktor lain yang kesemuanya diperlukan pengelolaan yang baik.

#### **4) Bahan Baku Usaha**

Ketersediaan bahan baku dalam menunjang kesuksesan usaha sangat penting, pelaku usaha di Kota Samarinda sebagian besar mendapatkan bahan baku yang merupakan produk asli kota Samarinda, akan tetapi tidak semua bahan baku merupakan produk yang dihasilkan di kota Samarinda. Hasil survei menyatakan:

- a) 51,6 persen bahan baku yang saya gunakan dalam berproduksi merupakan produk asli Samarinda dan 48,4 persen berasal dari luar Samarinda
- b) 58,4 persen bahan baku yang saya gunakan dalam berproduksi hanya sebagian kecil yang merupakan produk asli Samarinda, sedangkan 41,1 persen bahan dari luar
- c) 91,2 persen menyatakan bahan baku yang saya gunakan mudah di dapatkan di Samarinda dan hanya 8,8 persen yang merasa kesulitan.
- d) 88,6 persen bahan baku selalu tersedia saat saya membutuhkan dan 11,4 persen yang tidak tersedia
- e) 52,4 persen harga bahan baku selalu stabil ketika saya membelinya serta 47,6 persen fluktuatif

f) 93,3 persen kualitas bahan baku sesuai dengan yang saya butuhkan.

Pada produk unggulan misalnya sarung Samarinda bahan baku benang dan kain masih sangat bergantung dari pasokan luar Samarinda, pengusaha belum mampu menyediakan bahan baku sendiri, begitu juga dengan industri amplang, baik ikan maupun tepung serta minyak goreng masih sangat bergantung dari pasokan bahan baku dari luar Kota.

Permasalahan ketidakstabilan harga juga menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha di Kota Samarinda, perubahan harga yang relatif cepat dapat mengganggu perhitungan harga produksi dan harga jual, akhir dari masalah harga ini adalah tingkat keuntungan yang akan berkurang dari perhitungan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan melakukan penelitian dan menciptakan bahan baku substitusi dengan kearifan lokal yang tersedia di Kota Samarinda.

#### **5) Standar Operasional Prosedur (SOP)**

Dari jawaban responden pemahaman terhadap Standar Operasional Prosedur dalam berusaha sudah sangat baik, hal ini terlihat dari jawaban responden yang ada baik. Standar Operasional Prosedur tentang bahan baku, proses produksi, peralatan, telah dilakukan dengan sangat baik. Evaluasi terhadap SOP perlu dilakukan untuk melihat apakah SOP yang dilakukan masih dapat menjawab kebutuhan kekinian dalam berusaha. Hasil survei sebagai berikut:

- a) 92,7 persen responden menyatakan telah membuat standar bahan baku yang digunakan dalam kegiatan usaha (SOP Bahan Baku) dan hanya 7,3 persen yang belum membuat
- b) 95,9 persen responden menyatakan proses produksi yang dilakukan selalu sesuai dengan Standar Operasional proses produksi yang ada (SOP Proses Produksi) dan hanya 4,1 persen yang tidak sesuai

- c) 98,3 persen responden menyatakan peralatan yang digunakan selalu dilakukan perawatan secara berkala. (SOP Peralatan) dan 1,7 persen yang belum
- d) 93,6 persen responden menyatakan telah membuat standar kualitas barang dalam melaksanakan proses usaha. (SOP Kualitas dan 6,4 persen belum membuatnya
- e) 96 persen responden menyatakan telah membuat Standar Kualitas layanan dalam menjalankan usaha (SOP Layanan Konsumen),
- f) 4 persen responden menyatakan belum membuatnya.

#### **6) Sumber Daya Manusia**

Ketersediaan sumber daya manusia dalam melaksanakan usaha di Kota Samarinda mudah didapat, model pengelolaan SDM masih bersifat kekeluargaan meskipun telah melaksanakan seleksi dalam merekrut karyawan. Sebagian besar pelaku dan karyawan pada ukm belum mendapatkan pelatihan pada bidang usaha yang diperlukan. Berikut hasil survei lapangan:

- a) 59,6 persen responden menyatakan dalam melaksanakan usaha, dibantu oleh lebih dari 3 orang karyawan
- b) 69,3 persen responden menyatakan karyawan yang dibutuhkan mudah didapatkan di Samarinda
- c) 71,8 persen responden menyatakan karyawan merupakan keluarga dan kerabat dekat saya
- d) 72,6 persen responden menyatakan melakukan seleksi secara ketat terhadap calon karyawan yang akan diterima
- e) 50 persen responden menyatakan karyawan sudah pernah mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh pihak lain

Perlu dilakukan penambahan program pelatihan baik yang dilakukan oleh dinas terkait maupun dari pihak lain. Model pengelolaan usaha berbasis keluarga masih mendominasi pelaku usaha di Kota Samarinda, sisi positif dari model ini adalah tahan banting, flexibel,

mandiri, efisien (dikerjakan seluruh anggota keluarga) dan *self financing* akan tetapi ada kecenderungan memiliki skala ekonomi rendah.

#### **7) Program Pemerintah ( Dinas Koperasi dan UKM)**

Peran pemerintah sangat besar dalam upaya menumbuhkembangkan UKM di Kota samarinda, melalui Dinas Koperasi dan UKM telah melakukan pendampingan, memberikan bantuan peralatan, memberikan pelatihan, memberikan informasi yang sangat baik. Hasil survei menyatakan:

- a) 62,1 persen responden menyatakan usaha yang dilakukan mendapat pendampingan dari Pemerintah dan 37,9 persen belum mendapat pendampingan
- b) 58,1 persen responden menyatakan pemerintah telah memberikan bantuan peralatan untuk usaha dan 1,9 persen belum mendapat bantuan
- c) 76,6 persen responden menyatakan bahwa pemerintah telah memberikan pelatihan pada usaha
- d) 82,2 persen responden menyatakan Pemerintah telah memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan program pembinaan UKM
- e) 51,4 persen responden Penyuluh/pendamping dari Dinas Koperasi dan UMKM secara rutin mengunjungi usaha.

Peningkatan jumlah bantuan peralatan perlu dilakukan untuk menambah daya produksi pelaku usaha, akan tetapi pemberian dimaksud harus dilakukan secara selektif dan transparan agar tepat sasaran dan tidak menimbulkan rasa iri hati antar sesama pelaku usaha.

Kegiatan pendampingan secara rutin perlu ditingkatkan, hal ini belum maksimal karena keterbatasan jumlah SDM pada dinas terkait untuk dapat melaksanakan pendampingan secara rutin masih sulit.

Program pemerintah telah dilaksanakan dengan baik sesuai program kerja yang telah ditentukan, akan tetapi jumlah kegiatan (volume) pelatihan perlu ditambah untuk pelatihan tahun berikutnya. Penambahan

tenaga pendamping UKM juga perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pendampingan yang efektif.

#### **8) Program Pelatihan**

Jawaban responden berkaitan dengan pelatihan baik materi, pelatih dan peserta sudah baik, hasil ini menunjukkan bahwa program program pelatihan yang diberikan oleh pemerintah dapat diterima dengan baik oleh para pelaku usaha kecil di Kota Samarinda.

Jawaban terendah ditemukan pada pernyataan kesesuaian peserta, hasil ini menunjukkan masih ada peserta yang mengikuti beberapa pelatihan dengan orang yang sama sehingga diperlukan seleksi yang baik terhadap calon peserta pelatihan agar tidak terjadi satu orang dapat menajadi peserta pada berbagai macam pelatihan yang tidak relevan dengan jenis usaha yang digelutinya. Berikut hasil survei:

- a) 82,2 persen responden menyatakan materi yang diberikan pada saat mengikuti program pelatihan yang dilakukan oleh pihak lain sesuai dengan kebutuhan usaha (Contoh: Materi Pelatihan: Akuntansi isi materi masalah pembukuan dan keuangan bisnis))
- b) 79,8 persen responden menyatakan desain materi/kurikulum pelatihan sudah dibuat secara berjenjang mulai dari pelatihan dasar, menengah dan lanjutan
- c) 81,4 persen responden menyatakan pemateri sangat menguasai bidang yang disampaikan (contoh: Materi Akuntansi, pematerinya Akuntan)
- d) 55 persen responden menyatakan peserta yang mengikuti pelatihan telah sesuai dengan tema pelatihan yang diberikan (Contoh: Pelatihan Akuntansi, peserta karyawan bagian keuangan)
- e) 83,18 persen responden menyatakan program pelatihan yang diikuti telah terbukti mampu meningkatkan keterampilan peserta.

## **9) Pemasaran**

Permasalahan utama dalam pemasaran adalah bagaimana pelaku usaha kecil untuk dapat menembus pasar internasional. Pasar internasional memiliki permasalahan dan persyaratan relatif lebih banyak. Dengan hasil ini diperlukan pelatihan dan pendampingan yang lebih intensif pada permasalahan pemasaran internasional mengenai apa dan bagaimana serta prosedur dan persyaratan yang diperlukan dalam menembus pasar internasional. Hasil survei lapangan menyatakan:

- a) 99,2 persen responden menyatakan produk yang diciptakan dapat diterima pasar dengan baik
- b) 94,4 persen responden menyatakan jika ada permintaan dalam jumlah sangat banyak akan selalu siap untuk memenuhinya
- c) 54 persen responden menyatakan dapat dengan mudah menembus pasar internasional untuk produk yang dipasarkan, sedangkan 42,9 persen responden menyatakan belum
- d) 97,6 persen responden menyatakan promosi yang dilakukan dapat meningkatkan omset penjualan produk
- e) 95,1 persen responden menyatakan dapat menyampaikan barang kepada pembeli apabila telah terjadi transaksi

Pemahaman mengenai segmentasi pasar, target pasar dan siklus kehidupan produk perlu disampaikan pada pelaku usaha untuk kemudian ditentukan strategi yang tepat agar penetrasi pasar dapat tercapai dengan maksimal.

## **10) Permodalan**

Dari jawaban responden dapat diperoleh informasi bahwa masih terdapat kesulitan akses pelaku usaha untuk mendapatkan bantuan permodalan dari dunia perbankan serta masih ada beberapa pelaku usaha yang tidak dapat memenuhi persyaratan dalam mendapatkan fasilitas bantuan dari perbankan. Sosialisai dan edukasi terhadap strategi akses

dunia perbankan perlu ditingkatkan untuk membuka pemahaman pelaku usaha dalam permodalan. Berikut hasil survei lapangan:

- a) 50 persen responden menyatakan tidak mengalami kendala dalam memenuhi kebutuhan modal usaha.
- b) 39,5 persen responden menyatakan mendapatkan bantuan dari program pendanaan oleh Bank (KUR), sedangkan 60,5 persen responden menyatakan belum mendapat bantuan
- c) 55,6 persen responden menyatakan dapat dengan mudah memenuhi persyaratan yang diperlukan dalam bantuan modal usaha seperti KUR, sedangkan 44,4 persen responden menyatakan sulit memenuhi
- d) 65,3 persen responden menyatakan telah melakukan pencatatan keuangan usaha dengan benar sesuai dengan ketentuan ( Neraca, Laporan Laba/rugi dan arus Kas), dan 34,7 persen responden menyatakan belum melakukan dengan benar
- e) 55,7 persen responden menyatakan pemerintah selalu memberikan pendampingan dalam pemenuhan kebutuhan modal usaha, sementara 44,3 persen responden menyatakan belum mendapatkan.

Modal (uang) pada tahap memulai bisnis sebenarnya bukan permasalahan utama, permasalahan utamanya pada ada tidaknya ide kreatif yang melahirkan bisnis baru. Permasalahan permodalan akan muncul saat proses pengembangan bisnis dimana diperlukan dukungan keuangan yang cukup untuk mengembangkan usaha tersebut.

Sumber sumber permodalan bisa didapatkan dari internal maupun eksternal, bagi pelaku usaha pemula biasanya ada keterbatasan dalam pemilikan modal secara mandiri. Penyelesaian permasalahan permodalan akhirnya menuju pada pihak eksternal atau perbankan dalam hal ini.

### **11) Ide Kreatif**

Ide kreatif sangat diperlukan untuk menunjang kesuksesan dalam berwirausaha kemampuan dan ide kreatif dari responden dalam

penelitian ini sudah sangat baik, keikutsertaan dalam pameran atau bazar perlu ditingkatkan agar pelaku usaha dapat melihat, meniru dan memodifikasi apa yang diperoleh untuk perbaikan pada usahanya.

Modifikasi perlu dilakukan untuk menjawab keinginan pasar sebagai pengguna produk usaha, modifikasi harus memperhatikan kearifan lokal dalam setiap usaha. Hasil survei menyatakan:

- a) 93,8 persen responden menyatakan bahwa usaha yang dijalankan saat ini adalah murni lahir dari pemikiran pribadi, sedangkan 6,2 persen responden menyatakan duplikasi
- b) 68,5 persen responden menyatakan sering mengikuti pameran/bazar UKM di kota Samarinda, sedangkan 31,5 persen responden menyatakan tidak pernah
- c) 87,1 persen responden menyatakan sering melakukan modifikasi produk untuk memenuhi keinginan pasar, sedangkan 12,5 persen responden menyatakan tidak melakukan
- d) 71 persen responden menyatakan suka memasukan unsur-unsur etnik/khas daerah dalam setiap produknya, sedangkan 29 persen responden menyatakan tidak melakukannya

**12) Perijinan/Perlindungan Hukum (Akta Pendirian, Ijin Usaha, NIB, NPWP, Laporan Keuangan)**

Dari jawaban responden dapat diperoleh informasi bahwa belum semua pelaku usaha memiliki kelengkapan legalitas usaha yang dijalankannya, hal ini dikarenakan belum semua memahami persyaratan apa saja yang diperlukan dalam pembuatan legalitas, sehingga para pelaku usaha belum dapat memenuhi seluruh syarat yang diperlukan. Atas dasar ini perlu dilakukan pendampingan dan pembinaan bagaimana prosedur dan persyaratan dalam pengurusan perijinan usaha. Berikut hasil survei:

- a) 93,6 persen responden menyatakan merasa pemerintah telah melindungi UKM dengan adanya Peraturan Daerah yang ada, dan 6,4 persen responden menyatakan belum merasakannya
- b) 75 persen responden menyatakan memiliki semua kelengkapan legalitas usaha meliputi; Akta Pendirian, Ijin Usaha, NIB, NPWP, dan Laporan Keuangan, dan 25 persen responden menyatakan belum memiliki
- c) 73,4 persen responden menyatakan dapat memenuhi semua persyaratan dalam pembuatan perijinan usaha, dan 26,6 persen responden menyatakan belum mampu
- d) 96,2 persen responden menyatakan pelayanan dalam pembuatan perijinan usaha di instansi pemerintah telah memuaskan, dan 3,8 persen responden menyatakan belum memuaskan
- e) 78,1 persen responden menyatakan memahami persyaratan dalam memperoleh perlindungan kekayaan Intelektual (HAKI), dan 21,9 responden menyatakan belum memahami

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Identifikasi Kelompok UKM Berkaitan dengan Potensi Daerah Kota Samarinda**

Kepala Bidang Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM) Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM (Disperindagkop) Provinsi Kalimantan Timur menyebutkan jumlah UMKM di Kaltim sebanyak 344.581 yang tersebar di kabupaten dan kota. Jumlah tersebut jika ditinjau dari data penduduk berusia produktif Kaltim yang berjumlah 1.846.547 jiwa, maka serapan UMKM 18,6 persen dari jumlah penduduk produktif. Dari jumlah 344.581 UMKM tersebut 97 persen pelaku usaha berskala mikro, kemudian berskala kecil ada sekitar 2,7 persen dan pengusaha berskala menengah sekitar 0,2 persen (Sumber: Antara News; 2022)

Kota Samarinda yang merupakan ibukota provinsi Kalimantan Timur dengan jumlah penduduk terbanyak, dengan salah satu misi kota Samarinda memantapkan sektor jasa dan perdagangan sebagai sektor unggulan dengan kontribusi PDRB ke dua pada tahun 2022, berdampak terhadap pengembangan UKM di Kota Samarinda cukup besar. Di kota ini terdapat berbagai jenis UKM baik dari jenis usaha bidang kuliner yang paling mendominasi di Kota Samarinda dapat dilihat pada tabel 4.3 dimana total keseluruhan UKM yang ada di Kota Samarinda ialah sebanyak 39.150 unit pada Tahun 2020 dan mengalami peningkatan hingga 70.465 unit pada Tahun 2021

#### **5.2 Penguatan Kelompok UKM Berbasis Potensi Daerah**

##### **1) Aspek Pengembangan Produk**

##### **Tujuan Pengembangan Produk**

Ada dua tujuan utama mengapa produk dikembangkan sedemikian rupa, tujuan itu antara lain;

1. Memenuhi kebutuhan baru serta menguatkan reputasi perusahaan dengan menawarkan produk yang lebih baru dibanding produk sebelumnya.
2. Mempertahankan daya saing dengan menawarkan produk yang menawarkan kepuasan baru, bentuknya bisa dalam hal penambahan produk atau memperbaiki produk yang sudah ada.

Beberapa alasan dilakukannya pengembangan produk, yaitu:

1. Memenuhi keinginan dari konsumen.
2. Meningkatkan omzet penjualan.
3. Memaksimalkan sumber produksi.
4. Persaingan ketat dengan produk serupa.
5. Meningkatkan keuntungan penjualan.
6. Memanfaatkan sisa-sisa bahan produksi.
7. Mencegah rasa bosan yang dialami oleh konsumen.

### **Strategi Pengembangan Produk**

Dalam mengembangkan suatu produk, tentunya dibutuhkan strategi-strategi tertentu untuk melakukannya. Strategi-strategi itu di antaranya:

#### *1. Perbaiki Produk Lama*

Produk lama dapat diubah idenya agar bisa berbeda dari para kompetitor atau pesaing. Misalnya mengenai strategi promosi yang dibedakan. Strategi ini dilakukan dengan cara melakukan variasi-variasi baru untuk memperbaiki dan memaksimalkan produk yang sudah ada. Cara ini cenderung lebih aman ketimbang harus merilis produk baru yang membutuhkan biaya lebih untuk melakukan riset. Produk lama yang sudah jelas pangsa pasarnya hanya tinggal dikembangkan baik dari segi kualitas, fasilitas, maupun nilai yang dimiliki sehingga konsumen lama akan tetap setia, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkan konsumen baru

#### *2. Positioning*

*Positioning* ini dilakukan ketika ada persaingan yang ketat di dalam satu tipe produk yang sama. Jadi, spesialisasi dan *positioning* ini

dilakukan dengan cara menargetkan produk ke kalangan tertentu atau membuat produk memiliki nilai bagi kalangan tertentu. Bukan tidak mungkin produk justru akan mendapatkan target pasar yang baru.

### 3. *Memperluas Lini Produk*

Apa Itu Lini Produk? Lini produk merupakan strategi pemasaran untuk menjual produk melalui berbagai macam tipe, variasi, warna, ukuran, harga, dan kualitas. UKM dapat melebarkan lininya ke bawah atau ke atas. Pelebaran lini ke atas biasanya menawarkan produk berharga mahal, melebarkan lininya ke bawah dengan menawarkan produk berharga lebih murah. Melebarkan lini ke bawah ketika adanya perlambatan pertumbuhan penjualan pada segmen atas. UKM bisa masuk untuk mengisi kekosongan penawaran di pasar. Kalau tidak diambil, segmen itu akan direbut oleh pesaing. Pelebaran lini ke atas; yang awalnya menawarkan produk untuk segmen bawah, masuk ke segmen atas. Hal ini biasanya dilakukan saat tertarik dengan tingkat pertumbuhan dan keuntungan yang lebih tinggi. Selain itu, karena adanya kesempatan untuk mempromosikan dan melayani ke semua segmen.

### 4. *Diversifikasi Produk*

Menambah macam ragam produk dalam hal ini dimaksudkan dengan memberikan varian-varian baru dari produk yang sudah ada. Misalnya produk permen rasa buah, mengembangkan produk permen dengan rasa susu. Amplang varian ikan, dengan amplang varian cumi-cumi atau udang.

## 2) **Aspek Pengelolaan Keuangan**

Tantangan bagi pelaku UKM terutama di tengah pandemi Covid-19 saat lalu menjadi sangat berat. Kementerian Keuangan menyebutkan bahwa terdapat 4 sektor yang paling tertekan akibat wabah Covid-19, salah satunya adalah UKM, Sektor ini mengalami tekanan akibat terganggunya *cashflow* perusahaan dan turunnya penjualan sehingga

berdampak pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban kreditnya.

Beberapa strategi dalam pengelolaan keuangan bagi para pelaku UKM sebagai panduan agar dapat menghadapi berbagai tantangan di masa sulit seperti saat pandemi Covid-19 dan saat-saat ini dan masa akan datang, terutama ditunjukkannya Kalimantan Timur sebagai Ibu Kota Negara Indonesia. Pengelolaan keuangan tersebut sebagai berikut:

#### 1. *Disiplin Pencatatan Keuangan*

Pencatatan keuangan sangat penting bagi usaha apapun, namun pelaku UKM yang masih didominasi usaha mikro dan kecil seringkali mengabaikan hal ini. Padahal menjadi esensial untuk mencatat segala pemasukan dan pengeluaran bisnis setiap harinya agar dapat terkontrol dengan baik. Setiap usaha setidaknya wajib mengetahui berapa biaya operasional usahanya, berapa keuntungan yang diperoleh, dan berapa modal yang digunakan untuk usaha. Dengan demikian, para pemilik usaha juga dapat mengevaluasi kemampuan dan kapasitas usahanya sehingga perencanaan pengembangan usaha dapat ditetapkan berdasarkan data pencatatan tersebut.

Pelaku-pelaku UKM bisa memiliki catatan keuangan dalam buku kecil atau lebih praktis lagi dalam hp atau *gadget*, dan jika lebih memungkinkan menggunakan komputer untuk mengatur akuntansi dan inventaris. Menjalankan bisnis bukanlah hanya aktivitas jual beli. Tetapi juga merupakan hal yang penting untuk selalu mengetahui alur administrasi dan keadaan finansial perusahaan. Maka dari itu diperlukan pencatatan dan perhitungan dari setiap transaksi yang terjadi. Ketika penjualan secara kuantitas barang hanya bisa dihitung dengan jari tentu ini adalah suatu hal yang mudah. Akan tetapi ketika penjualan produk laris manis dan banyak terjadi transaksi penjualan dalam waktu satu bulan, pastinya ini akan menjadi hal yang cukup merepotkan. Oleh karena itu, perusahaan

membutuhkan sistem pencatatan akuntansi dan inventaris dimana bisa dilihat perkembangan omzet usaha dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun. Selain itu juga dapat melihat laporan laba rugi sehingga dapat melihat apakah pengeluaran lebih besar dari pemasukan secara keuangan. Dalam hal inventaris juga dapat melihat jumlah stok barang yang anda miliki. Dari sini anda juga bisa dilihat mana barang yang kurang diminati dan mana barang yang laris manis sehingga anda dapat menjaga jumlah stok barang.

2. *Memisahkan Keuangan Pribadi dan Keuangan Usaha*

Dengan memisahkan pencatatan keuangan pribadi dan usaha, para pemilik dapat lebih mudah dalam mengelola keuangan usahanya. Hal ini karena akurasi pencatatan keuangan usaha dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan mengevaluasi kinerja usahanya. Arus kas yang tercampur antara keuangan pribadi dan usaha dapat menyulitkan para pelaku UKM dalam menentukan biaya operasional usaha. Salah satu cara untuk memisahkan pencatatan keuangan pribadi dengan usaha adalah pemilik dapat “menggaji” dirinya sendiri agar segala kebutuhan pribadi dicatat dari pos gaji tersebut.

3. *Pondasi Bisnis yang Kuat dan Terlindungi*

Ketika keuangan usaha sudah tercatat dengan baik dan laba dapat terukur dengan akurat, sisihkan sebagian laba ditahan untuk melindungi usaha kamu dalam bentuk dana darurat dan asuransi. Dana darurat merupakan cadangan dana yang hanya dapat digunakan apabila kita mengalami bencana, musibah, dan hal-hal lain di luar rencana yang dapat mengganggu kinerja dan operasional usaha. Sedangkan, asuransi merupakan pengalihan risiko agar usaha kamu tidak menanggung biaya besar apabila ada hal-hal tak terduga yang terjadi dalam usahamu.

#### *4. Perencanaan dan Pengelolaan Utang*

Dalam bisnis, utang dapat menjadi pengungkit untuk dapat meningkatkan kapasitas dan performa perusahaan. Namun, utang yang tidak terkendali dapat menyebabkan masalah finansial bahkan kebangkrutan dalam usaha. Apabila sudah memiliki utang sebelumnya, perhatikan rasio utang terhadap aset yang tidak boleh lebih dari 50 persen, dan rasio utang terhadap pendapatan tidak lebih dari 30 persen. Ketika catatan keuangan menunjukkan adanya pembengkakan pada rasio tersebut, segera mengambil tindakan. Sebelum memutuskan untuk mengajukan utang, perencanaan utang wajib dilakukan sematang mungkin. Mulai dari seberapa besar utang yang dibutuhkan, untuk biaya apa saja penggunaan utang tersebut, sampai tidak lupa untuk mempertimbangkan kemampuanmu dalam melunasi utang tersebut. Lakukan perhitungan serealistis mungkin dengan melibatkan seluruh risiko dan rencana bisnis. Buatlah rencana pelunasan utang. Tentukan target pribadi untuk mendapatkan dana pelunasan cicilan utang, jauh-jauh hari sebelum waktu jatuh tempo datang. Jangan lupa, tanamkan motivasi bagi diri sendiri bahwa semakin cepat utang terlunasi, semakin cepat pula bisnis akan terbebas dari beban finansial.

#### *5. Tetapkan Target dan Evaluasi Bisnis*

Sebagai pelaku UKM, kebutuhan pribadi dapat menjadi patokan dalam menentukan besaran gaji yang diterima dari usaha dan target omzet yang harus dicapai di masa depan. Evaluasi bisnis berkala dibutuhkan dalam menganalisa apakah kegiatan operasional usaha dinilai sudah tepat atau perbaikan apa saja yang dibutuhkan untuk peningkatan efisiensi usaha. Mengelola keuangan adalah hal yang sangat penting bagi sebuah usaha. Semakin berkembang usaha yang dijalankan, maka semakin rumit pula dalam mengatur keuangan usaha tersebut. Dengan demikian, pengelolaan keuangan dapat

membantu merapihkan masalah keuangan usaha sedini mungkin sebelum bertambah besar.

### 3) **Aspek Pemasaran**

Dibalik berdirinya UKM, ada pengusaha-pengusaha sukses yang berdedikasi tinggi untuk menopang perekonomian. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi pemasaran untuk UKM yang efektif untuk terus bertahan. Mengingat jumlahnya yang semakin meningkat, para pemilik UKM harus lebih bisa kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu, ada beberapa strategi pemasaran untuk UKM yang bisa dilakukan, yaitu:.

#### 1. *Buat Produk yang Unik*

Produk yang unik dan memiliki keunggulan, cenderung menarik perhatian banyak orang. Contoh strategi pemasaran untuk UKM yang bisa dilakukan adalah dengan membuat produk yang unik dan memiliki keunggulan dibandingkan produk sejenis lainnya. Selain itu, pastikan produk yang Anda buat berkualitas dan bisa memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini akan membantu Anda dalam menghadapi persaingan pasar dan bisa membuat pelanggan loyal terhadap produk Anda.

#### 2. *Iklan*

Setelah membuat produk, contoh strategi pemasaran untuk UKM berikutnya adalah membuat iklan. Pastikan iklan yang dibuat memiliki tujuan yang jelas karena akan mempermudah untuk mencapai tujuan tersebut. Sesuaikan produk yang dibuat dengan iklannya. Misalnya ingin memperkenalkan produk makanan atau minuman dengan rasa baru, maka fokus haruslah tertuju pada tujuan rasa baru itu saja.

#### 3. *Buat Program Promosi yang Menarik*

Promosi yang menarik adalah salah satu contoh strategi pemasaran untuk UKM yang efektif. Hal ini tentunya akan langsung menarik minat pelanggan dan banyak orang untuk membeli produk yang

sedang promosi tersebut. Promosi yang berikan bisa berupa diskon, hadiah (*buy one get one*), *cashback*, atau bentuk promosi lainnya. Manfaatkan momen-momen tertentu untuk memberikan promosi ini. Misalnya pada saat lebaran, tahun baru, hari raya, tanggal cantik, event pameran, atau saat berulang tahun.

4. *Menjadi Networker*

*Networker* adalah seseorang yang memiliki jaringan dan relasi yang luas dan sifat optimis dalam menjalankan bisnisnya. Mulai melebarkan dan meluaskan jaringan. Namun, jika dirasa masih kurang percaya diri, bisa mempekerjakan seorang tenaga pemasaran untuk memperluas jaringan UKM. Tidak ada salahnya untuk mulai belajar hal baru untuk kebaikan bisnis.

5. *Tentukan STP (Segmenting, Targeting, Positioning)*

Dalam melakukan *segmenting*, bisa memulai dengan membagi pelanggan berdasarkan beberapa kelompok di pasar produk. Kemudian, tentukan *targeting* dengan memutuskan siapa yang menjadi target pasar utama. Langkah selanjutnya adalah *positioning*, dimana harus menentukan posisi produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap target pasar.

6. *Manfaatkan E-commerce*

Pelaku UKM dapat mengembangkan pasarnya melalui situs belanja online (*e-commerce*) yang juga ikut berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan internet. Seperti yang kita ketahui, saat ini *e-commerce* sedang naik daun dan banyak penggunanya. Jadi sangat tepat memasarkan produk dengan memanfaatkan *platform* ini. Pemasaran produk dengan *e-commerce* memberikan manfaat bagi perusahaan. Yaitu, murah dan efisien, memiliki akses tanpa batas, dan bisa memperpendek jarak distribusi produk.

Perluasan pasar bagi UKM sangat terbuka mengingat daya jangkau *e-commerce* sangat luas karena dapat dijangkau oleh siapa saja,

kapan saja, dan dimana saja selama konsumen terkoneksi ke internet. Pelaku UKM dapat memilih memasarkan produknya melalui salah satu atau memilih semua kegiatan dalam *e-commerce*, yaitu pertama, model iklan baris seperti OLX, Shopee, Tokopedia, dan lain lain.

7. *Memanfaatkan Jejaring Media Sosial*

Pelaku UKM juga dapat memanfaatkan jejaring media sosial dalam pemasaran produknya. Jejaring media sosial saat ini tidak lagi hanya sebagai alat bertukar informasi antar teman atau keluarga saja, tetapi telah banyak digunakan untuk program pemasaran berbagai macam produk, baik dari industri besar maupun UKM. Jejaring media sosial yang paling banyak digunakan untuk media pemasaran adalah tik tok, facebook, instagram, youtube, dan lain-lain. Selain itu, media komunikasi yang dapat digunakan oleh pelaku UKM dengan pelanggan dapat melalui Whatsapp, Line, Short Message Service (SMS), dan lain sebagainya. Pelaku UKM juga dapat membangun nama merek mereka (*brand awareness*) melalui media sosial dengan teknik *brand endorsement*.

8. *Service Terbaik untuk Pelanggan*

“Pembeli adalah raja”, kata-kata tersebut memang benar adanya. Sebagai pengusaha, kita harus bisa dan mampu memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Terutama di dunia bisnis, dimana komunikasi dan interaksi menjadi kunci untuk menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, strategi pemasaran untuk UKM berikutnya adalah dengan memberikan *service* terbaik untuk pelangga. Selain bisa membuat pelanggan setia, hal ini juga bisa memberikan rasa aman dan nyaman bagi mereka.

4) **Aspek Sertifikasi dan Standarisasi Produk**

Pemerintah telah mendorong percepatan transformasi UKM ke ekosistem digital melalui Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia

(Gernas BBI). Hal ini telah disepakati dalam Rapat Koordinasi Relaksasi Sertifikasi dan Standardisasi Produk UKM yang digelar Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi bersama sejumlah kementerian dan lembaga terkait pada tahun 2020. Pada Rakor yang dipimpin oleh Luhut Binsar Pandjaitan ini disepakati bahwa transformasi tersebut perlu didukung dengan kemudahan perizinan sertifikasi bagi UKM di Tanah Air.

UKM di Indonesia telah aktif beradaptasi dalam menghadapi tantangan pandemi covid-19 dengan bertransformasi ke ekosistem digital. Pemanfaatan platform digital ini sangat penting dan bisa menjadi *back bone* ekonomi melalui UKM. Karenanya perlu difasilitasi dengan berbagai kemudahan mengurus sertifikasi. Pemerintah akan menjadi akselerator bagi UKM untuk masuk ke ekosistem digital dengan memberikan kemudahan perizinan dan sertifikasi bagi UKM.

Beberapa kemudahan tersebut di antaranya relaksasi izin edar, standarisasi, registrasi serta pencantuman logo Gernas BBI, hingga keringanan pajak oleh Badan POM; kemudahan sertifikasi bagi usaha yang belum memiliki sistem jaminan halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal; kemudahan pengujian UKM dalam memperoleh Standar Nasional Indonesia (SNI) untuk UKM; serta kemudahan pelayanan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk UKM seperti hak paten, desain, hingga hak cipta. Kementerian dan Lembaga terkait sertifikasi memberikan kemudahan serta melakukan percepatan prosedur standarisasi dan sertifikasi bagi UKM. Kemudahan akses proses sertifikasi ini selanjutnya bisa diakses melalui situs BBI, <http://banggabuatanindonesia.co.id/>

Komitmen untuk memberikan relaksasi serta percepatan prosedur standarisasi dan sertifikasi UKM datang dari berbagai Kementerian dan Lembaga. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJH) misalnya, akan mengenakan tarif Rp0 bagi UKM yang beromset di bawah Rp1 miliar. Kemudahan lainnya juga diterapkan Badan

Standardisasi Nasional (BSN) dalam melayani pengajuan sertifikasi UKM melalui online. Dalam melakukan sertifikasi, BSN mendorong distribusi ke otoritas terkait. Jadi pengajuan sertifikasi cukup via online dan akan mendistribusikan kewenangan itu ke otoritas terkait. Misalnya makanan ke Badan POM, sertifikasi halal ke BPJH, dan lain sebagainya.

Kemudahan izin edar bagi makanan olahan yang dikemas juga diberikan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Sejalan dengan itu, BPOM juga melakukan pendampingan bagi UKM, dimulai dari bimbingan cara pembuatan pangan olahan yang baik, pendampingan untuk pemenuhan standar, insentif untuk UKM, *coaching clinic*, dan website UKM yang terbuka untuk umum. *Coaching clinic* untuk mempercepat proses registrasi, simplifikasi persyaratan izin usaha, hingga uji sampling tidak dipungut biaya.

Selain memperoleh izin edar, sertifikat halal dan produk yang terstandarisasi, pelaku UKM juga didorong untuk melindungi hasil inovasi dan kreatifitasnya sebagai aset kekayaan intelektual. Untuk mempermudah hal ini, pemerintah memfasilitasi para pelaku UKM untuk mendaftarkan hasil inovasi dan kreatifitasnya sebagai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) melalui loket virtual.

##### 5) Aspek Pengembangan Keterampilan

Program-program pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) telah banyak dilakukan oleh beberapa pihak dengan variasi program yang beragam. Dari sisi aktor pelaksana program, setidaknya ada pemerintah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), perusahaan swasta, dan bahkan lembaga-lembaga filantropi yang secara beriringan melakukan kegiatan-kegiatan yang mendukung pengembangan UKM. Dari sisi jenis program yang diberikan, terdapat program-program terkait pembiayaan, pemasaran, perizinan, sertifikasi,

produksi, dan beberapa program lain yang terus dilakukan kepada pelaku UKM di berbagai lokasi.

Inisiatif yang telah dilakukan oleh banyak pihak ini di satu sisi merupakan kabar baik bagi pelaku UKM, karena kesempatan untuk mendapatkan berbagai program pengembangan kapasitas usaha semakin terbuka lebar. Pelaku UKM bahkan bisa memilih program apa yang sekiranya paling cocok dan dibutuhkan, sehingga program yang diberikan bisa lebih tepat guna. Terintegrasi. Sejatinya, yang dibutuhkan pelaku UKM saat ini adalah skema pengembangan UKM yang komprehensif, terintegrasi dari hulu-hilir, serta sesuai kebutuhan. Program-program pengembangan UKM yang sudah banyak tadi mesti diramu sedemikian rupa agar bisa saling mendukung sesuai porsinya masing-masing. Pengembangan UKM mesti dikelola secara terpadu dengan memanfaatkan potensi dari masing-masing pelaku UKM.

Pemerintah di sini dapat menjadi inisiator untuk mengajak pihak lain bekerja sama dalam mengembangkan kapasitas usaha pelaku UKM secara terpadu. Pihak-pihak yang memiliki program-program pengembangan UKM tersebut harus duduk bersama untuk memetakan lokus-lokus tertentu yang bisa diintervensi bersama sesuai peran masing-masing. Skema pengembangan UKM secara terpadu yang berbasis pada kluster komoditas atau produk tertentu dapat menjadi pilihan untuk program pengembangan UKM ke depan.

Dalam pengembangan UKM secara terpadu tersebut, masing-masing pihak dapat menjalankan perannya sesuai dengan tahapan dari rantai nilai komoditas yang ada. Pada awalnya, harus ditentukan terlebih dahulu rantai nilai dari setiap komoditas agar dapat diketahui tahapan-tahapan proses produksi suatu produk dari penyiapan bahan mentah sampai kepada pembeli akhir. Dari situ nanti akan terlihat kebutuhan-kebutuhan intervensi yang dibutuhkan oleh pelaku UKM dalam setiap tahapan rantai nilai.

Di sinilah nanti peran dari penyelenggara program akan sangat penting untuk memberikan program sesuai tahapan dalam rantai nilai. Misalnya, dari hasil pemetaan ternyata para pelaku UKM di klaster tersebut membutuhkan permodalan, maka dari pihak perbankan bisa menawarkan kredit murah melalui KUR. Contoh lain misalnya di dalam klaster tersebut diketahui bahwa terdapat masalah pengemasan produk yang belum baik, dari situ nanti pemerintah atau dunia usaha dapat memberikan pelatihan pengemasan yang sesuai kebutuhan pelaku UKM di klaster tersebut.

Dengan fokus pada lokasi-lokasi tertentu sesuai dengan potensi komoditas atau produknya, intervensi kepada UKM yang beragam bisa lebih dipetakan dan menghindari potensi tumpang tindih. Program-program permodalan, peningkatan keterampilan, pemasaran, proses produksi dan program lain dapat dikonsentrasikan kepada pelaku UKM yang membutuhkan di lokasi-lokasi tersebut.

Skema pengembangan UKM secara terpadu ini dapat memetakan persoalan apa yang perlu diintervensi sekaligus dapat memetakan pula solusi yang tepat atas persoalan tersebut melalui berbagai program yang ada. Hal ini tentu akan menciptakan efektivitas pelaksanaan program karena sesuai kebutuhan dan tidak tumpang tindih, serta secara bersamaan menciptakan efisiensi sumber daya anggaran yang tidak terbuang percuma.

Keterpaduan program-program pengembangan UKM juga tidak hanya dilihat dari peran masing-masing pihak dalam sebuah klaster komoditas, tetapi juga adanya integrasi antar program-program yang saling mendukung dari hulu sampai hilir. Dari mulai proses penyiapan bahan baku, proses produksi, sampai pemasaran akhir, integrasi program dilakukan untuk mencapai sebuah hasil akhir yang optimal bagi pelaku UKM. Dengan begitu, masing-masing pihak tidak lagi melaksanakan program secara terpisah dan tidak saling

terhubung. Semuanya dapat mendukung pengembangan usaha para pelaku UKM secara terpadu berbasis klaster komoditas atau produk.

Integrasi dilakukan sampai sampai pada level pembeli akhir (offtaker) yang secara berkelanjutan melakukan transaksi dengan pelaku UKM. Hal ini dilakukan juga untuk menjamin pasar dari produk yang dihasilkan, sehingga pelaku UKM tidak khawatir hendak menjual produknya kemana. Selain itu, peran oftaker disini dapat sebagai pihak yang memberikan pembinaan kepada pelaku UKM dalam standardisasi produk yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Koordinasi. Skema pengembangan UKM terpadu ini membutuhkan peran dari banyak pihak mulai dari pelaku UKM itu sendiri, pemerintah pusat dan daerah, pelaku usaha besar sebagai oftaker, lembaga pembiayaan, serta tentu pihak-pihak lain yang menyelenggarakan program pengembangan UKM. Koordinasi harus dilakukan oleh setiap pihak untuk memastikan skema ini berjalan dengan baik sejak dari awal perencanaan, pelaksanaan, sampai evaluasi.

Jumlah UKM (Usaha Kecil Menengah) yang ada di Indonesia, terkhusus Kota Samarinda saat ini semakin bertambah banyak, namun jumlah UKM ini ternyata tidak sebanding dengan tingkat daya saing UKM tersebut, baik secara lokal maupun internasional. Kalau kita perhatikan, kebanyakan UKM hanya melakukan proses produksi, berdagang, dan berekonomi, sehingga membuat daya saing UKM di Indonesia tidak bisa bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar.

Berdasarkan informasi yang di dapatkan, ternyata sekitar 70% UKM yang ada di Indonesia memulai UKM tersebut karena adanya desakan ekonomi bukan karena mereka memiliki produk yang unik atau keterampilan pada bidang tertentu. Tentu saja kondisi ini akhirnya membuat sebagian besar dari UKM di Indonesia tidak

memiliki daya saing, dimana kita ketahui bahwa untuk tetap bertahan dan berkembang di dalam dunia bisnis yang semakin ketat kita harus memiliki keterampilan, dapat bekerja secara profesional, dan mampu menciptakan inovasi-inovasi pada bisnis mereka.

Lalu bagaimana seharusnya langkah untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan UKM dalam meningkatkan Usaha Kecil yang dimiliki?

*Pertama*, Pelaku UKM Harus Memiliki Jiwa Kepemimpinan Dalam Dirinya. Walaupun masih memulai UKM dan belum memiliki seorang karyawan, tetap harus menanamkan jiwa kepemimpinan dalam diri, sehingga ketika nantinya memiliki karyawan dapat memimpin karyawan tersebut dengan baik. Kemampuan dalam memimpin, merencanakan, mengatur, dan menjalankan sebuah usaha tentunya akan memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan usaha itu sendiri.

*Kedua*, Pelaku UKM Harus Mau Belajar Tentang Manajemen. Karena Pengetahuan tentang Manajemen adalah hal yang sangat penting untuk dimiliki oleh seorang pelaku UKM. Dengan modal *knowledge* manajemen, akan mampu mengoptimalkan sumber daya yang ada dalam bisnis, dan dapat mengurangi resiko kerugian yang mungkin terjadi.

*Ketiga*, pelaku UKM harus melakukan *marketing* dan *branding*. Salah satu penyebab kegagalan sebuah UKM adalah tidak melakukan *marketing* dan *branding* secara maksimal. Dua faktor ini adalah sangat penting dalam tumbuh kembangnya sebuah usaha baik skala besar ataupun skala kecil. Sebaiknya menciptakan sebuah logo dan juga nama perusahaan yang mudah diingat oleh orang lain, dan juga melakukan promosi agar UKM semakin dikenal oleh masyarakat luas. Sebagus apapun produk yang jual bila tidak didukung oleh kegiatan promosi yang baik, orang tidak akan mengenalnya.

*Keempat*, Pelaku UKM Harus Mampu Beradaptasi. Pasar yang semakin luas dan pertumbuhan UKM yang semakin banyak tentunya akan menciptakan banyak tantangan. Seorang pelaku UKM harus jeli dalam memperhatikan segala peluang dan hambatan yang mungkin datang ke hadapan, dan dapat mengambil keputusan dan bertindak dengan cepat. Kemampuan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin beragam akan membuat UKM dapat bertahan dan dapat berkembang ke arah yang lebih baik.

*Kelima*; Pelaku UKM Harus Mampu Berinovasi. Seorang pelaku UKM harus bisa berinovasi dalam menawarkan produknya ke pasar. Kebanyakan konsumen lambat laun akan bosan dengan produk yang sama dan biasa-biasa saja, mereka mau sesuatu yang berbeda. Dengan kerja keras dan kreatifitas yang dimiliki, mulailah untuk menawarkan produk yang berbeda atau menawarkan produk yang biasa-biasa saja dengan cara yang berbeda sehingga produk itu bisa memiliki nilai yang lebih tinggi di pasaran.

Upaya pemerintah untuk memajukan UKM; antara lain:

1) Melalui Undang-Undang Cipta Kerja.

Salah satu substansi yang diatur adalah mengenai kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan UKM. Pemerintah berharap melalui UU Cipta Kerja, UKM dapat terus berkembang dan berdaya saing. Manfaat UU Cipta Kerja bagi UKM;

- a. Pelaku UKM/masyarakat akan mendapatkan berbagai macam kemudahan dari sisi percepatan perizinan dan juga kepastian ataupun legalitas usaha dan memberikan kemudahan bagi pelaku UKM dengan memberikan kepastian dan juga mempercepat proses perizinan dengan melakukan pendaftaran melalui OSS (*Online Single Submission*).
- b. Pemerintah juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha yang ingin mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI)

bagi produk usahanya. Selain itu, pelaku usaha yang ingin mendirikan perusahaan terbuka (PT) perseorangan juga diberikan kemudahan dengan persyaratan yang mudah dan juga biaya yang murah.

- c. Pemerintah juga mengatur program kemitraan bagi pelaku usaha UKM dengan menyediakan akses bagi pemanfaatan fasilitas publik seperti di rest area, bandara, dan stasiun kereta api untuk menampilkan atau memasarkan produknya.
- d. Insentif fiskal juga diberikan kepada pelaku usaha yang ingin mengembangkan usahanya melalui Dana Lokasi Khusus (DAK) pemerintah. Pemerintah juga mempermudah proses pendirian koperasi, salah satunya dengan menetapkan minimal jumlah 9 orang sudah dapat mendirikan Koperasi Prime

2) Program PEN.

Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) merupakan salah satu program yang dicetuskan pemerintah untuk memulihkan ekonomi Indonesia akibat dampak Covid-19. Program ini juga merupakan respon pemerintah atas penurunan aktivitas masyarakat yang terdampak, khususnya sektor informal atau UKM. Program ini dibuat berdasarkan PP Nomor 23 tahun 2020 yang kemudian diubah menjadi PP Nomor 43 tahun 2020. Sebagai salah satu upaya pemerintah untuk memajukan UKM, berikut merupakan rincian program PEN untuk UKM, yaitu:

- a. Subsidi bunga/margin
- b. Belanja Imbal Jasa Penjaminan (IJP)
- c. Penempatan Dana Pemerintah di perbankan
- d. Penjaminan loss limit kredit UKM
- e. Pajak penghasilan final UKM ditanggung pemerintah
- f. Pembiayaan investasi kepada koperasi melalui Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB) koperasi UKM
- g. Program Bantuan Presiden (Banpres) Produktif Usaha Mikro

3) Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Upaya lain dari pemerintah untuk memajukan UKM yaitu program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan. Adapun biaya jasa (suku bunga) atas kredit/pembiayaan modal kerja disubsidi oleh pemerintah. Tujuan KUR adalah untuk meningkatkan meningkatkan akses pembiayaan dan memperkuat permodalan UKM.

4) Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI)

Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) merupakan salah satu program pemerintah sebagai upaya pemerintah untuk memajukan UKM yang diluncurkan pada tahun 2020. Tujuan Gernas BBI yaitu mendorong *national branding* produk lokal unggulan untuk menciptakan industri baru dan tentunya meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Melalui program ini, pemerintah mendorong pelaku UKM untuk bergabung ke *platform* digital.

5) Perluasan Ekspor Produk Indonesia melalui ASEAN *Online Sale Day* (AOSD)

ASEAN *Online Sale Day* (AOSD) atau Hari Belanja Daring ASEAN merupakan acara belanja yang dilakukan secara serentak oleh *platform* niaga-elektronik di sepuluh negara ASEAN. AOSD diselenggarakan bertepatan pada hari ulang tahun ASEAN yaitu 8 Agustus sejak tahun 2020. Peserta AOSD adalah pelaku usaha di Kawasan ASEAN yang menyediakan barang dan jasa melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). AOSD merupakan kesempatan bagi Indonesia untuk mempromosikan dan membangun citra produk lokal nusantara ke kancah ASEAN serta mendorong dan meningkatkan kegiatan ekspor produk Indonesia. Upaya-upaya tersebut diharapkan dapat memajukan UKM, meningkatkan jumlah UKM di Indonesia dan tentunya dapat

meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan demikian, semakin banyak lapangan pekerjaan yang dibuka sehingga angka pengangguran dan kemiskinan di negeri ini dapat menurun.

### **5.3 Program Pelatihan dan Pendampingan UKM untuk Penguatan Bisnis**

Program penguatan bisnis UKM adalah program yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) dalam menghadapi persaingan global. Program ini dilakukan dengan memberikan bantuan dan dukungan kepada UKM dalam berbagai aspek, seperti pengembangan produk, pemasaran, manajemen keuangan, dan pengembangan SDM.

Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam program penguatan UKM antara lain:

- 1) Pelatihan dan pendampingan: UKM diberikan pelatihan dan pendampingan dalam berbagai aspek bisnis, seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan pengembangan produk.
- 2) Bantuan modal; UKM diberikan bantuan modal untuk memperluas usaha atau meningkatkan kualitas produk.
- 3) Akses pasar: UKM diberikan akses pasar yang lebih luas melalui pameran, promosi, dan kerjasama dengan perusahaan besar.
- 4) Peningkatan kualitas produk: UKM diberikan bantuan dalam meningkatkan kualitas produk, seperti sertifikasi halal, sertifikasi ISO, dan pengembangan teknologi.

Program penguatan bisnis UKM sangat penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi pengangguran di Indonesia. Dengan meningkatkan kemampuan dan daya saing UKM, diharapkan dapat meningkatkan kontribusi UKM terhadap perekonomian nasional.

#### **1) Pelatihan UKM**

Di dunia digital saat ini, semakin banyak *e-commerce* dan *marketplace* membuat perkembangan usaha kecil menengah (UKM) semakin pesat. Tanpa adanya usaha kecil menengah (UKM) roda

perekonomian akan macet dan memberikan banyak dampak pada usaha skala besar. Sifat dari usaha kecil yang mudah dibentuk dan gesit membuat banyak ruang bagi pencari lowongan kerja. Hal inilah yang mendasari perhatian pada usaha kecil semakin besar dilakukan untuk menjaga kondisi ekonomi Indonesia.

Menurut survey Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) dengan Badan Pusat Statistik (2016) bahwa industri ekonomi kreatif di Indonesia pada tahun 2015 lalu tercatat menyumbangkan Rp. 852 triliun kepada pendapatan domestik bruto (PDB) nasional, dan di tahun 2016 tercatat naik mencapai Rp. 922,58 triliun dengan nilai kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 7,44 persen. Perkembangan industri ekonomi kreatif tidak terlepas dari *e-commerce* di Indonesia. Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menyebutkan pertumbuhan dari *e-commerce* mencapai 60% hingga 80% per tahun.

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia tidak terlepas dari dukungan usaha kecil menengah. Oleh karena pentingnya UKM ini maka perlu dilakukan pelatihan UKM guna menunjang keberlangsungan dari UKM di Indonesia dan membantu mereka mengatasi berbagai permasalahan yang ada seperti aspek pengelolaan atau manajemen hingga aspek permodalan yang dibutuhkan. Manfaat dari memberikan pelatihan UKM adalah:

#### 1. *Meningkatkan Produktifitas*

Sebagian pemilik UKM merupakan pelaku usaha mandiri. Namun, melalui pelatihan UKM diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dengan meningkatkan ketrampilan dalam proses produksi maupun peningkatan manajerial. Melalui pelatihan terutama peningkatan ketrampilan, pemilik UKM diajarkan untuk meningkatkan produktifitas produksi sehingga didapatkan hasil yang optimal.

Dengan pelatihan juga mampu melatih ketrampilan manajerial dari pelaku UKM dimana akan diajarkan tentang bagaimana pemecahan

masalah-masalah yang dapat mengganggu produktifitas usaha. Pelatihan seperti program *coaching* mampu menggali potensi dan kemampuan dari pelaku usaha sehingga dapat independen dalam mengatasi masalah-masalah yang dihadapi.

2. *Meminimalkan Biaya dan Jumlah Kecelakaan Kerja*

Melalui pelatihan, diajarkan bagi pemilik UKM untuk sadar akan pentingnya keselamatan kerja. Kecelakaan kerja yang terjadi tentunya menambah penggunaan dana atau biaya yang bisa saja berasal dari modal UKM. Modal usaha kecil menengah sangat terbatas sehingga perlu adanya efektifitas penggunaan dana oleh pemilik usaha. Dengan pelatihan diharapkan mengurangi kecelakaan kerja melalui pengaturan manajerial dan pengaturan sistem kerja yang baik sehingga finansial dari UKM dapat dimaksimalkan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

3. *Meminimalkan Masa Belajar*

Pelatihan khususnya *mentoring* memberikan kesempatan bagi pemilik usaha untuk belajar dari para ahli. Pengalaman dari para mentor diharapkan mempersingkat waktu pemilik usaha untuk belajar melalui pengalaman. Mentor akan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi sekaligus membantu menyusun strategi dan konsep bisnis untuk usaha kecil menengah. Dengan pelatihan seperti ini, pemilik usaha diharapkan dapat menjalankan usaha dengan optimal dan efektif.

4. *Pengaturan Keuangan yang Optimal*

Usaha Kecil Menengah umumnya dimulai dengan modal yang kecil. Modal ini harus dioptimalkan untuk segala macam hal operasional dari usaha. Namun, kendala bagi pemilik UKM adalah pengaturan keuangan yang belum terstruktur rapi. Hal ini tentu akan berdampak jangka panjang terhadap bisnis UKM nya. Melalui pelatihan dapat diajarkan untuk membuat pembukuan yang terstruktur, *cashflow* dan konsep keuangan yang rapi sehingga dengan data statistic yang

dihasilkan memudahkan bagi pemilik UKM untuk melihat perkembangan usahanya, progress piutang dan utang serta keseluruhan profitnya dapat dihitung dengan baik. Jika perhitungan laba rugi dan pembukuan tidak jelas maka lambat laun tanpa disadari oleh pemilik UKM, usahanya akan mengalami penurunan.

#### 5. *Sadar Teknologi Terbaru*

Melalui pelatihan tidak hanya diajarkan tentang operasional dan teknis namun juga pemilik UKM diberikan pengertian tentang teknologi terbaru yang dapat digunakan untuk efisiensi kinerja. Tidak hanya dari segi peralatan namun juga dari segi pemasaran seperti contohnya membawa UKM ke dunia digital yang sedang marak di masyarakat saat ini sehingga usaha lebih dikenal oleh masyarakat. UKM di Indonesia mulai banyak merambah ke dunia digital seperti *e-commerce* dan *marketplace*. Ini adalah wadah bagi pemilik UKM untuk memaksimalkan usaha dan potensi kreatifitasnya. Optimasi penggunaan *e-commerce* dan media social dapat dilakukan agar UKM anda berkembang pesat. Perkembangan *e-commerce* yang cukup pesat tidak lain karena sumbangsih dari bisnis UKM yang banyak di Indonesia.

## 2) **Pendampingan UKM**

Kenapa Pendampingan UKM Itu Penting? Pada dasarnya setiap usaha ataupun bisnis yang dijalankan akan mengalami banyak masalah dan juga tantangan. Mulai dari persoalan modal atau biaya, manajemen keuangan dan sumber daya manusia, pengembangan produk, produksi, dan pemasaran. Kegiatan pendampingan UKM naik kelas inilah yang akan mendukung para pelaku UKM dapat mengatasi masalah dan juga tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya untuk bisa tetap bertahan, bertumbuh, dan menjadi bisnis yang berkelanjutan. Inilah beberapa alasan kenapa pendampingan UKM naik kelas itu penting.

*1. Memotivasi UKM*

Motivasi adalah alasan utama suatu bisnis dapat terus bertumbuh. Dalam hal pendampingan UKM, motivasi yang diperlukan bukanlah iming-iming soal kesuksesan itu dekat, dan mudah didapatkan. Tapi lebih kepada motivasi untuk menumbuhkan kemauan untuk belajar, kepercayaan diri, dan semangat berjuang untuk mengerahkan kemampuan terbaiknya dalam menjalankan usaha. Motivasi dapat dijadikan stimulus untuk para pelaku UKM supaya punya pemantik semangat. Selain itu, ketika pun mengalami kegagalan dalam proses mereka, tentunya kesiapan untuk melewati hal tersebut lebih matang. Ketika sudah memiliki motivasi, mental sebagai seorang *entrepreneur* juga akan tumbuh. Jadi dalam perjalanannya, pelaku UKM dipersiapkan untuk bisa menghadapi tantangan dalam berbisnis.

*2. Memberikan Solusi yang Tepat*

Dalam menjalankan sebuah bisnis tentunya akan dihadapi banyak persoalan dan juga tantangan. Termasuk juga ketika menjalankan bisnis UKM. Tiap pelaku UKM memiliki masalahnya masing-masing, tapi tidak banyak dari mereka yang bisa menemukan solusi tepat. Maka dari itu, dari kegiatan pendampingan inilah UKM bisa difasilitasi untuk menemukan solusi atas permasalahan yang ditemui dengan tepat. Pendampingan UKM naik kelas dapat mempermudah pelaku usaha untuk berkomunikasi dan juga berkonsultasi secara intensif dengan mentor atau pendamping mereka yang tentunya punya solusi jitu untuk bisa diterapkan. Ketika banyak pihak baik lembaga ataupun perorangan dapat memberikan ruang yang lebar terhadap kegiatan pendampingan, maka hal ini juga akan lebih menguntungkan para pelaku UKM itu sendiri.

### *3. Membantu UKM Berkembang*

Cara kerja dalam membantu UKM untuk berkembang salah satunya adalah memfasilitasi mereka terhubung dengan pihak pemangku kepentingan. Pelaku UKM tentunya butuh kerjasama dengan banyak pihak berbagai pihak mulai dari pemasok, lembaga keuangan, pemerintah pusat atau daerah, dan juga pihak lain dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan untuk perkembangan bisnis yang mereka jalankan. Setelah terhubung dengan banyak pemangku kepentingan, dalam proses pendampingan UKM naik kelas juga punya tujuan untuk menaikkan omset. Dalam menaikkan omset penjualan diperlukan rumusan komunikasi dalam berbagai pandangan yang melibatkan konsultan atau mentor pendamping UKM sehingga akan dihasilkan sebuah strategi yang tepat.

### **3) Tugas dan Peran Tenaga Pendamping UKM**

Tenaga pendamping memiliki peran dan tugas untuk meningkatkan kemajuan usaha koperasi dan UKM yang didampinginya sesuai dengan target sasaran kinerja DAK Non Fisik PK2UKM tahun 2022 yang tertuang dalam Peraturan Menteri Koperasi dan UKM No. 2 Tahun 2022 tentang Petunjuk Teknis Penggunaan Dana Alokasi Khusus Nonfisik Peningkatan Kapasitas Koperasi, Usaha Mikro, dan Kecil.

Tenaga pendamping akan bertugas melakukan penguatan terhadap Pelaku Koperasi dan UKM dalam memberikan advokasi, konsultasi dan sosialisasi yang nantinya akan dijadikan dalam sebuah laporan kinerja. Tenaga pendamping wajib menyampaikan laporan kinerja secara berkala.

Pendampingan merupakan strategi yang dilakukan pemerintah. Pendampingan merupakan pemberdayaan yang dianggap ampuh dan efektif dalam membantu terhadap pelaku Koperasi dan UKM sehingga mampu meningkatkan produktifitas dan daya saing Koperasi dan

UKM. Ada empat sasaran kinerja yakni mendorong transformasi informal ke formal Nomor Induk Berusaha (NIB), akselerasi digitalisasi UKM (*onboarding di ecommerce*), meningkatkan akses kredit lembaga keuangan serta menumbuhkan wirausaha pemula.

Tenaga pendamping diharapkan dapat mendorong transformasi usaha informal ke formal dimana usaha yang didampingi bisa memiliki legalitas usaha NIB (Nomor Induk Berusaha). Disisi akselerasi digitalisasi, tenaga pendamping harus mempercepat transformasi digital pelaku KUMK. Pelaku KUMK didorong untuk masuk dalam ekosistem digital. Semakin banyak UKM yang onboarding menjadi ukuran bagi keberhasilan UKM yang didampingi. Sementara pada peningkatan akses, tenaga pendamping wajib mendampingi pelaku usaha untuk mengakses pembiayaan dari perbankan atau lembaga keuangan lainnya. Mendampingi pelaku KUMK bisa akses pembiayaan di mana pendamping membantu hingga mereka submit pembiayaan tersebut

#### **5.4 Model Kolaborasi UKM dengan Mitra Terkait untuk Keberhasilan Program Penguatan UKM**

Kolaborasi UKM dengan mitra bisnis dapat memberikan banyak manfaat bagi kedua belah pihak. Berikut adalah beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari kolaborasi UKM dengan mitra bisnis:

1) Meningkatkan kredibilitas dan reputasi UKM

Kolaborasi dengan mitra bisnis yang sudah terkenal dan memiliki reputasi yang baik dapat membantu meningkatkan kredibilitas dan reputasi UKM. Hal ini dapat membantu UKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

2) Meningkatkan akses ke pasar baru

Kolaborasi dengan mitra bisnis yang memiliki akses ke pasar baru dapat membantu UKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Mitra bisnis dapat membantu UKM untuk memasarkan produk atau layanan mereka ke pasar yang lebih luas.

3) Meningkatkan kualitas produk atau layanan

Kolaborasi dengan mitra bisnis yang memiliki pengalaman dan keahlian yang lebih baik dapat membantu UKM untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka. Mitra bisnis dapat memberikan saran dan dukungan untuk meningkatkan proses produksi atau layanan yang lebih efektif dan efisien.

4) Meningkatkan efisiensi dan produktivitas

Kolaborasi dengan mitra bisnis dapat membantu UKM untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Mitra bisnis dapat membantu UKM untuk mengembangkan sistem manajemen yang lebih baik dan memberikan dukungan untuk meningkatkan proses produksi atau layanan yang lebih efektif dan efisien.

5) Meningkatkan keuntungan

Kolaborasi dengan mitra bisnis dapat membantu UKM untuk meningkatkan keuntungan. Mitra bisnis dapat membantu UKM untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan membantu UKM untuk memperluas jangkauan pasar yang lebih luas.

Dalam melakukan kolaborasi dengan mitra bisnis, UKM perlu memilih mitra bisnis yang tepat dan memiliki visi yang sama dengan UKM. Selain itu, UKM juga perlu memastikan bahwa kolaborasi tersebut memberikan manfaat yang seimbang bagi kedua belah pihak.

Kemitraan UKM adalah sebuah bentuk kerjasama antara usaha kecil dan menengah (UKM) dengan pihak lain, seperti perusahaan besar, pemerintah, atau lembaga keuangan. Kemitraan ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UKM, serta membantu mereka untuk berkembang dan tumbuh menjadi lebih besar.

Salah satu manfaat dari kemitraan UKM adalah adanya akses ke sumber daya yang lebih besar. Dalam kemitraan dengan perusahaan besar, UKM dapat memanfaatkan sumber daya seperti teknologi, modal, dan jaringan distribusi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Dalam kemitraan dengan pemerintah, UKM dapat memanfaatkan program-program bantuan dan

pelatihan yang disediakan oleh pemerintah untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka.

Selain itu, kemitraan UKM juga dapat membantu UKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Dalam kemitraan dengan perusahaan besar, UKM dapat memanfaatkan jaringan distribusi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut untuk memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Dalam kemitraan dengan pemerintah, UKM dapat memanfaatkan program-program promosi dan pameran yang disediakan oleh pemerintah untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas.

Namun, kemitraan UKM juga memiliki tantangan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan tersebut adalah masalah kepercayaan antara UKM dan mitra mereka. UKM seringkali merasa khawatir bahwa mitra mereka akan mengambil keuntungan dari mereka atau bahkan mencuri ide mereka. Oleh karena itu, penting bagi UKM untuk memilih mitra yang dapat dipercaya dan memiliki reputasi yang baik.

Selain itu, kemitraan UKM juga memerlukan komitmen dan kerjasama yang kuat dari kedua belah pihak. UKM harus siap untuk bekerja sama dengan mitra mereka dan memenuhi kewajiban mereka dalam kemitraan tersebut. Mitra juga harus siap untuk memberikan dukungan dan bantuan yang dibutuhkan oleh UKM untuk berkembang dan tumbuh.

Dalam kesimpulannya, kemitraan UKM adalah sebuah bentuk kerjasama yang dapat membantu UKM untuk meningkatkan kinerja dan daya saing mereka. Namun, kemitraan ini juga memiliki tantangan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, UKM harus memilih mitra yang dapat dipercaya dan siap untuk bekerja sama dengan mereka untuk mencapai tujuan bersama.

Selain itu, UKM juga harus memiliki komitmen yang kuat untuk memenuhi kewajiban mereka dalam kemitraan tersebut. Dengan demikian, kolaborasi UKM dengan mitra terkait dapat menjadi kunci keberhasilan program penguatan UKM. Melalui kemitraan ini, UKM dapat memperoleh akses ke sumber daya yang lebih besar, memperluas pasar dan meningkatkan penjualan, serta meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka.

Namun, untuk mencapai tujuan bersama, UKM dan mitra terkait harus bekerja sama dengan komitmen dan kepercayaan yang kuat.

### **Kemitraan UKM dengan Pemerintah**

1) Program Kemitraan Bina Lingkungan

Program ini bertujuan untuk membantu UKM dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, serta meningkatkan daya saing UKM. Pemerintah akan memberikan bantuan berupa pelatihan, pendampingan, dan fasilitas produksi kepada UKM yang tergabung dalam program ini.

2) Program Kemitraan dan Bina Usaha

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi UKM, serta meningkatkan akses pasar dan modal. Pemerintah akan memberikan bantuan berupa modal, pelatihan, dan pendampingan kepada UKM yang tergabung dalam program ini.

3) Program Kemitraan dan Bina Karya

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk UKM, serta meningkatkan akses pasar dan modal. Pemerintah akan memberikan bantuan berupa pelatihan, pendampingan, dan fasilitas produksi kepada UKM yang tergabung dalam program ini.

4) Program Kemitraan dan Bina Jasa

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas jasa yang ditawarkan oleh UKM, serta meningkatkan akses pasar dan modal. Pemerintah akan memberikan bantuan berupa pelatihan, pendampingan, dan fasilitas produksi kepada UKM yang tergabung dalam program ini.

5) Program Kemitraan dan Bina Teknologi

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk UKM melalui penerapan teknologi yang tepat. Pemerintah akan memberikan bantuan berupa pelatihan, pendampingan, dan fasilitas produksi kepada UKM yang tergabung dalam program ini.

### **Kemitraan antara UKM dengan Perusahaan Besar**

1) Kemitraan Strategis

UKM dan perusahaan besar bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama yang saling menguntungkan. Misalnya, UKM dapat menyediakan produk atau layanan yang dibutuhkan oleh perusahaan besar, sementara perusahaan besar dapat membantu UKM dalam hal pemasaran, distribusi, atau pengembangan produk.

2) Kemitraan Teknologi

UKM dan perusahaan besar bekerja sama dalam pengembangan teknologi baru atau penggunaan teknologi yang sudah ada untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Misalnya, perusahaan besar dapat memberikan akses ke teknologi canggih kepada UKM, sementara UKM dapat membantu perusahaan besar dalam pengembangan teknologi yang lebih spesifik.

3) Kemitraan Keuangan

UKM dan perusahaan besar bekerja sama dalam hal pembiayaan. Misalnya, perusahaan besar dapat memberikan modal atau pinjaman kepada UKM untuk membantu mereka dalam pengembangan bisnis, sementara UKM dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan besar melalui investasi yang menguntungkan.

4) Kemitraan Pemasaran

UKM dan perusahaan besar bekerja sama dalam hal pemasaran produk atau layanan. Misalnya, perusahaan besar dapat membantu UKM dalam hal branding, promosi, atau distribusi produk, sementara UKM dapat memberikan produk atau layanan yang unik dan menarik bagi perusahaan besar.

Dalam kemitraan ini, UKM dan perusahaan besar harus saling menguntungkan dan memperhatikan kepentingan masing-masing. Kemitraan yang baik dapat membantu UKM dalam pengembangan bisnis dan meningkatkan daya saing mereka di pasar, sementara perusahaan besar dapat memperoleh keuntungan dari inovasi dan kreativitas UKM.

### **5.5 Sistem Evaluasi dan Pemantauan Keberhasilan Program Penguatan UKM**

Sistem evaluasi dan pemantauan program penguatan UKM adalah proses pengumpulan dan analisis data untuk mengevaluasi efektivitas program penguatan UKM yang telah dilaksanakan. Tujuan dari sistem evaluasi ini adalah untuk menilai sejauh mana program penguatan UKM telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan, mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan program, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan program di masa depan. Evaluasi program penguatan UKM dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti survei, wawancara, observasi, dan analisis data statistik. Hasil evaluasi program penguatan UKM dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas program dan memastikan bahwa program tersebut memberikan manfaat yang optimal bagi UKM

Sistem evaluasi dan pemantauan keberhasilan program penguatan UKM dapat dilakukan dengan beberapa langkah sebagai berikut:

- 1) Menetapkan indikator keberhasilan program penguatan UKM yang jelas dan terukur. Indikator tersebut dapat berupa peningkatan omzet, peningkatan jumlah karyawan, peningkatan kualitas produk, dan lain sebagainya.
- 2) Melakukan survei awal untuk mengetahui kondisi UKM sebelum program penguatan dilakukan. Survei ini dapat dilakukan dengan cara wawancara atau kuesioner kepada pemilik UKM.
- 3) Menetapkan target yang realistis dan terukur untuk setiap indikator keberhasilan yang telah ditetapkan.
- 4) Melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap pelaksanaan program penguatan UKM. Monitoring dan evaluasi ini dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi dari pemilik UKM, melakukan kunjungan lapangan, dan lain sebagainya.
- 5) Melakukan analisis terhadap data dan informasi yang telah dikumpulkan untuk mengevaluasi keberhasilan program penguatan UKM.

- 6) Melakukan tindakan perbaikan atau penyesuaian program penguatan UKM jika ditemukan kelemahan atau kekurangan dalam pelaksanaannya.
- 7) Melakukan evaluasi akhir setelah program penguatan UKM selesai dilaksanakan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan program tersebut dan mengevaluasi kembali indikator keberhasilan yang telah ditetapkan

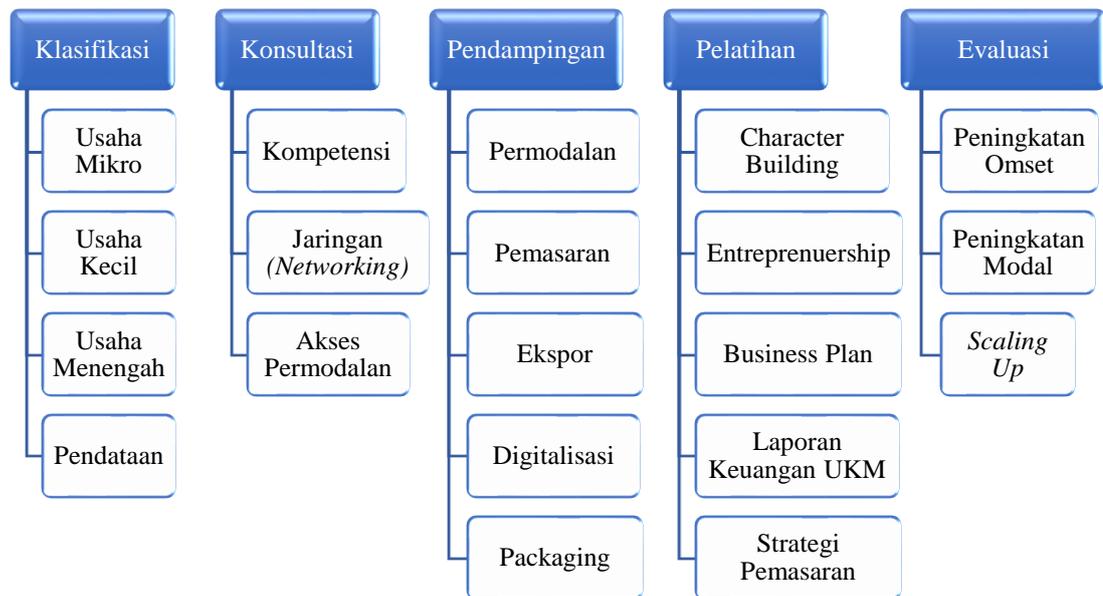
### **5.6 Model Penguatan Kelompok Usaha Berbasis Potensi Daerah**

Kendala-kendala yang menyebabkan pelaku usaha mikro sulit tumbuh menjadi usaha yang lebih besar (“naik kelas”), tentu tidak lepas dari berbagai faktor, salah satunya dari karakteristik pelaku usaha dan karakter dari usahanya itu sendiri. Pada karakteristik pelaku usaha karakteristik yang menjadi faktor kendala diantaranya:

- 1) Rendahnya kemampuan akses pada sumber-sumber informasi.
- 2) Rendahnya kemampuan untuk meningkatkan akses dan peluang pasar.
- 3) Rendahnya kemampuan dan akses terhadap sumber-sumber permodalan termasuk perbankan.
- 4) Rendahnya kemampuan dalam penguasaan dan pemanfaatan teknologi.
- 5) Rendahnya kemampuan dalam mengembangkan organisasi dan manajemen.
- 6) Lemahnya pembentukan jaringan usaha atau kemitraan antara sesama usaha kecil dan besar (Hejazziey, 2009)

Berdasarkan uraian dan analisis pada bab IV terutama pada hasil jawaban kuisisioner responden, maka perlu disusun model penguatan kelompok usaha mikro kecil berbasis potensi daerah di Kota Samarinda agar bisa naik kelas (*scaling-up*) sebagai berikut :

Gambar 5.1 Model Penguatan UKM di Kota Samarinda



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

### 1) **Klasifikasi**

Usaha kecil dan menengah (UKM) harus diklasifikasikan karena beberapa alasan. Pertama, klasifikasi membantu mengidentifikasi dan membedakan UKM dari bisnis yang lebih besar. Hal ini penting karena UKM memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari perusahaan besar, seperti sumber daya yang terbatas, pangsa pasar yang lebih kecil, dan ketergantungan yang lebih besar pada pasar lokal. Dengan mengklasifikasikan UKM, pembuat kebijakan dan peneliti dapat lebih memahami tantangan dan peluang yang dihadapi bisnis tersebut dan mengembangkan kebijakan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

Kedua, klasifikasi membantu mengukur kontribusi UKM terhadap perekonomian. UKM adalah sumber lapangan kerja dan inovasi yang signifikan di banyak negara, dan mengukur dampak ekonominya penting bagi pembuat kebijakan dan peneliti. Dengan mengklasifikasikan UKM, dimungkinkan untuk melacak pertumbuhan, produktivitas, dan profitabilitas mereka dari waktu ke waktu, yang dapat membantu menginformasikan keputusan kebijakan.

Ketiga, klasifikasi membantu memberikan dukungan yang ditargetkan kepada UKM. Banyak pemerintah dan organisasi menawarkan program dukungan untuk UKM, seperti akses ke pembiayaan, pelatihan, dan pendampingan. Dengan mengklasifikasikan UKM berdasarkan ukuran, sektor, dan karakteristik lainnya, dimungkinkan untuk memberikan dukungan yang lebih terarah yang memenuhi kebutuhan khusus dari berbagai jenis bisnis.

Kesimpulannya, mengklasifikasikan UKM penting untuk mengidentifikasi dan membedakan bisnis ini dari perusahaan besar, mengukur dampak ekonominya, dan memberikan dukungan yang ditargetkan. Hal ini dapat membantu mendorong pertumbuhan dan keberhasilan UKM, yang merupakan sumber penting lapangan kerja dan inovasi di banyak negara.

## 2) **Konsultasi**

Program konsultasi dapat memberikan banyak manfaat yang dapat membantu UKM tumbuh dan sukses. Salah satu keuntungan utamanya adalah konsultan dapat memberikan saran dan panduan ahli tentang berbagai aspek dalam menjalankan bisnis. Pemerintah dan lembaga swasta dapat menawarkan berbagai program konsultasi untuk usaha kecil untuk membantu mereka tumbuh dan sukses. Program-program ini dirancang untuk memberi UKM alat dan sumber daya yang diperlukan untuk meningkatkan operasi mereka, meningkatkan pendapatan mereka, dan menciptakan lapangan kerja.

Salah satu bentuk program konsultasi bagi UKM yang dapat dilakukan oleh pemerintah mau pun pihak swasta adalah layanan konsultasi bisnis. Layanan ini biasanya disediakan oleh profesional bisnis berpengalaman yang menawarkan bimbingan dan dukungan kepada UKM di berbagai bidang seperti pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan operasi. Layanan penasihat bisnis juga dapat mencakup program pelatihan dan pendampingan untuk membantu UKM mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka.

## 3) **Pendampingan**

Program pendampingan menyediakan *platform* bagi pemilik usaha kecil (UKM) untuk terhubung dengan para profesional berpengalaman yang dapat menawarkan bimbingan, dukungan, dan nasihat tentang berbagai aspek dalam

menjalankan bisnis. Salah satu manfaat paling signifikan dari program pendampingan UKM adalah bahwa mereka memberikan akses ke pengetahuan dan keahlian yang berharga, lingkungan yang mendukung bagi pengusaha, dan peluang jaringan yang dapat mengarah pada kemitraan dan kolaborasi baru

Ada beberapa bentuk atau desain program bantuan bagi usaha kecil (UKM) yang dapat dilakukan oleh pemerintah. Program-program ini ditujukan untuk memberikan dukungan kepada UKM, yang dianggap sebagai tulang punggung sebagian besar perekonomian. Berikut beberapa program bantuan yang dapat dilakukan oleh pemerintah:

- a. Program Bantuan Keuangan: Pemerintah dapat memberikan bantuan keuangan kepada UKM dalam bentuk hibah, pinjaman, dan insentif pajak. Hibah adalah dana yang tidak dapat dikembalikan yang diberikan kepada UKM untuk membantu mereka memulai atau mengembangkan bisnis mereka. Pinjaman, di sisi lain, adalah dana yang dapat dikembalikan yang diberikan kepada UKM dengan tingkat bunga rendah. Insentif pajak juga diberikan kepada UKM untuk mendorong mereka berinvestasi dalam usahanya.
- b. Program Bantuan Teknis: Pemerintah juga dapat memberikan bantuan teknis kepada UKM dalam bentuk program pelatihan dan pendampingan. Program-program ini ditujukan untuk membantu UKM meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka di berbagai bidang seperti pemasaran, keuangan, dan manajemen.
- c. Program Bantuan Regulasi: Pemerintah juga dapat memberikan bantuan regulasi kepada UKM dengan menyederhanakan regulasi dan mengurangi prosedur birokrasi. Hal ini dapat membantu UKM menghemat waktu dan uang, serta fokus pada pengembangan bisnis mereka.

#### **4) Pelatihan**

Merancang program pelatihan untuk pengembangan usaha kecil merupakan langkah penting menuju pertumbuhan dan stabilitas ekonomi. Pemerintah dapat memainkan peran penting dalam memberikan pelatihan kepada UKM, yang dapat membantu mereka meningkatkan keterampilan,

pengetahuan, dan kemampuan mereka. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil untuk merancang program pelatihan yang efektif bagi UKM:

- a. Identifikasi kebutuhan UKM: Langkah pertama dalam merancang program pelatihan adalah mengidentifikasi kebutuhan UKM. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan survei, kelompok fokus, atau wawancara dengan pemilik dan karyawan UKM. Informasi yang dikumpulkan dapat membantu dalam mengidentifikasi bidang-bidang di mana UKM membutuhkan pelatihan dan dukungan.
- b. Mengembangkan kurikulum: Setelah kebutuhan UKM teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah mengembangkan kurikulum yang menjawab kebutuhan tersebut. Kurikulum harus dirancang untuk memberikan keterampilan dan pengetahuan praktis yang dapat diterapkan dalam operasi UKM sehari-hari. Ini juga harus disesuaikan dengan industri atau sektor tertentu di mana UKM beroperasi.
- c. Pilih metode penyampaian yang tepat: Ada berbagai metode penyampaian yang dapat digunakan untuk memberikan pelatihan kepada UKM, antara lain pelatihan berbasis kelas, kursus online, lokakarya, dan program pendampingan. Metode pengiriman yang dipilih harus didasarkan pada kebutuhan UKM dan ketersediaannya.
- d. Berikan dukungan berkelanjutan: Pelatihan tidak boleh menjadi acara satu kali tetapi proses yang berkelanjutan. Pemerintah harus memberikan dukungan berkelanjutan kepada UKM melalui program pendampingan, sesi pelatihan, dan akses ke sumber daya seperti penasihat bisnis dan pakar keuangan.
- e. Mengevaluasi keefektifan pelatihan: Penting untuk mengevaluasi keefektifan program pelatihan secara teratur. Hal ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dari pemilik dan karyawan UKM dan mengukur dampak pelatihan terhadap kinerja bisnis mereka.

## **5) Evaluasi**

Evaluasi penilaian keberhasilan program konsultasi, pelatihan dan pendampingan UKM dapat dilakukan dengan berbagai metode. Berikut adalah beberapa metode yang paling umum digunakan:

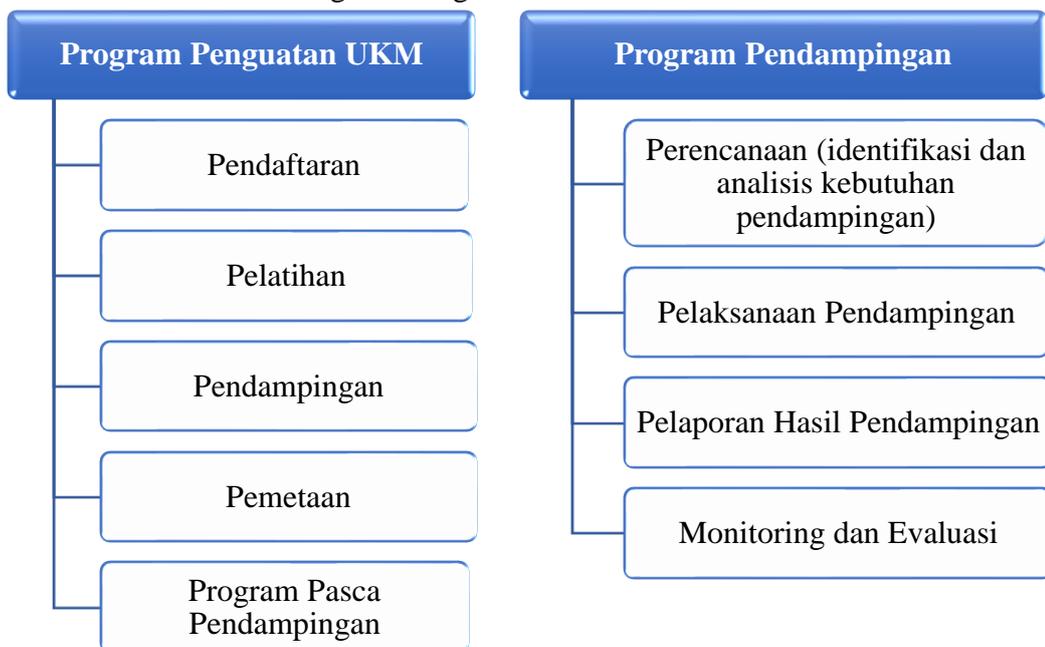
- a. Formulir survei dan umpan balik. Salah satu cara paling mudah untuk menilai keberhasilan program pelatihan dan pendampingan UKM adalah dengan meminta umpan balik dari peserta. Formulir survei dan umpan balik dapat dibagikan setelah setiap sesi atau di akhir program. Survei ini harus menyertakan pertanyaan yang mengukur keefektifan program, seperti apakah program tersebut memenuhi harapan mereka, apakah mereka mempelajari keterampilan baru, dan apakah mereka akan merekomendasikannya kepada orang lain.
- b. Penilaian sebelum dan sesudah (pasca) pelatihan/pendampingan. Cara lain untuk mengukur keberhasilan program pelatihan dan pendampingan UKM adalah dengan melakukan penilaian sebelum dan sesudah pelatihan/pendampingan. Penilaian ini dapat digunakan untuk menentukan seberapa banyak peserta telah belajar selama program. Dengan membandingkan skor sebelum dan pasca dapat menentukan apakah program tersebut efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta.
- c. Metrik Kinerja Bisnis. Tujuan akhir program pelatihan dan pendampingan UKM adalah untuk meningkatkan kinerja bisnis. Oleh karena itu, salah satu cara untuk menilai keberhasilan mereka adalah dengan melacak metrik kinerja bisnis sebelum dan sesudah program. Metrik ini dapat mencakup pendapatan penjualan, kepuasan pelanggan, produktivitas karyawan, atau metrik relevan lainnya yang dapat dikaitkan dengan program pelatihan.
- d. Studi kasus. Studi kasus dapat digunakan untuk menunjukkan bagaimana program pelatihan dan pendampingan UKM telah membantu bisnis lain berhasil. Studi kasus ini dapat dibagikan kepada peserta sebelum atau

sesudah program untuk menunjukkan kepada mereka bagaimana bisnis serupa mendapat manfaat dari pelatihan serupa.

- e. Pengamatan (*observasi*). Pengamatan dapat digunakan untuk menilai seberapa baik peserta menerapkan apa yang telah mereka pelajari selama program. Pelatih dapat mengamati peserta dalam situasi dunia nyata untuk melihat apakah mereka menggunakan keterampilan atau teknik baru.

Kesimpulannya, penilaian keberhasilan program pelatihan dan pendampingan UKM dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai metode seperti survei, penilaian sebelum dan sesudah pelatihan, metrik kinerja bisnis, studi kasus, dan observasi. Dengan menggunakan kombinasi dari metode-metode tersebut, dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keefektifan program.

Gambar 5.2 Alur Program Penguatan UKM di Kota Samarinda



Sumber: Diolah Peneliti; 2023

**1) Pendaftaran :**

Proses pendaftaran di lakukan oleh masing-masing penyelenggara kegiatan baik diselenggarakan oleh OPD maupun swasta dengan kriteria, tujuan dan *output* yang sudah di tetapkan masing masing. Pada proses pendaftaran diharapkan ada sentralisasi atau integrasi data antar OPD berdasarkan NIK

pelaku usaha, sehingga setiap anggota yang dilatih memiliki riwayat pelatihan dan pendampingan masing masing, sehingga dalam melakukan tahapan pendampingan dapat lebih efektif.

Pada saat pendaftaran pelaku usaha mikro akan dilakukan skala bisnis memiliki modal usaha paling banyak Rp1miliar belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp2 Miliar

Selain itu dilihat fase bisnis UMKM, fase dalam perjalanan bisnis usaha mikro yang biasanya akan dilalui perlu diperhatikan dalam melakukan pembinaan dimana setiap fase di lalui UMKM antara lain:

1. Fase awal; dimana pelaku usaha mikro akan memulai bisnis dengan memahami pasar serta produk/jasa yang ditawarkan.
2. Fase pertumbuhan; dimana meningkatkan produksi dan memperluas jangkauan pasar.
3. Fase stabil; dimana memperbaiki efisiensi operasi dan mempertahankan pertumbuhan yang stabil.
4. Fase ekspansi; dimana memperluas bisnis dengan membuka cabang baru atau memasuki pasar baru.
5. Fase *maturity*; dimana menetapkan posisi bisnis dan mempertahankan profitabilitas.

Dimana Fase ini tidak selalu berurutan dan bisnis mungkin melalui fase ini dengan cara yang berbeda. Setiap pelaku usaha mikro juga dapat memiliki fase tersendiri yang tidak tercakup dalam fase bisnis umum.

## **2) Pelatihan**

Tema pelatihan pada umumnya diambil berdasarkan permasalahan yang ada pada seperti seperti perizinan, pemasaran, laporan keuangan, legalitas produk. Dalam proses pelatihan yang terpenting adalah seberapa besar pelaku dapat mengimplementasikan hasil pelatihannya dalam meningkatkan usahanya. Setelah masuk pada proses pendaftaran tahapan pelatihan pertama sebaiknya untuk menanamkan dan menguatkan menguatkan pola pikir *entrepreneur* sejati dan bukan usaha sampingan dengan penekanan pada arti kewirausahaan,

karakter seorang wirausaha, serta menumbuhkan keinginan untuk berwirausaha secara totalitas dalam meningkatkan produktifitas.

### **3) Pendampingan**

Proses pendampingan pasca pelatihan, telah dilaksanakan baik menggunakan sistem kunjungan lapangan atau sebaliknya yang melakukan kunjungan ke OPD terkait. Materi-materi pendampingan yang diberikan sesuai Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) adalah sebagai berikut:

- a) Pola Pikir (Mindset) Kewirausahaan
- b) Membuat Perencanaan Usaha dengan *Business Model Canvass* (BMC)
- c) Konsep Pemasaran Strategis untuk UMKM
- d) Strategi Pemasaran Digital
- e) Strategi Peningkatan Produktivitas
- f) Menyusun Laporan Keuangan
- g) Menyusun Profil Usaha dan Melengkapi Legalitas
- h) Memahami Prinsip Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) Dalam Usaha dan Penerapannya

Dalam proses pendampingan baik secara bersama-sama maupun secara terpisah dilaksanakan juga fasilitasi perizinan, pemasaran, pelaporan keuangan, pembiayaan dengan tahapan pendampingan sebagai berikut:

- a) Identifikasi dan analisis kebutuhan pendampingan
- b) Perencanaan pendampingan
- c) Pelaksanaan pendampingan
- d) Monitoring dan evaluasi
- e) Pelaporan hasil pendampingan

### **4) Pasca Pendampingan**

Setelah proses pendampingan yang dilakukan dalam waktu tertentu terdapat pelaporan hasil pendampingan dan rekomendasi hasil pendampingan yang dapat menjadi bahan evaluasi dan pengambilan keputusan yang harus diambil sesuai dengan target utama pendampingan dan pengembangan omset, aset, dan operasional usaha.

1. Sentralisasi bisnis/ kelompok/ komunitas/ koperasi hal ini bertujuan untuk menyatukan kekuatan kelompok baik dari standarisasi produk maupun kuantitas produk, agar tercapai efisiensi.
2. Dilakukan pola percontohan terhadap usaha sejenis yang berhasil antar kelompok komunitas
3. Pemetaan *channel* distribusi pemasaran, berdasarkan kebutuhan produk daerah dan standarisasi yang dapat di penuhi UMKM, meliputi:
  - a) Kebutuhan OPD
  - b) Kebutuhan perusahaan swasta termasuk perhotelan
  - c) Kebutuhan pasar tradisional termasuk toko oleh-oleh
  - d) Kebutuhan pasar modern
  - e) Kebutuhan pasar nasional/internasional
  - f) Kebutuhan wisatawan domestik maupun mancanegara
4. Diversifikasi dan penemuan substitusi bahan baku usaha yang berasal dari kota Samarinda untuk meningkatkan nilai tambah UMKM

Dalam pemenuhan tahapan di atas perlu ada sinergi dan kolaborasi dengan beberapa pihak yang mempunyai lini pembinaan terhadap UMKM seperti:

- 1) Permodalan; perbankan dan koperasi
- 2) Standarisasi; Universitas, Dinas Kesehatan, BPOM, *Baristand*
- 3) Pelatihan dan Pembinaan; Dinas KUMKM, industri, pariwisata, pertanian, perkebunan, perikanan, dan sebagainya
- 4) Pemasaran; ritel modern, perhotelan, dan lain-lain

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

- 1) Dengan luas wilayah 718,23 km<sup>2</sup> yang meliputi 10 kecamatan, potensi sumberdaya alam yang dimiliki Kota Samarinda antara lain: pertanian, peternakan, perikanan darat, pertambangan. Sedangkan potensi unggulan yang dominan dalam menunjang perekonomian daerah adalah jasa dan perdagangan, pertanian, perkebunan (sawit dan aneka tanaman lainnya), industri perkapalan, batubara dan lain- lain.
- 2) Jenis UKM yang tumbuh dan berkembang di Kota Samarinda adalah jenis usaha bidang kuliner, fashion, agrousa, pendidikan, internet, dan jasa, dengan mayoritas pelaku UKM bergerak di bidang kuliner
- 3) Pemerintah Kota Samarinda melalui dinas terkait telah melaksanakan pelatihan dan pendampingan namun rasio jumlah pelatihan dan jumlah UKM belum seimbang
- 4) Jaringan kerjasama antar pemerintah, perusahaan swasta, lembaga keuangan dan lembaga pendukung telah ada namun belum terintegrasi dengan baik
- 5) Program program pembiayaan yang tersedia belum semuanya mampu di akses oleh pelaku usaha di Kota Samarinda.
- 6) Evaluasi terhadap hasil pelatihan dan pendampingan UMKM telah di lakukan namun tindak lanjut atas hasil evaluasi belum optimal

#### **6.2 Saran/Rekomendasi**

Dari uraian-uraian hasil tinjauan referensi dan survei lapangan yang telah dilakukan maka dapat disampaikan beberapa rekomendasi terhadap model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah di kota Samarinda sebagai berikut:

- 1) Pelatihan untuk menanamkan dan menguatkan pola pikir *entrepreneur* sejati dan bukan usaha sampingan dengan penekanan pada arti

- kewirausahaan, karakter seorang wirausaha, tipe-tipe wirausaha, serta menumbuhkan keinginan untuk berwirausaha secara totalitas
- 2) Pelatihan diversifikasi dan penemuan substitusi bahan baku usaha yang berasal dari kota Samarinda sebagai penunjang kelangsungan usaha serta manajemen persediaan yang baik untuk menghadapi perubahan harga bahan baku yang ada.
  - 3) Pemerintah menambah anggaran untuk memenuhi kebutuhan pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia Pelaku Usaha di Kota Samarinda
  - 4) Penambahan bantuan peralatan untuk kegiatan produksi secara selektif.
  - 5) Melakukan penambahan tenaga pendamping UMKM serta membuat agenda pendampingan secara rutin.
  - 6) Redesain program pelatihan terutama pada persyaratan peserta pelatihan untuk mengindarkan terjadinya peserta pelatihan yang dapat berulang kali mengikuti pelatihan
  - 7) Pelatihan strategi menembus pasar internasional (ekspor)
  - 8) Pelatihan dan pendampingan “Strategi Menembus Dunia Perbankan” dengan mempertemukan pihak perbankan dan pelaku usaha untuk saling memberikan informasi yang kongkrit, mudah dan dapat dipenuhi serta pendampingan pasca pelatihan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bank Indonesia, 2020. *Perkembangan Kredit UMKM*. Laporan Bank Indonesia, Jakarta. URL: <https://www.bi.go.id/id/umkm/kredit/default.aspx> Diakses pada tanggal 25 Maret 2023
- Basyiru, 2015, *SMEs in Nigeria: Exploring Coopetition*, American University of Nigeria, URL: [https://www.researchgate.net/publication/338325581\\_SMEs\\_in\\_Nigeria\\_Exploring\\_Coopetition](https://www.researchgate.net/publication/338325581_SMEs_in_Nigeria_Exploring_Coopetition) Diakses pada tanggal 27 Maret 2023
- BPS Kota Samarinda, 2021, Gini Ratio Maret 2021 Tercatat Sebesar 0,384. URL: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/07/15/1845/gini-ratio-maret-2021-tercatat-sebesar-0-384-.html> Diakses tanggal 25 Maret 2023
- BPS RI, 2022, Ekonomi Indonesia Triwulan IV 2021 Tumbuh 5,02 Persen. URL: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/02/07/1911/ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2021-tumbuh-5-02-persen--y-on-y-.html> Diakses tanggal 25 Maret 2023
- Carrão, A.M. Ana., 2015. *What is the definition of SMEs by the world bank?*, URL: [https://www.researchgate.net/figure/Definition-of-SMEs-used-by-the-World-Bank\\_tbl2\\_291333981#:~:text=Small%20and%20Medium%2D-sized%20Enterprises%20in%20the%20Modern%20Economy](https://www.researchgate.net/figure/Definition-of-SMEs-used-by-the-World-Bank_tbl2_291333981#:~:text=Small%20and%20Medium%2D-sized%20Enterprises%20in%20the%20Modern%20Economy) Diakses pada tanggal 27 Maret 2023
- Damanhuri. Dindin. S, 2021, Reformasi Politik-Ekonomi Harus Dijalankan Bersamaan Agar Indonesia Keluar dari Middle Income Trap, URL: <https://investor.id/business/255304/reformasi-politikekonomi-harus-dijalankan-bersamaan-agar-indonesia-keluar-dari-middle-income-trap> Diakses tanggal 25 Maret 2023
- Danusubroto. S., 2014, *Revitalisasi Kemandirian Bangsa; Jalan Kemandirian Bangsa*, Tim Ahli Seknas Presiden Joko Widodo. Kompas. Gramedia.
- Disperindagkop Kaltim, 2022 „Jumlah UMKM Kaltim sudah capai 344.581, URL: <https://kaltim.antaranews.com/berita/175125/jumlah-umkm-kaltim-sudah-capai-344581> Diakses tanggal 13 Juni 2023

- Emory. C,W,. dan Cooper.D.R., 1991. *Business Research Method*. Forth Edition. Richad D. Irwin, INC. Boston
- Hartarto, Erlangga. 2021. “*Tahun 2024 Presiden Target Kredit Perbankan untuk UMKM Capai 30 Persen*”. URL:<https://radarmalang.jawapos.com/ekonomi-bisnis/09/09/2021/2024-presiden-target-kredit-perbankan-untuk-umkm-capai-30-persen/> Diakses pada tanggal 27 Maret 2023
- Ika. Syahrir, Nugroho. Agus Eko, Darwin, dkk, 2022. *Definisi dan Model UMKM Naik Kelas (Scaling Up)*. URL: [https://fiskal.kemenkeu.go.id/files/berita-kajian/file/1672296348\\_studireferensimodelumkmnaikkelasbrinbkfpd.f.pdf](https://fiskal.kemenkeu.go.id/files/berita-kajian/file/1672296348_studireferensimodelumkmnaikkelasbrinbkfpd.f.pdf) Diakses pada tanggal 25 Maret 2023
- Gentrit Barisha dan J. Pula., 2015. “*Defining Small and Medium Entreprises : A Critical Review*”. Ascademic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences. Corpus ID:151470141
- Kapizionis. I., 2015. “*What is the definition of SMEs by the World Bank? What is the definition of SMEs by the world bank?*”, URL: [https://www.researchgate.net/figure/Definition-of-SMEs-used-by-the-World-Bank\\_tbl2\\_291333981#:~:text=Small%20and%20Medium%2Dsized%20Enterprises%20in%20the%20Modern%20Economy](https://www.researchgate.net/figure/Definition-of-SMEs-used-by-the-World-Bank_tbl2_291333981#:~:text=Small%20and%20Medium%2Dsized%20Enterprises%20in%20the%20Modern%20Economy) Diakses pada tanggal 27 Maret 2023
- Kementerian Koperasi dan UKM, 2022, Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar, <https://smesta.kemenkopukm.go.id/potret-umkm-indonesia-si-kecil-yang-berperan-besar/> Diakses tanggal 25 Maret 2023
- Muhallab dan Jianguo, 2016, *Small and Medium Entreprises in Marocco: Definition's Issues and Challenge* URL: [https://www.researchgate.net/publication/307512387\\_Small\\_and\\_medium\\_Enterprises\\_in\\_Morocco\\_Definition's\\_Issues\\_and\\_Challenges](https://www.researchgate.net/publication/307512387_Small_and_medium_Enterprises_in_Morocco_Definition's_Issues_and_Challenges) Diakses pada tanggal 27 Maret 2023
- Nenova, Tatiana; Thioro Niang, Cecile; Ahmad, Anjum. 2009. “*Bringing Finance to Pakistan's Poor : Access to Finance for Small Enterprises and the Underserved*”. eLibrary World Bank, Washington, DC

- Otoritas Jasa Keuangan RI, 2022, <https://pasarmodal.ojk.go.id/News/Detail/20596>  
Diakses tanggal 25 Maret 2023
- Samuelson. Paul A, Nordhaus. William D, 1992, *Economics*, Intrernational Edition,  
McGraw Hill, Inc
- World Bank, 2019. *Financial Inclusion Global Findex*. URL:  
<https://www.worldbank.org/en/country/indonesia/brief/reducing-inequality-in-indonesia> Diakses tanggal 25 Maret 2023
- Widianto. Bambang, 2019, *Survei: 1 Persen Orang Kaya RI Kuasai 50 Persen Aset Nasional*, URL: <https://bisnis.tempo.co/read/1257730/survei-1-persen-orang-kaya-ri-kuasai-50-persen-aset-nasional> Diakses pada tanggal 27 Maret 2023
- Yuyuiko. E., 2015. *What is the definition of SMEs by the World Bank?*  
[https://www.researchgate.net/publication/307512387\\_Small\\_and\\_medium\\_Enterprises\\_in\\_Morocco\\_Definition's\\_Issues\\_and\\_Challenges](https://www.researchgate.net/publication/307512387_Small_and_medium_Enterprises_in_Morocco_Definition's_Issues_and_Challenges) Diakses pada tanggal 27 Maret 2023
- <https://satudata.samarindakota.go.id/2023> Diakses pada tanggal 27 Maret 2023
- <https://iqualifyuk.com/the-impact-of-smes-in-the-global-economy/> Diakses pada tanggal 10 Mei 2023
- <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/small-and-medium-sized-enterprises-smes/> Diakses pada tanggal 25 Maret 2023
- <https://www.investopedia.com/terms/n/naics.asp> Diakses pada tanggal 27 Maret 2023
- <https://www.catalyze-group.com/does-your-company-qualify-as-sme/> Diakses pada tanggal 27 Maret 2023
- <https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1596/978-0-8213-8030-7> Diakses pada tanggal 27 Maret 2023

**LAMPIRAN**



WALI KOTA SAMARINDA  
PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

KEPUTUSAN WALI KOTA SAMARINDA  
NOMOR: 900-05/220/HK-KS/IV/2023

TENTANG

PEMBENTUKAN TIM TENAGA AHLI KAJIAN AKADEMIS MODEL PENGUATAN  
KELOMPOK USAHA KECIL & MENENGAH BERBASIS POTENSI DAERAH

WALI KOTA SAMARINDA,

Menimbang : a. bahwa dalam rangka mewujudkan prinsip-prinsip Good Government serta mempertanggung jawabkan keberhasilan atau kegagalan misi organisasi dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan melalui media pertanggung jawaban yang dilaksanakan secara periodik maka dipandang perlu membentuk dan membuat surat keputusan tentang pembentukan Tim Tenaga Ahli Kajian Akademis Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil & Menengah Berbasis Potensi Daerah Tahun 2023;

b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud huruf a, perlu ditetapkan dengan Keputusan Wali Kota Samarinda.

Mengingat : 1. Undang- Undang Nomor 27 Tahun 1959 tentang Penetapan Undang-Undang Darurat Nomor 3 Tahun 1953 Tentang Pembentukan Daerah Tingkat II di Kalimantan sebagai Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4286);

2. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Micro, Kecil dan Menengah (UMKM);

3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);

4. Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perckonomian Nomor 6 tahun 2016 tentang Pemberdayaan kelompok Bersama;

5. Peraturan Presiden Nomor 1 tahun 2017 tentang kebijakan Industri Nasional;

6. Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2016 tentang Peningkatan Daya Saing UMKM;

7. Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah;

8. Peraturan Dacrah Kota Samarinda Nomor 8 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Perda Nomor 4 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Dacrah;
9. Peraturan Dacrah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2022 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2023;
10. Peraturan Wali Kota Samarinda Nomor 118 Tahun 2021 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Perencanaan Pembangunan Dacrah Penelitian dan Pengembangan Kota Samarinda;
11. Peraturan Wali Kota Samarinda Nomor 84 Tahun 2022 tentang Penjabaran Anggaran Pendapatan dan Belanja Dacrah Tahun Anggaran 2023;

MEMUTUSKAN :

Menetapkan :

KESATU : Membentuk Tim Tenaga Ahli Kajian Akademis Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil & Menengah Berbasis Potensi Dacrah dengan komposisi dan susunan personalia sebagai berikut :

- Ketua : Akademisi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda
- Sekretaris : Akademisi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda
- Anggota : 1. Akademisi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda  
2. Jafung Peneliti Bidang Litbang Bappedalitbang (3 Orang)

KEDUA : Tim Tenaga Ahli Kajian Akademis Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil & Menengah Berbasis Potensi Daerah sebagaimana dimaksud diktum Kesatu mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Melaksanakan Kegiatan Penelitian;
2. Menyusun Proposal dan Instrumen Penelitian;
3. Memaparkan Proposal dan Instrumen Penelitian;
4. Mempersiapkan Kunjungan Lapangan
5. Melaksanakan Pengumpulan Dan Pengelolaan Data, Informasi Dan Dokumen Berdasarkan IPD (Instrumen Pengumpulan Data) Dan DO (Definisi Operasional) Di Lokasi Penelitian;
6. Menulis Jurnal Harian Selama di Lapangan
7. Menyusun Laporan Data Lapangan Atau Jurnal Harian Kepada Ketua Atau Sekretaris Tim Penelitian;
8. Menyusun Laporan Awal Hasil Penelitian dan Executive Summary;

9. Menyiapkan Bahan-Bahan Presentasi Laporan Penelitian Jika Diminta Pada Acara Praseminar Dan Seminar.
10. Menyusun dan Mempresentasikan Hasil Penelitian;
11. Menyusun Laporan Akhir Penelitian;

- KETIGA : Tim Tenaga Ahli Kajian Akademis Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil & Menengah Berbasis Potensi Daerah sebagaimana dimaksud diktum Kesatu dalam melaksanakan tugasnya tetap berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui jenjang hierarki yang berlaku.
- KEEMPAT : Biaya yang dikeluarkan sebagai akibat ditetapkannya Keputusan ini, dibebankan pada DPA Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Penelitian dan Pengembangan Kota Samarinda;
- KELIMA : Keputusan ini mulai berlaku sejak bulan Maret 2023 sampai dengan bulan Juni 2023.

Ditetapkan di Samarinda  
pada tanggal 10 April 2023



Tembusan :

1. Wakil Walikota Samarinda;
2. Sekretaris Daerah Kota Samarinda;
3. Rektor Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda;
4. Asisten Ekonomi Dan Pembangunan Set Kota Samarinda;
5. Inspektur Daerah Kota Samarinda;
6. Kepala Badan Pengelola Keuangan & Aset Daerah Kota Samarinda;
7. Masing-masing yang bersangkutan.

LAMPIRAN  
 KEPUTUSAN WALI KOTA SAMARINDA  
 NOMOR: 900-05/220/HK-KS/IV/2023  
 TENTANG

TIM TENAGA AHLI KAJIAN AKADEMIS MODEL  
 PENGUATAN KELOMPOK USAHA KECIL &  
 MENENGAH BERBASIS POTENSI DAERAH  
 KEGIATAN SUBKOOR EKONOMI PEMBANGUNAN  
 BIDANG LITBANG, BADAN PERENCANAAN  
 PEMBANGUNAN DAERAH PENELITIAN DAN  
 PENGEMBANGAN TAHUN ANGGARAN 2023.

NO	N A M A	JABATAN	JABATAN DALAM TIM
1.	Dr. Suyanto, S.E, M.Si	Lektor FEB UWGM	Ketua
2.	Erni Setyawati, S.E, M.Si	Wakil Dekan FEB UWGM	Sekretaris
3.	1. Zulkifli, S.E, M.Si 2. Armelya. T.F, SH 3. Riri Andriany, S.IP, M.Si 4. Novia Leny Christine, S.Si, MM	1. Dosen FEB UWGM 2. Peneliti Ahli Muda 3. Peneliti Ahli Muda 4. Peneliti Ahli Pertama	Anggota Anggota Anggota Anggota



**KERANGKA ACUAN KERJA  
(TERM OF REFERENCE)**

**KAJIAN MODEL PENGUATAN KELOMPOK USAHA KECIL &  
MENENGAH BERBASIS POTENSI DAERAH**



**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH,  
PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN KOTA SAMARINDA  
PEMERINTAH KOTA SAMARINDA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN TERM OF REFERENCE

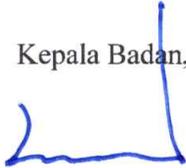
JUDUL : KAJIAN MODEL PENGUATAN KELOMPOK USAHA KECIL  
& MENENGAH BERBASIS POTENSI DAERAH

UNIT KERJA : BIDANG PENELITIAN PENGEMBANGAN  
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH  
PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN KOTA SAMARINDA

PENANGGUNG JAWAB : KEPALA BIDANG PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

DISETUJUI OLEH:

Kepala Badan,



**H. Ananta Fathurrozi, S.Sos, M.Si**

Pembina Utama Muda  
NIP 19681209 199803 1 004

Sekretaris Badan,

**Hj. Susi Sukmawati, S.T, M.T**

Pembina Tk.I  
NIP 19691119 199603 2 002

## KERANGKA ACUAN KEGIATAN (TERM OF REFERENCE)

Urusan Pemerintahan (5.05)	:	Unsur Penunjang Urusan Pemerintahan
Organisasi (5.01.5.05.0.00.01.0000)	:	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Penelitian dan Pengembangan
Program (5.05.02)	:	Program Penelitian dan Pengembangan Daerah
Kegiatan (5.05.02.2.03)	:	Penelitian dan Pengembangan Bidang Ekonomi Pembangunan
Sub Kegiatan (5.05.02.2.03.01)	:	Penelitian dan Pengembangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah
Lokasi Kegiatan	:	Kota Samarinda
Kelompok Sasaran Kegiatan	:	Kelompok UKM, Dinas Koperasi, UKM & Perindustrian, Bappedalitbang, Lembaga Keuangan, Lembaga Pendukung UKM, Masyarakat dan Konsumen.
Hasil	:	Dokumen Hasil Kajian Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil & Menengah Berbasis Potensi Daerah
Satuan Ukur dan Jenis Keluaran	:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Jumlah kelompok usaha kecil dan menengah yang teridentifikasi di Kota Samarinda</li><li>2. Jumlah usaha kecil dan menengah yang berhasil dikembangkan dengan pendekatan berbasis potensi daerah</li><li>3. Tingkat keberhasilan usaha kecil dan menengah dalam mencapai tujuan bisnis dan finansial, seperti peningkatan omset, laba, dan produktivitas</li><li>4. Jumlah tenaga kerja yang terserap oleh usaha kecil dan menengah di Kota Samarinda</li><li>5. Tingkat keterlibatan dan partisipasi masyarakat setempat dalam pengembangan usaha kecil dan menengah</li><li>6. Kondisi infrastruktur dan aksesibilitas yang mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah di Kota Samarinda</li></ol>
Anggaran Kegiatan	:	Rp. 72.000.000,- (Tujuh Puluh Dua Juta Rupiah)

### A. LATAR BELAKANG

#### a. Dasar Hukum

Dasar hukum dilaksanakannya kegiatan pembuatan Kajian Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil & Menengah Berbasis Potensi Daerah ini adalah :

1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM);
2. Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
3. Peraturan Presiden Nomor 1 tahun 2017 tentang kebijakan Industri Nasional;

4. Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2016 tentang Peningkatan Daya Saing UMKM;
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri RI No. 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah;
6. Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Nomor 6 tahun 2016 tentang Pemberdayaan Kelompok Bersama;
7. Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 8 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Perda Nomor 4 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah;
8. Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2022 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2023;
9. Peraturan Walikota Samarinda Nomor 118 Tahun 2021 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Penelitian dan Pengembangan Kota Samarinda;
10. Peraturan Walikota Samarinda Nomor 84 Tahun 2022 tentang Penjabaran Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2023;
11. DPA-OPD Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Penelitian dan Pengembangan Kota Samarinda Nomor DPA/A.1/5.01.5.05.0.00.01.0000/001/2023, tanggal 02 Januari 2023.

**b. Gambaran Umum**

Kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UKM melalui pemanfaatan potensi daerah yang ada, gambaran umum dari kajian ini:

1. Mengidentifikasi potensi daerah di Kota Samarinda yang dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk mengembangkan usahanya, bisa berupa sumber daya alam, sumber daya manusia atau potensi ekonomi lainnya.
2. Mengidentifikasi kelompok UKM di Kota Samarinda yang potensial untuk ditingkatkan kinerjanya melalui penguatan di Kota Samarinda yang potensial untuk ditingkatkan kinerjanya melalui penguatan kolaborasi dan pengelolaan Bersama.
3. Mengidentifikasi dan merancang model penguatan kelompok UKM berbasis potensi daerah yang telah diidentifikasi meliputi berbagai aspek seperti pengembangan produk, pengelolaan keuangan, pemasaran, sertifikasi dan pengembangan keterampilan.
4. Merancang program pelatihan dan pendampingan untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan UKM dalam penguatan bisnis mereka.
5. Merancang model kolaborasi dengan pihak terkait seperti perusahaan atau Lembaga keuangan untuk mendukung keberhasilan program penguatan UKM baik dalam hal pembiayaan, pemasaran atau pengembangan jaringan bisnis.
6. Merancang sistem evaluasi dan pemantauan keberhasilan program penguatan UKM yang akan digunakan untuk menilai kinerja dan dampak program, serta sebagai dasar untuk menyusun strategi pengembangan UKM.

Dengan demikian kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda akan merancang program yang meliputi berbagai aspek penguatan bisnis UKM, yang dilakukan melalui kolaborasi dan pengelolaan bersama untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UKM di Kota Samarinda

## **B. POKOK PERMASALAHAN / RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan gambaran umum kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda, beberapa pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apa saja potensi daerah yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan UKM di Kota Samarinda?
2. Bagaimana cara mengidentifikasi jenis UKM yang ada di Kota Samarinda dan keterkaitannya dengan potensi daerah?
3. Bagaimana cara memberikan pendampingan dan bantuan kepada UKM agar dapat meningkatkan kualitas produk, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia?
4. Bagaimana cara memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada UKM agar dapat meningkatkan kualitas produk layanan dan manajemen?
5. Bagaimana cara membangun jaringan kerja antara UKM, Pemerintah, Lembaga Keuangan dan Lembaga Pendukung UKM Lainnya?
6. Bagaimana cara membantu UKM untuk memperoleh pembiayaan dari berbagai sumber, seperti bank, koperasi dan Lembaga keuangan lainnya?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan diatas diharapkan dapat ditemukan solusi atau rekomendasi yang tepat untuk memperkuat kelompok UKM di Kota samarinda dengan memanfaatkan potensi daerah yang ada.

## **C. MAKSUD dan TUJUAN**

Maksud dari kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda adalah untuk mengembangkan UKM di Kota Samarinda dengan memanfaatkan potensi daerah yang ada, dimana UKM memiliki peran penting dalam perekonomian kota samarinda selain menciptakan lapangan kerja, juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan menggerakkan roda perekonomian.

Tujuan dari kajian ini adalah:

1. Mempelajari potensi daerah yang ada di Kota samarinda yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan UKM.
2. Mengidentifikasi jenis UKM yang ada di Kota samarinda dan menganalisis keterkaitannya dengan potensi daerah.
3. Memberikan pendampingan dan bantuan kepada UKM agar dapat meningkatkan kualitas produk, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia.
4. Memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada UKM agar dapat meningkatkan kualitas produk, layanan dan manajemen.
5. Membangun jaringan kerja antara UKM, pemerintah, Lembaga keuangan dan Lembaga pendukung UKM lainnya.
6. Membantu UKM untuk memperoleh pembiayaan dari berbagai sumber, seperti bank, koperasi dan Lembaga keuangan lainnya.

Dengan mengembangkan UKM berbasis potensi daerah di Kota samarinda diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat dan menggerakkan perekonomian daerah. Selain itu diharapkan juga dapat memperkuat daya saing UKM dan memperluas pasar mereka baik di

tingkat lokal maupun nasional.

#### **D. SASARAN**

Sasaran dari kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda adalah sebagai berikut:

1. Kelompok UKM yang berpotensi untuk dikembangkan di Kota Samarinda seperti UKM yang bergerak di bidang pariwisata, kerajinan tangan, kuliner dan sektor lainnya yang memiliki potensi daerah yang cukup besar.
2. Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Penelitian dan Pengembangan untuk memberikan kebijakan dan dukungan yang memadai bagi pengembangan UKM di Kota Samarinda.
3. Lembaga keuangan, seperti bank, koperasi dan Lembaga keuangan lainnya untuk memfasilitasi pembiayaan bagi UKM yang sedang berkembang di Kota Samarinda.
4. Lembaga Pendukung UKM, seperti Lembaga pelatihan, asosiasi UKM dan Lembaga konsultan, untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada UKM di Kota Samarinda.
5. Masyarakat dan konsumen di Kota Samarinda sebagai target market dari produk dan layanan yang dihasilkan oleh UKM yang sedang berkembang

Dengan menysasar kelompok UKM yang berpotensi untuk dikembangkan, pemerintah daerah, Lembaga keuangan, Lembaga pendukung UKM dan masyarakat diharapkan dapat terbentuk sinergi yang kuat dalam mengembangkan UKM di Kota Samarinda berbasis potensi daerah.

#### **E. RUANG LINGKUP / BATASAN KEGIATAN**

Ruang lingkup atau batasan kegiatan dari kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda adalah sebagai berikut:

1. Penyusunan profil dan analisis potensi daerah di kota samarinda yang dapat dikembangkan sebagai basis pengembangun UKM.
2. Identifikasi dan analisis jenis UKM yang ada di Kota samarinda dan keterkaitannya dengan potensi daerah
3. Pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi pelaku UKM di Kota Samarinda dalam bidang manajemen, pemasaran, produksi dan sumber daya manusia.
4. Pendampingan dan bantuan bagi UKM di Kota samarinda dalam meningkatkan kualitas produk, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia.
5. Membangun jaringan kerja antara UKM, pemerintah daerah, Lembaga keuangan dan Lembaga pendukung UKM lainnya.
6. Memberikan rekomendasi bagi Pemerintah Kota Samarinda dalam Menyusun kebijakan dan program yang mendukung pengembangan UKM berbasis potensi daerah.

Kajian ini memiliki batasan yaitu tidak terlibat langsung dalam hal pembiayaan bagi UKM di Kota samarinda, kajian ini hanya memberikan rekomendasi dan saran untuk memperoleh pembiayaan dari berbagai sumber. Selain itu kajian ini juga tidak mencakup analisis terhadap faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan UKM di Kota samarinda seperti faktor Politik,

Sosial dan Ekonomi.

## **F. KELUARAN (OUTPUT)**

Beberapa keluaran atau hasil yang diharapkan dari kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda adalah:

1. Profil dan analisis potensi daerah di Kota Samarinda yang dapat dijadikan acuan untuk pengembangan UKM berbasis potensi daerah.
2. Identifikasi dan analisis jenis UKM yang ada di Kota Samarinda dan keterkaitannya dengan potensi daerah.
3. Pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi pelaku UKM di Kota Samarinda dalam bidang manajemen, pemasaran, produksi dan sumber daya manusia.
4. Pendampingan dan bantuan UKM di Kota Samarinda dalam meningkatkan kualitas produk, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia.
5. Membangun jaringan kerja antara UKM, pemerintah daerah, lembaga keuangan dan Lembaga pendukung lainnya.
6. Rekomendasi bagi Pemerintah Kota Samarinda dalam penyusunan kebijakan dan program yang mendukung pengembangan UKM berbasis potensi daerah.
7. Produk-produk dan layanan-layanan baru yang dihasilkan oleh UKM yang sedang dikembangkan yang dapat memperkuat daya saing dan ekonomi local di Kota Samarinda.
8. Peningkatan kualitas dan kuantitas produksi UKM di Kota Samarinda serta peningkatan akses pasar bagi produk-produk tersebut.
9. Peningkatan kesejahteraan pelaku UKM di Kota Samarinda baik dari segi ekonomi maupun sosial.

Dengan adanya keluaran-keluaran tersebut diharapkan dapat tercipta ekosistem yang kondusif untuk pengembangan UKM berbasis potensi daerah di Kota Samarinda, sehingga dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

## **G. PENERIMA MANFAAT**

Para penerima manfaat dari kajian ini adalah para pelaku usaha kecil dan menengah di Kota Samarinda, juga masyarakat sekitar dan investor. Pelaku usaha kecil dan menengah dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, meningkatkan daya saing dan akses ke pasar, serta meningkatkan kredibilitas bisnis mereka dimata investor juga dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, meningkatkan daya saing dan akses ke pasar, serta meningkatkan kredibilitas bisnis mereka dimata investor

Masyarakat sekitar dapat memperoleh manfaat dari kontribusi positif para pelaku usaha kecil dan menengah pada perekonomian lokal dan peningkatan kesejahteraan. Sementara itu investor dapat memperoleh manfaat dari investasi pada bisnis-bisnis UKM yang berkembang dengan baik dan memiliki potensi besar di Kota Samarinda.

## **H. WAKTU dan PELAKSANAAN KEGIATAN**

Jangka Waktu Penelitian direncanakan akan berlangsung selama 4 (empat) bulan, di mulai pada bulan Maret 2023 hingga tahapan penyelesaian pada bulan Juni 2023.

NO	KEGIATAN	ESTIMASI TIME LINE (Bulan)																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Persiapan , Penyusunan ToR & Review bahan kajian																				
2.	Penyusunan Rancangan Penelitian ( <i>research design</i> ) dan <i>Instrumen Survey</i>																				
3.	Pengumpulan Data Lapangan																				
4.	Pengolahan & Analisis Data																				
5.	FGD																				
6.	Penyusunan Draft Laporan Akhir																				
7.	Ekspose Final Report / Seminar																				
8.	Monitoring & Evaluasi																				

#### I. PEMBIAYAAN

Sumber Dana kegiatan pembuatan Kajian model penguatan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis potensi daerah di Kota Samarinda yang tertuang dalam Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Satuan Kerja Perangkat Daerah Pemerintah Kota Samarinda Tahun Anggaran 2023.

#### J. PENUTUP

Demikian TOR yang kami ajukan sebagai acuan pelaksanaan kegiatan Kajian.

KEPALA BIDANG LITBANG,



**Achmad Fauzi Irawan, S.T.,M.Adm.KP**

Pembina

NIP. 19711026 199803 1 007

Kepada Yang terhormat,  
Bapak/Ibu Pelaku UKM  
Di Kota Samarinda

Dengan Hormat,

Dengan ini saya Kami Tim Ahli Kajian Akademis yang terdiri dari Dosen Fakultas Ekonomi UWGM Samarinda ( Suyanto, Erni Setyawati, Zulkili ) dan Peneliti dari BAPENDA LITBANG Kota Samarinda (Armelya TF, Riri Andriani, Novia Leny Christine) sedang melakukan penelitian dengan tema “**Kajian Model Penguatan Kelompok Usaha Kecil Menengah Berbasis Potensi Daerah di Kota Samarinda**”

Untuk hal tersebut kami mohon dengan hormat kiranya Bapak/Ibu Pelaku UKM di kota Samarinda dapat membantu meluangkan waktu untuk menjawab pernyataan pernyataan di dalam tabel dengan cara memilih salah satu pilihan yang ada dengan skor jawaban sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju (4),

S = Setuju (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1).

Demikian permohonan ini, atas perkenan Bapak/Ibu disampaikan terimakasih

Salam Hormat,  
Tim Peneliti

## **DATA RESPONDEN**

No Responden: .....

**Beri tanda  $\surd$  pada pilihan jawaban yang sesuai**

1. Jenis Kelamin:
  - Pria
  - Wanita
2. Bentuk Usaha:
  - Perorangan
  - UD
  - CV
  - PT
3. Jenis Usaha:
  - Kuliner,
  - Fashion,
  - Pendidikan,
  - Agrouusaha,
  - Otomotif,
  - Internet,
  - Lain-lain: .....
4. Domisili Usaha:
  - Samarinda Utara,
  - Samarinda Ulu,
  - Samarinda Ilir,
  - Sungai Pinang,
  - Samarinda Kota,
  - Sungai Kunjang,
  - Palaran,
  - Sambutan,
  - Loa Janan Ilir,
  - Samarinda Sebrang.
5. Lama usaha:
  - di bawah 1 tahun,
  - 1 sd 5 Tahun,
  - di atas 5 Tahun
6. Omset:
  - di bawah 100jt,
  - 100jt – 300jt,
  - 300 – 500jt,
  - di atas 500jt
7. Legalitas Usaha:
  - Perorangan, terdiri dari:
    - NIB,
    - Ijin Usaha,
    - NPWP
  - BerBadan Hukum, terdiri dari:
    - Akta Pendirian,
    - NIB,
    - Ijin Usaha,
    - NPWP
8. Pernah mendapatkan fasilitas pembiayaan:
  - Tidak Pernah
  - Pernah, sebutkan: .....
9. Pernah mengikuti pelatihan-pelatihan:
  - Tidak Pernah
  - Pernah, sebutkan: .....
10. Pernah mendapatkan pendampingan usaha:
  - Tidak Pernah
  - Pernah, sebutkan: .....
11. Pernah mendapatkan bantuan alat/modal:
  - Tidak Pernah
  - Pernah, sebutkan: .....
12. Ada melakukan Kemitraan (kerjasama):
  - Tidak Ada
  - Ada, sebutkan: .....

Beri tanda ✓ pada kolom pilihan jawaban SS, S, TS atau STS

Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b>Pola Pikir Pengusaha</b>				
1. Selain menjalankan usaha saat ini, saya juga mengerjakan pekerjaan lain sebagai sumber penghasilan				
2. Saya merasa tertantang dan suka dengan hal hal yang belum pasti dalam berusaha				
3. Tujuan utama saya dalam berwirausaha adalah untuk mendapatkan keuntungan.				
4. Tujuan saya berwirausaha adalah untuk pertumbuhan usaha				
5. Ketika memiliki uang lebih dari hasil usaha, saya lebih suka menambah kendaraan untuk keluarga dibandingkan dengan menambah mesin produksi baru.				
<b>Prinsip Manajemen</b>				
1. Saya selalu membuat perencanaan dalam setiap kegiatan usaha yang akan saya lakukan				
2. Saya selalu melibatkan orang lain dalam proses pencapaian tujuan usaha yang telah saya tetapkan				
3. Saya selalu membagi tugas dan pekerjaan kepada rekan dalam melaksanakan usaha				
4. Saya konsisten melaksanakan apa yang sudah saya rencanakan dalam berwirausaha				
5. Dalam waktu tertentu saya selalu melaksanakan penilaian terhadap hasil yang saya capai				
<b>Bahan Baku</b>				
1. Bahan baku yang saya gunakan dalam memproduksi merupakan produk asli Samarinda				
2. Bahan baku yang saya gunakan dalam memproduksi hanya sebagian kecil yang merupakan produk asli Samarinda.				
3. Bahan Baku yang saya gunakan mudah di dapatkan di Samarinda				
4. Bahan Baku selalu tersedia saat saya membutuhkan				
5. Harga bahan Baku selalu stabil ketika saya membelinya				
6. Kualitas Bahan Baku sesuai dengan yang saya butuhkan				
<b>Standar Operasional Prosedur (SOP )</b>				
1. Saya telah membuat Standar bahan baku yang digunakan dalam kegiatan usaha (SOP Bahan Baku)				
2. Proses produksi yang saya lakukan selalu sesuai dengan Standar Operasional proses produksi yang ada (SOP Proses Produksi)				
3. Peralatan yang saya gunakan selalu dirawat secara berkala. (SOP Peralatan)				
4. Saya telah membuat standar kualitas barang dalam melaksanakan proses usaha. (SOP Kualitas)				
5. Saya telah membuat Standar Kualitas layanan dalam menjalankan usaha (SOP Layanan Konsumen)				

---

**Sumber Daya Manusia (SDM)**

---

1. Dalam melaksanakan usaha, saya dibantu oleh lebih dari 3 orang karyawan
2. Karyawan yang saya butuhkan mudah didapatkan di Samarinda
3. Sebagian besar karyawan merupakan keluarga dan kerabat dekat saya.
4. Saya melakukan seleksi secara ketat terhadap calon karyawan yang akan saya terima
5. Karyawan saya sudah pernah mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh pihak lain

---

**Program Pemerintah ( Dinas Koperasi dan UKM)**

---

1. Usaha yang saya lakukan mendapat pendampingan dari Pemerintah
2. Pemerintah telah memberikan bantuan peralatan untuk usaha saya
3. Pemerintah telah memberikan pelatihan pada usaha yang saya lakukan
4. Pemerintah telah memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan program pembinaan UKM
5. Penyuluh/pendamping dari Dinas Koperasi dan UMKM secara rutin mengunjungi usaha saya

---

**Program Pelatihan**

---

1. Materi yang diberikan pada saat mengikuti program pelatihan yang dilakukan oleh pihak lain sesuai dengan kebutuhan usaha saya  
(Contoh: Materi Pelatihan: Akuntansi isi materi masalah pembukuan dan keuangan bisnis))
2. Desain materi/kurikulum pelatihan sudah dibuat secara berjenjang mulai dari pelatihan dasar, menengah dan lanjutan.
3. Pemateri pada saat saya mengikuti pelatihan sangat menguasai bidang yang disampaikan (contoh: Materi Akuntansi: Pematerinya Akuntan)
4. Peserta yang mengikuti pelatihan telah sesuai dengan tema pelatihan yang diberikan ( Contoh: Pelatihan Akuntansi, pesertanya adalah karyawan bagian keuangan)
5. Program pelatihan yang saya ikuti telah terbukti mampu meningkatkan keterampilan saya.

---

**Pemasaran**

---

1. Produk yang saya ciptakan dapat diterima pasar dengan baik
  2. Jika ada permintaan dalam jumlah sangat banyak, saya akan selalu siap untuk memenuhinya
  3. Saya dapat dengan mudah menembus pasar internasional untuk produk saya
-

- 
4. Promosi yang saya lakukan dapat meningkatkan omset penjualan produk saya
  5. Saya dapat dengan mudah menyampaikan barang kepada pembeli apabila telah terjadi transaksi
  6. Harga yang saya tetapkan dapat dijangkau konsumen dengan baik
  7. Saya telah melakukan pemasaran produk menggunakan media sosial (seperti: facebook, instagram, tiktok, dll)
- 

#### **Permodalan**

- 
1. Saya tidak mengalami kendala dalam memenuhi kebutuhan modal usaha
  2. Saya mendapatkan bantuan dari program pendanaan oleh Bank (KUR)
  3. Saya dapat dengan mudah memenuhi persyaratan yang diperlukan dalam bantuan modal usaha seperti KUR
  4. Saya telah melakukan pencatatan keuangan usaha dengan benar sesuai dengan ketentuan ( Neraca, Laporan Laba/rugi dan arus Kas)
  5. Pemerintah selalu memberikan pendampingan dalam pemenuhan kebutuhan modal usaha.
- 

#### **Ide Kreatif**

- 
1. Usaha yang saya jalankan saat ini adalah murni lahir dari pemikiran pribadi saya
  2. Saya sering mengikuti pameran/bazar UKM dikota Samarinda
  3. Saya sering melakukan modifikasi produk untuk memenuhi keinginan pasar
  4. Saya suka memasukan unsur unsur etnik/khas daerah dalam setiap produk saya
- 

#### **Perijinan/Perlindungan (Akta Pendirian, Ijin Usaha, NIB, NPWP, Laporan Keuangan)**

- 
1. Saya merasa pemerintah telah melindungi UKM dengan adanya Peraturan Daerah yang ada
  2. Saya memiliki semua kelengkapan legalitas usaha meliputi, Akta Pendirian, Ijin Usaha, NIB, NPWP, serta Laporan Keuangan.
  3. Saya dapat memenuhi semua persyaratan dalam pembuatan perijinan usaha
  4. Pelayanan dalam pembuatan perijinan usaha di Instansi pemerintah memuaskan
  5. Saya memahami persyaratan dalam memperoleh perlindungan kekayaan Intelektual (HAKI)
-

## DOKUMENTASI KEGIATAN





