

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN GOWA

Ilyas Susanto^{1*}, Isa Ansari², Ansyari Mone³

1. Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia
2. Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia
3. Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

Abstract

The purpose of this study is to determine the development strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Gowa Regency. The type in this research is descriptive research type. The results of this study are 1) Creation of a good business climate, to access capital assistance and productive assistance in order to maintain their business climate so that it continues to run well, 2) Production of integrated information, MSMEs in accessing information related to permits and information on development plans economy, 3) The establishment of a consulting center, in general, is inadequate in terms of access, only in the form of consultation via e-mail, which of course is still difficult to access, especially for MSME actors whose homes have a bad internet network, but plans will be made a place for complaints in the form of a building that will be built in every sub-district, 4) Making a marketing system, always encouraging business actors to be more independent and competitive by relying on regional potential development.

Keywords: *strategy, development of micro enterprises, umkm*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Gowa. Adapun tipe dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Adapun hasil penelitian ini adalah 1) Penciptaan iklim usaha yang baik, untuk mengakses bantuan permodalan dan bantuan produktif guna untuk menjaga iklim usaha mereka agar tetap berjalan dengan baik, 2) Pembuatan Informasi terpadu, UMKM dalam mengakses informasi yang berkaitan tentang perijinan dan informasi rencana pembangunan ekonomi, 3) Pendirian pusat konsultasi, secara umum belum memadai dilihat dari akses tersebut hanya berupa konsultasi lewat email yang tentunya masih sulit untuk diakses khususnya bagi pelaku UMKM yang tempat tinggalnya memiliki jaringan internet yang buruk, akan tetapi rencananya akan dibuat tempat pengaduan berupa gedung yang akan dibangun disetiap kecamatan, 4) Pembuatan sistem pemasaran, selalu mendorong para pelaku usaha untuk bisa lebih mandiri dan berdaya saing dengan bertumpu pada pengembangan potensi daerah.

Kata kunci: *strategi, pengembangan usaha mikro, umkm*

* ilyas@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada dasarnya UMKM di Indonesia mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang dan juga penggerak utama perekonomian nasional. Tentu hal ini perlu adanya perhatian pada pengembangan sektor UMKM agar dapat memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan. Sesuai dengan pasal 33 undang-undang dasar tahun 1945 menegaskan bahwa fundamen sistem perekonomian nasional. Pada pasal 33 ayat (1) UUD 1945 menegaskan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan. Pada pasal ini menerangkan bahwa perekonomian Indonesia diurus dan dikelola harus berpangkal pada usaha bersama dan berujung pada kesejahteraan sosial agar menjaga keseimbangan dalam menunjang kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu

saja, akan tetapi sebaliknya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM juga memanfaatkan berbagai Sumber Daya Alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. Peran sektor UMKM sangat penting karena mampu menciptakan pasar-pasar, mengembangkan perdagangan, mengelola sumber alam, mengurangi kemiskinan, membuka lapangan kerja, membangun masyarakat dan menghidupi keluarga mereka tanpa kontrol dan fasilitas dari pihak pemerintah daerah yang memadai. UMKM juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya usaha besar.

Secara singkat dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan pilar utama perekonomian Indonesia. Karakteristik utama UMKM adalah kemampuannya mengembangkan proses bisnis yang fleksibel dengan menanggung biaya yang relatif rendah. Kehadiran UMKM bukan saja dalam rangka peningkatan pendapatan tapi juga dalam rangka pemerataan pendapatan. Hal ini bisa dimengerti karena sektor UMKM melibatkan banyak orang dengan beragam usaha. Pemerintah sudah mempunyai komitmen memberdayakan ekonomi kerakyatan dalam hal ini UMKM dan koperasi. Hal ini tercantum

dalam GBHN 1999-2004. Namun misi ini sempat belum terlaksana seiring dengan sikap pemerintah yang masih mengandalkan usaha besar sebagai motor pertumbuhan ekonomi. Ada ketakutan pemerintah tentang pertumbuhan yang rendah sehingga mereka kembali dengan kebijakan ekonomi konglomerasi mengingat tekanan dari dunia internasional agar Indonesia mengejar pertumbuhan daripada pemerataan.

Tantangan yang dihadapi pemerintah pusat berbeda dengan pemerintah daerah. Pemerintah daerah banyak disibukkan dengan masalah khas di daerah seperti kemiskinan sehingga tidak ada alasan untuk tidak memberdayakan kelompok masyarakat miskin. Beberapa penelitian mendapatkan hubungan yang erat antara pemberdayaan dengan pertumbuhan ekonomi daerah. Sebagai persyaratan agar strategi pembangunan daerah bekerja dengan baik, maka harus ada evaluasi terhadap kekuatan dan kelemahan masyarakat, identifikasi kesempatan bagi UMKM, pengurangan hambatan bisnis, dan pemberian kesempatan lintas pelaku setempat untuk berpartisipasi dalam proses. Kebijakan meningkatkan kualitas dan daya saing produk dilakukan melalui pendampingan, pelatihan,

pengembangan teknologi produksi, pembinaan terhadap aspek manajemen, pembaharuan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas.

Dalam pengembangan UMKM perlu adanya suatu strategi yang harus diterapkan, dengan tujuan untuk memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. Karena strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan yang hendak dicapai. Dalam pengembangannya, konsep dalam strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang memiliki pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi, strategi dari suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan dalam mencapai visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk mencapai sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Menurut pendapat Argyris, dkk (Hutapea, 2017) Strategi merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang membuat dampak dalam perkembangan dalam sebuah organisasi.

Pengembangan UMKM dilakukan agar UMKM yang sudah ada dapat menciptakan usaha-usaha baru yang profesional dan berjiwa wirausaha dengan menciptakan iklim yang

kondusif agar keberhasilan UMKM berdasarkan kemampuan pengusaha UMKM untuk bersaing dengan pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah lainnya dalam memanfaatkan peluang. Meningkatnya kualitas dari UMKM yang bergerak di sektor ekonomi mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan dalam penyerapan tenaga kerja dan dapat menciptakan UMKM yang baru.

Secara etimologi strategi merupakan sesuatu yang berasal dari kata yang dalam bahasa Yunani, *stratego*. Adapun *stratego* yang merupakan terjemahan yang dapat diartikan sebagai “komandan militer” yang berasal dari zaman demokrasi Athena. Pada umumnya istilah strategi digunakan untuk memenangkan suatu peperangan dalam permasalahan dunia militer yang sebagai cara digunakan untuk memanfaatkan kekuatan militer. Sedangkan terminologi strategi banyak ahli yang telah mengemukakan sudut pandang yang berbeda-beda tentang strategi, namun pada dasar hakikatnya itu mempunyai arti atau makna yang sama yakni pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.

Wheelen dan Hunger (2012) memberikan pendapat yang sama mengenai strategi yang dimana menurutnya strategi merupakan tempat

sekumpulan dari keputusan manajerial dan merupakan aksi pengambilan keputusan jangka panjang disuatu perusahaan. Hal tersebut meliputi analisis lingkungan eksternal dan internal, formulasi strategi, implementasi strategi, evaluasi dan kontrol. Robbins, (Dalam Kusdi, 2009:87) mengatakan bahwa strategi dalam konteks organisasi adalah penetapan bergai tujuan dan sasaran jangka panjang bagi setiap organisasi yang bersifat mendasar bagi sebuah organisasi, yang dilanjutkan penetapan rencana aktivitas dan pengelokasian sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan berbagai sasaran tersebut. Menurut Rangkuti (2013:183) menyatakan bahwa arti strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif yang dapat menjelaskan bagaimana perusahaan dapat mencapai seluruh tujuannya yang telah ditetapkan atas dasar misi yang sudah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan menurut David (2011:18-19), pengertian strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan dicapai.

Tahap strategi merupakan penyelesaian masalah-masalah yang sedang dihadapi dalam pengambilan keputusan yang dibuat untuk menemukan langkah yang tepat dari suatu permasalahan. Hal ini dilakukan

agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan, strategi yang dibuat bisa diimplementasikan dalam penyelesaian masalah yang ada, sehingga tolak ukur strategi akan dapat diukur dari implementasinya. Menurut Anshori (2014:18-20) untuk menentukan atau membuat strategi ada tiga tahap proses strategi, yaitu; a) Perumusan strategi, Tahapan ini berupa tahap untuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, membuat sejumlah strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu, b) Pelaksanaan strategi, Tahap ini mengharuskan sebuah instansi untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi anggota, dan mengalokasi sumber daya sehingga perumusan strategi dapat dilaksanakan, c) Evaluasi strategi, Pada tahap ini, pimpinan harus benar-benar mengetahui alasan strategi-strategi tertentu tidak dapat dilaksanakan dengan baik. Dalam hal ini, evaluasi strategi adalah cara pertama untuk memperoleh informasi. Semua strategi dapat berubah sewaktu-waktu karena faktor eksternal dan internal selalu berubah.

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strataegi memiliki peranan yang besar dalam menentukan

keberhasilan suatu organisasi karena meliputi tindakan dan koordinasi dalam mencapai tujuan. Adapun menurut Grant menyatakan bahwa strategi mencakup tiga peranan penting dalam mencapai suatu tujuan, yaitu; a) Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan; Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai kesuksesan, strategi suatu hal yang akan memberikan suatu ikatan hubungan antara hasil-hasil dari ide yang diambil oleh individu atau instansi terkait, b) Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi; Strategi memiliki peranan penting sebagai sarana koordinasi dan komunikasi agar untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan sehingga tujuan organisasi dapat tercapai, c) Strategi sebagai target; Konsep strategi akan disatukan dengan suatu visi dan misi untuk menuntukan dimana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Menetapkan suatu tujuan dapat membantu seorang individu dapat didengarkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama.

Menurut Seels & Richey (Alim Sumarno, 2012) pengembangan berarti proses menterjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti

proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran. Sedangkan menurut Tessmer dan Richey (Alim Sumarno, 2012) pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan.

Andrew E. Skula (2012), menyatakan bahwa pengembangan adalah suatu proses pendidikan jangka panjang yang memanfaatkan prosedur sistematis dan terorganisir, dimana para manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis yang dalam hal ini bertujuan untuk mengetahui sesuatu yang umum. Sehingga bisa dimanfaatkan pada keadaan dan situasi yang dibutuhkan.

Sondang P. Siagian (2012:254), menyatakan pengembangan (development) meliputi kesempatan belajar yang bertujuan untuk lebih meningkatkan pengetahuan (knowledge) dan keahlian (skill) yang diperlukan dalam pekerjaan yang sedang dijalani. Pengembangan lebih difokuskan untuk jangka panjang. Selanjutnya digunakan untuk mempersiapkan karyawan sesuai

dengan pertumbuhan dan perubahan organisasi.

Sementara dalam kaitannya dengan pengembangan sektor UMKM ini, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa hakikat dari pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tersebut juga menjelaskan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang :1) Sumber Daya Manusia,2) Produksi dan Pengolahan,3) Desain dan Teknologi, 4) Pemasaran.

UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Selain itu berdasarkan Peraturan Pemerintah No.7 tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pada Peraturan pemerintah ini menjelaskan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang

perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam peraturan pemerintah tersebut. Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah tersebut.

Untuk mencapai tujuan pembangunan dunia usaha tersebut diperlukan alat-alat pendukung, antara lain; 1) Penciptaan iklim usaha yang baik bagi dunia usaha, melalui pengaturan dan kebijakan yang memberikan kemudahan bagi dunia usaha dan pada saat yang sama

mencegah penurunan kualitas lingkungan, 2) Pembuatan informasi terpadu yang dapat memudahkan masyarakat dan dunia usaha untuk berhubungan dengan aparat pemerintah daerah yang berkaitan dengan perijinan dan informasi rencana pembangunan ekonomi daerah, 3) Pendirian pusat konsultasi dan pengembangan usaha kecil, karena usaha kecil perannya sangat penting sebagai penyerap tenaga kerja dan sebagai sumber dorongan memajukan kewirausahaan, 4) Pembuatan sistem pemasaran bersama untuk menghindari skala yang tidak ekonomis dalam produksi dan meningkatkan daya saing terhadap produk impor.

Di dalam Peraturan Pemerintah tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 35 ayat (3) adalah antara lain; a) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki modal usaha maksimal 1 miliar dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, b) Usaha kecil adalah unit usaha yang memiliki modal usaha maksimal 1-5 miliar dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, c) Usaha menengah adalah unit usaha yang memiliki modal usaha lebih dari 5-10 miliar dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

METODE

Waktu penelitian ini dilakukan selama 2 (dua) bulan dimulai dari tanggal 29 April – 29 Juni 2022. Lokasi penelitian berada Di Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa. Hal ini dimaksudkan untuk mempersempit ruang lingkup pembahasan dan tujuan dari penelitian itu sendiri dapat tercapai secara komprehensif. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan alasan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di kabupaten Gowa. Penelitian kualitatif ini, mencakup penggunaan subjek yang dikaji dan dikumpulkan dari berbagai studi kasus, wawancara, pengamatan pribadi, serta visual yang menggambarkan makna keseharian. Adapun tipe penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Alasan peneliti menggunakan tipe penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara deskriptif bagaimana strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di kabupaten Gowa. Deskriptif digunakan untuk mengkaji permasalahan berdasarkan fenomena aktual dan faktual yang terjadi di lapangan, sehingga penelitian ini tidak hanya mengumpulkan data saja

tetapi juga menganalisis data yang diperoleh di lapangan.

Sumber data dalam penelitian ini ada 2 (dua), yaitu; 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari informan yang bersangkutan dengan cara wawancara untuk mendapatkan jawaban atau informasi yang berkaitan dengan strategi pengembangan UMKM di kabupaten Gowa, 2) Data Sekunder, yang diperoleh dari literatur dan dokumen serta data yang diambil dari studi pustaka berupa sejumlah buku, literatur, serta tulisan karya ilmiah yang mendukung penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan beberapa teori diketahui bahwa strategi merupakan tempat sekumpulan dari keputusan manajerial dan merupakan aksi pengambilan keputusan jangka panjang disuatu perusahaan. Hal tersebut meliputi analisis lingkungan eksternal dan internal, formulasi strategi, implementasi strategi, evaluasi dan kontrol (Wheelen dan Hunger: 2012). Hal senada juga dikemukakan oleh Rangkuti (2013:183) yang menyatakan bahwa arti strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif yang dapat menjelaskan bagaimana perusahaan dapat mencapai seluruh tujuannya yang

telah ditetapkan atas dasar misi yang sudah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan menurut David (2011:18-19), pengertian strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan dicapai. Menurut Lincolin Arsyad dalam buku Subandi (2011:122:124) ada 4 indikator yakni Penciptaan Iklim Usaha yang baik, Pembuatan Informasi Terpadu, Pendirian Pusat Konsultasi, dan Pembuatan Sistem Pemasaran.

Penciptaan Iklim Usaha yang Baik

Penerapan Penciptaan Iklim Usaha yang baik di Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa jika dikaitkan dengan teori yang dikemukakan Lincolin Arsyad dalam Subandi (2011) yaitu strategi pengembangan sumber daya manusia merupakan aspek yang paling penting dalam proses pembangunan ekonomi. Oleh karena itu pembangunan ekonomi tanpa didasari dengan peningkatan kualitas dan keterampilan sumber daya manusia maka suatu daerah/kota akan menjadi daerah dengan perekonomian yang tertinggal. Berdasarkan dari teori tersebut menunjukkan bahwa penciptaan iklim usaha yang baik di Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa sudah diterapkan dengan baik. Hal ini tidak terlepas dari peran Dinas

Koperasi dan UMKM Kabupaten Gowa dalam mendorong para pelaku UMKM untuk mengakses bantuan permodalan dan bantuan produktif guna untuk menjaga iklim usaha mereka agar tetap berjalan dengan baik. Serta adanya pemberian pelatihan kepada para pelaku usaha terkait dengan hal pemasaran dan dalam hal pengembangan kapasitas berbasis digital sehingga kemampuan pelaku usaha dapat berkembang. Maka dari itu, hasil dari temuan peneliti dengan teori yang dikemukakan lincolin arsyad dalam Subandi (2011) sudah sesuai karena adanya pelatihan dan bantuan untuk mengakses permodalan untuk pelaku usaha di dalam mengembangkan usahanya.

Pembuatan Informasi Terpadu

Penerapan pembuatan informasi terpadu di Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa jika dikaitkan dengan teori yang dikemukakan Lincolin Arsyad dalam Subandi (2011) yaitu dapat memudahkan masyarakat dan dunia usaha untuk berhubungan dengan aparat pemerintah daerah yang berkaitan dengan perijinan dan informasi rencana pembangunan ekonomi daerah. Berdasarkan dari teori tersebut menunjukkan bahwa pembuatan informasi terpadu di Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa

masih belum diterapkan dengan baik, dikarenakan selama ini akses informasi mengenai UMKM di kabupaten Gowa masih kurang memadai dimana informasi mengenai UMKM tersebut hanya terdapat di media sosial, walaupun kedepannya direncanakan bahwa dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa akan membuat website khusus untuk dapat lebih memudahkan masyarakat atau para pelaku usaha untuk berhubungan dengan aparat pemerintah dalam hal ini dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa. Tentu setelah website itu telah dibuat diharapkan akan memudahkan para pelaku UMKM dalam mengakses informasi yang berkaitan tentang perijinan dan informasi rencana pembangunan ekonomi daerah yang ada di kabupaten Gowa dapat diketahui oleh para pelaku UMKM. Walaupun diketahui bahwa untuk saat ini pertanyaan dari pelaku UMKM hanya dapat diakses melalui email atau melalui instagram. Maka dari itu, hasil dari temuan peneliti dengan teori yang dikemukakan lincoln arsyad dalam Subandi (2011) masih terdapat ketidaksesuaian didalamnya dikarenakan alur sistem informasi yang belum jelas, seperti belum adanya website resmi yang dimiliki.

Pendirian Pusat Konsultasi

Dalam penerapan pendirian pusat konsultasi Penerapan di Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa jika dikaitkan dengan teori yang dikemukakan Lincoln Arsyad dalam Subandi (2011) yaitu mengenai Strategi Pengembangan Fisik dimana melalui pengembangan program perbaikan kondisi fisik/lokalisasi daerah yang ditujukan untuk kepentingan pembangunan industry dan perdagangan, pemerintah daerah akan berpengaruh positif bagi pembangunan dunia usaha di daerah. Secara khusus tujuan dari strategi pembangunan fisik ini adalah untuk menciptakan identitas daerah/kota, memperbaiki pesona (*amenity base*) atau kualitas hidup masyarakat, dan memperbaiki daya tarik pusat kota (*civic center*) dalam upaya memperbaiki dunia usaha daerah. Berdasarkan dari teori tersebut menunjukkan bahwa pendirian pusat konsultasi di Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa masih belum diterapkan dengan baik, hal ini dikarenakan pusat konsultasi mengenai UMKM di kabupaten Gowa secara umum belum memadai dilihat dari akses tersebut hanya berupa konsultasi lewat email yang tentunya masih sulit untuk diakses khususnya bagi pelaku

UMKM yang tempat tinggalnya memiliki jaringan internet yang buruk, akan tetapi rencananya akan dibuat tempat pengaduan berupa gedung yang akan dibangun disetiap kecamatan yang ada di kabupaten Gowa. Selain itu kedepannya akan dibangun rumah produksi UMKM yang didalamnya tercover mulai dari cara packingan untuk kemasan UMKM serta tempat bagi para pelaku usaha untuk mendapatkan informasi. Diharapkan setelah adanya pusat konsultasi dan rumah produksi tersebut dibuat maka dapat membantu para pelaku UMKM di kabupaten Gowa dalam mengembangkan kapasitas usaha mereka serta bisa menjadi tempat bagi para pelaku UMKM untuk saling berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang usaha mereka. Maka dari itu, hasil dari temuan peneliti dengan teori yang dikemukakan lincoln arsyad dalam Subandi (2011) masih terdapat ketidak sesuaian didalamnya dikarenakan fasilitas-fasilitas sebagai penunjang pengembangan usaha masih belum terlaksana dengan baik.

Pembuatan Sistem Pemasaran

Dalam penerapan Pembuatan sistem pemasaran diketahui bahwa dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa jika dikaitkan dengan teori yang

dikemukakan Kotler dan Keller (2016), yaitu mengenai manajemen pemasaran adalah aktivitas, yang diatur dalam sebuah lembaga dan terjadinya proses menciptakan, mengkomunikasikan, memberikan dan menukar penawaran yang memberikan nilai untuk pelanggan, klien, rekan, dan masyarakat pada umumnya. Jika teori ini dikaitkan dengan sistem pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Gowa menunjukkan bahwa penerapan sudah diterapkan dengan baik. Hal ini dilihat dari perannya dalam mendorong para pelaku usaha untuk bisa lebih mandiri dan berdaya saing dengan bertumpu pada pengembangan potensi daerah serta mampu meningkatkan produktivitas yang berkualitas dengan berbasis digital, sehingga produk yang dihasilkan dapat diketahui secara luas oleh masyarakat. Dimana dalam hal ini dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Gowa bekerja sama dengan pihak radio rewako sebagai tempat untuk para pelaku usaha dapat menampilkan atau memasarkan produk-produknya melalui live streaming dan juga melakukan pemasaran di media social melalui Instagram radio rewako. Dengan adanya program pemasaran tersebut diharapkan dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas baik dalam daerah kabupaten

Gowa sendiri dan juga luar daerah serta mancanegara. Maka dari itu, hasil dari temuan peneliti dengan teori yang dikemukakan Kotler dan Keller sudah sesuai karena adanya ruang yang diberikan kepada pelaku UMKM untuk memperkenalkan produknya melalui pemasaran di media sosial.

KESIMPULAN

Dari uraian hasil penelitian serta pembahasan maka ditarik kesimpulan bahwa; 1) Penciptaan iklim usaha yang baik di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Gowa menunjukkan bahwa penerapan penciptaan iklim usaha yang baik sudah diterapkan dengan baik. Hal ini dilihat dari adanya pendampingan dalam pemberian pelatihan serta adanya dorongan untuk mengakses bantuan permodalan maupun bantuan produktif kepada pelaku UMKM untuk menjaga iklim usaha mereka agar tetap berjalan dengan baik; 2) Pembuatan Informasi Terpadu di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Gowa dapat dipahami bahwa penerapannya masih belum baik. Hal ini dikatakan karena alur sistem informasi yang masih belum diterapkan dengan baik. Seperti belum adanya Website resmi yang disediakan yang menyulitkan pelaku UMKM dalam mengakses informasi yang berkaitan dengan perijinan dan informasi rencana

pembangunan ekonomi daerah; 3) Pendirian Pusat Konsultasi dapat dipahami bahwa pusat konsultasi yang ada di kabupaten Gowa mengenai UMKM dalam penerapannya masih belum baik. Hal ini dikarenakan belum memadainya tempat pengaduan untuk para pelaku UMKM dalam memajukan bisnisnya, seperti belum dibangunnya gedung konsultasi disetiap kecamatan yang ada di kabupaten Gowa serta belum adanya rumah produksi bagi UMKM sebagai tempat untuk mendapatkan suatu pelatihan ataupun sebagai tempat untuk saling berbagi pengalaman dan pengetahuan bagi sesama pelaku UMKM; 4) Pembuatan Sistem Pemasaran di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Gowa dapat dipahami bahwa penerapan sudah diterapkan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari perannya dalam memberikan ruang kepada para pelaku UMKM. Dimana Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Gowa bekerjasama dengan radio Rewako sebagai tempat untuk pelaku UMKM dapat mempublikasikan atau memasarkan produknya di live streaming radio Rewako sehingga produk yang dihasilkan dapat diketahui oleh masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti dapat memberikan saran diantaranya yaitu; 1) Sebaiknya dinas koperasi dan UMKM membuat alur sistem informasi yang jelas yang dapat memudahkan para pelaku usaha untuk mengakses informasi, 2) Seharusnya dinas Koperasi dan UMKM mendirikan gedung pusat konsultasi dan juga rumah produksi disetiap kecamatan yang ada di kabupaten Gowa, 3) Seharusnya Dinas Koperasi dan UMKM meningkatkan sosialisasi agar terciptanya iklim usaha yang baik.

REFERENSI

- Abidin, A. Z., & Dharma, M. B. (2017). Strategi Pengembangan usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. *Proceedings Universitas Pamulang*, 2(1).
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi: Konsep*. Jakarta: Salemba Empat edisi 12.
- Grant, R. M. (1999). *Analisis Strategi Kontemporer: Konsep, Teknik, Aplikasi. Edisi ke 2, Alih Bahasa Thomas Secokusomo*. Jakarta: Erlangga.
- Hutapea. (2017). Strategi Pemerintah Dalam Pembangunan Kawasan Wisata Muara Kabupaten Tapanuli Utara Provinsi Sumatera Utara tahun 2015. *Jurnal Organisasi Manajemen. volume 4 No.1*.
- Ilhamy, L., & Pratiwi, S. (2018). Strategi Pemberdayaan UMKM Sektor Peternakan Ayam Organik (Studi Pada Koperasi Hidayah Sumatera Utara). *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Iskandar, W., & Mulyadi, U. (2011). *Dasar-dasar Pengembangan Kurikulum*. Jakarta: Bina Aksara.
- Keener III, R., & Sikula Sr, A. (2012). Case Law Developments Du Jour in Title IX. *Franklin Business & Law Journal*, 2012(2).
- Lincoln, A. (2011). *Ekonomi Pembangunan*. Ghalia Indonesia: Analisis Empiris
- Peraturan Pemerintah Kabupaten Gowa Nomor 8 Tahun 2008, *tentang organisasi dan tata kerja koperasi dan UMKM Kab. Gowa*
- Peraturan Pemerintah Kabupaten Gowa Nomor 8 Tahun 2008, *tentang organisasi dan tata kerja koperasi dan UMKM Kab. Gowa*
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 *tentang perlindungan, perlindungan dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah*.
- Suci (2019). *Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat Dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)* (Skripsi, Universitas Negeri Sumatra Utara, Medan).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 *tentang pemberdayaan UMKM*
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002, *tentang sistem nasional penelitian, pengembangan dan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi*
- Wheelen, Thomas L, & Hunger, J, David. (2012). *“Strategic Manajemen and Business Policy” thirteenth edition*. New York: Pearson.