

Novegya Ratih Primandari, S.E., M.Si.
Nazipawati, S.E., M.Si.
Dr. Munajat, S.P., M.Si.
Ir. Lindawati, M.T.
Enda Kartika Sari, S.P., M.Si.



Editor: **Awalludin, S.Pd., M.Pd.**

Strategi Pengembangan UMKM

Strategi Pengembangan **UMKM**

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Editor : Awalludin, S.Pd., M.Pd.

Strategi Pengembangan **UMKM**

Novegya Ratih Primandari, S.E., M.Si.

Nazipawati, S.E., M.Si.

Dr. Munajat, S.P., M.Si.

Ir. Lindawati, M.T.

Enda Kartika Sari, S.P., M.Si.



Cerdas, Bahagia, Mulia, Lintas Generasi.

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM

Novegya Ratih Primandari ... et [al.]

Desain Cover :
Rulie Gunadi

Sumber :
www.shutterstock.com (Andri wahyudi)

Tata Letak :
Cinthia M. S

Proofreader :
A. Timor Eldian

Ukuran :
viii, 77 hlm, Uk: 15.5x23 cm

ISBN :
978-623-02-6198-5

Cetakan Pertama :
Maret 2023

Hak Cipta 2023, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2023 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: www.deepublish.co.id

www.penerbitdeepublish.com

E-mail: cs@deepublish.co.id

KATA PENGANTAR PENERBIT

Assalamualaikum, w.r. w.b.

Segala puji kami haturkan ke hadirat Allah Swt., Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Tak lupa, lantunan selawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad saw.

Dalam rangka mencerdaskan dan memuliakan umat manusia dengan penyediaan serta pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menciptakan industri *processing* berbasis sumber daya alam (SDA) Indonesia, Penerbit Deepublish dengan bangga menerbitkan buku dengan judul ***Strategi Pengembangan UMKM***.

Terima kasih dan penghargaan terbesar kami sampaikan kepada penulis yang telah memberikan kepercayaan, perhatian, dan kontribusi penuh demi kesempurnaan buku ini. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pembaca, mampu berkontribusi dalam mencerdaskan dan memuliakan umat manusia, serta mengoptimalkan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi di tanah air.

Wassalamualaikum, w.r. w.b.

Hormat Kami,

Penerbit Deepublish

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
PENERBIT.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB 1	1
PROLOG	
BAB 2	4
KONSEP DASAR UMKM	
A. Definisi UMKM.....	4
B. Kriteria UMKM.....	6
C. Klasifikasi UMKM.....	6
D. Ciri-Ciri UMKM	7
E. Karakteristik UMKM	8
F. Faktor Pendukung UMKM	11
BAB 3	13
PENGEMBANGAN UMKM	
A. Konsep dan Strategi Pengembangan UMKM.....	13
B. Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Daerah	16
BAB 4	19
PERTUMBUHAN EKONOMI	
A. Definisi Pertumbuhan Ekonomi.....	19
B. Teori Pertumbuhan Ekonomi	19
C. Perhitungan Pertumbuhan Ekonomi	19
D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi.....	20
E. Hubungan UMKM dengan Pertumbuhan Ekonomi dan Pengangguran	22

BAB 5	23
LOKASI PENGEMBANGAN UMKM	
A. Gambaran Umum Lokasi Pengembangan UMKM	23
B. Gambaran Umum UMKM Kabupaten OKU	32
BAB 6	38
PENERAPAN ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM	
A. Hasil Analisis Statistik	38
B. HASIL ANALISIS SWOT.....	48
DAFTAR PUSTAKA	70
BIOGRAFI.....	72

BAB 1

PROLOG

Usaha mikro, kecil, dan menengah memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Hal ini bukan hanya berlaku di Indonesia, melainkan di banyak negara. Bahkan, UMKM disebut-sebut memegang peran signifikan dalam pertumbuhan ekonomi global. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, Sensus Ekonomi dari Badan Pusat Statistik pada 2016 menunjukkan besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia: UMKM menyerap hingga 89,2 persen dari total tenaga kerja. UMKM menyediakan hingga 99 persen dari total lapangan kerja. UMKM menyumbang 60,34 persen dari total PDB nasional. UMKM menyumbang 14,17 persen dari total ekspor. UMKM menyumbang 58,18 persen dari total investasi.

Di Indonesia sendiri, sektor UMKM kontribusinya terhadap perekonomian sudah tidak diragukan lagi. Peranan kelompok bisnis kecil dalam produksi, penyediaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, hingga ekspor sangat penting untuk ekonomi Indonesia. Dalam dunia ekonomi, usaha kecil merupakan bahan bakar bagi perkembangan ekonomi. Berkat kepemilikannya yang bersifat privat, semangat kewirausahaan, fleksibilitas, serta kemampuannya beradaptasi dalam berbagai situasi menantang dan ketidakpastian, UMKM akhirnya berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja (Riska, 2020).

Dahulu, usaha mikro kecil dan menengah memang tidak dianggap sebagai faktor signifikan dalam roda perekonomian. Pemerintah tidak menunjukkan perhatian khusus yang tertuang dalam kebijakan sebab dianggap bukan prioritas. Namun, selama satu dekade terakhir, usaha kecil telah menunjukkan pengaruhnya yang luar biasa bagi pertumbuhan dan kestabilan ekonomi. Usaha mikro kecil menengah menjadi peran vital bagi perekonomian dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong stabilitas dan pertumbuhan ekonomi setempat, serta menghasilkan banyak inovasi

dan kreasi. Dengan terciptanya kreasi dan inovasi, kompetisi serta kolaborasi untuk menciptakan produk yang bernilai tinggi pun terbentuk.

Keberadaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan perekonomian. UMKM selama ini dapat terbukti sebagai kutup pengaman di masa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah, keberhasilan dalam meningkatkan UMKM berarti memperkokoh bisnis di masyarakat. Hal ini dapat membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam pelaksanaan otonomi pemerintahan. Perkembangan UMKM merupakan proses yang sangat baik untuk membawa suatu bangsa menuju kemakmuran. Perkembangan UMKM dapat memperluas lapangan kerja dan memanfaatkan potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia sehingga meningkatkan perekonomian suatu negara (Halim, 2020).

Hal tersebut menggiring masyarakat bergantung kepada usaha kecil dan menengah, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ketatnya kompetisi atau luasnya kolaborasi memungkinkan UMKM berperan dalam menyerap tenaga kerja sebanyak mungkin. Makna lainnya bagi perekonomian tentu terciptanya keuntungan dan menurunnya angka pengangguran.

Perkembangan perekonomian di Kabupaten Ogan Komering Ulu khususnya di sektor usaha mikro sangatlah pesat. Peningkatan usaha mikro yang sangat pesat terlihat pada tahun 2020 yaitu sebanyak 37.628 unit usaha. Peningkatan yang sangat tinggi di bidang UMKM juga diringi dengan peningkatan modal kerja dan investasi, omzet dan penyerapan tenaga kerja. Data perkembangan UMKM di Kabupaten OKU dapat dilihat 1.1.

Tabel 1.1. Data Perkembangan UMKM Tahun 2016-2020 Kabupaten Ogan Komering Ulu

Tahun	Σ UMKM (unit)	Modal Kerja dan Investasi (juta Rp)	Omzet (juta Rp)	Penyerapan TK (Jiwa)
2016	7.695	595.681,43	3.018.237,61	75.935
2017	8.079	682.405,89	3.467.971,93	79.813
2018	8.482	757.056,45	3.807.729,89	82.505
2019	8.568	765.347,21	3.845.800,15	82.590
2020	37.268	1.512.533,39	7.287.176,15	198.664

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten OKU (2021).

BAB 2

KONSEP DASAR UMKM

A. Definisi UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.22 Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU 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 UU tersebut. Sedangkan usaha mikro 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 mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut (Firmansyah, 2019).

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000,00, dan.

- c) Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.1 miliar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 miliar sampai paling tinggi Rp.50 miliar.

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah. Pentingnya kedudukan usaha mikro kecil dan menengah dalam perekonomian nasional bukan saja karena jumlahnya yang banyak, melainkan juga dalam hal penerapan tenaga kerja. Di samping usaha mikro kecil dan menengah juga dapat menghasilkan devisa yang cukup besar melalui kegiatan ekspor komoditas tertentu dan memberikan kontribusi terhadap *Product Domestic Bruto* (PDB).

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian ke depan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya. Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri

yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

B. Kriteria UMKM

Kriteria UMKM dikelompokkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki masing-masing badan usaha sebagaimana rumusan undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, sedangkan pengelompokan berdasarkan jumlah karyawan yang terlibat dalam sebuah usaha tidak dirumuskan dalam undang-undang tersebut. Kriteria UMKM yang ditentukan berdasarkan aset dan omzet yang dimiliki dapat dilihat di Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Kriteria UMKM Berdasarkan Aset dan Omzet

Jenis usaha	Aset	Omzet
Usaha mikro	Maksimum Rp50 juta	Maksimum Rp300 juta
Usaha kecil	. >Rp50-500 juta	>Rp300-2,5 miliar
Usaha menengah	>Rp500juta-1 miliar	Rp2,5miliar– 50 miliar

C. Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM) Pasal 6 ayat (1), (2), dan (3) (Permana, 2017):

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

D. Ciri-Ciri UMKM

UMKM tidak hanya berbeda dari aspek modal, omzet, dan jumlah tenaga kerja. Perbedaan UMKM dengan usaha besar dapat pula dibedakan berdasarkan ciri-ciri yang terdapat dalam UMKM itu sendiri. Menurut Saifuddin Sarief (Sri et al., 2019) ciri-ciri usaha mikro yaitu:

1. Belum melakukan manajemen/pencatatan keuangan, sekalipun yang sederhana atau masih sangat sedikit yang mampu membuat neraca usahanya.
2. Pengusaha atau SDM nya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD, dan belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
3. Pada umumnya, tidak/belum mengenal perbankan, tetapi lebih mengenal rentenir atau tengkulak.
4. Umumnya, tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.
5. Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki pada umumnya kurang dari 4 orang. Anggota dari suatu koperasi tertentu biasanya berskala mikro.
6. Perputaran usaha umumnya cepat, mampu menyerap dana yang relatif besar. Dalam situasi krisis ekonomi, kegiatan usahanya tetap berjalan, bahkan mampu berkembang karena biaya manajemennya relatif rendah.
7. Pada umumnya, pelaku usaha mikro memiliki sifat tekun, sederhana, serta dapat menerima bimbingan.

Ciri-ciri usaha kecil yaitu:

1. Pada umumnya, sudah melakukan pembukuan/manajemen keuangan. Walaupun masih sederhana, tetapi keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dari keuangan keluarga dan sudah membuat neraca usaha.
2. SDM nya sudah lebih maju dengan rata-rata pendidikan SMA dan sudah memiliki pengalaman usaha.
3. Pada umumnya, sudah memiliki usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
4. Sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, tetapi *business planning*, studi kelayakan, dan proposal kredit kepada bank sehingga masih sangat memerlukan jasa pendamping.

Ciri-ciri usaha menengah yaitu:

1. Pada umumnya, telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur, bahkan lebih, modern dengan pembagian tugas yang jelas antara bagian keuangan, pemasaran, dan produksi.
2. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan pengauditan dan penilaian atau pemeriksaan, termasuk yang dilakukan oleh bank.
3. Telah melakukan pengaturan atau pengelolaan dan menjadi anggota organisasi perburuhan.
4. Sudah memiliki segala persyaratan legalitas.
5. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah.
6. Belum memiliki akses ke perbankan tetapi sebagian sudah memiliki akses non bank.
7. Tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas.

E. Karakteristik UMKM

Di Indonesia Usaha mikro kecil dan menengah mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang

baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut. Dalam buku Pandji Anoraga (Cookson & Stirk, 2019) diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
2. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
3. Modal terbatas.
4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
5. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
7. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.

Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahan-kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.

1. Kekuatan dan Kelemahan

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- a. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
 - b. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
 - c. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
 - d. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.
 - e. Memiliki potensi untuk berkembang.
 - f. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.
2. Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:
- a. Faktor Internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu di antaranya: Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil. Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.
 - b. Faktor eksternal, merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya *monitoring* dan program yang tumpang tindih.

Dari kedua faktor tersebut muncullah kesenjangan diantara faktor internal dan eksternal, yaitu di sisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping lainnya sudah siap dengan pemberian kredit, tapi UMKM mana yang diberi, karena berbagai ketentuan yang harus dipenuhi oleh UMKM. Di sisi lain UMKM juga mengalami kesulitan mencari dan menentukan lembaga mana yang dapat membantu dengan keterbatasan yang mereka miliki dan kondisi ini ternyata masih berlangsung meskipun berbagai usaha telah diupayakan untuk memudahkan bagi para pelaku UMKM memperoleh kredit, dan ini telah berlangsung 20 tahun. Pola yang ada sekarang adalah masing-masing lembaga/institusi yang memiliki fungsi yang sama tidak berkoordinasi tapi berjalan sendiri-sendiri, apakah itu perbankan, BUMN, departemen, LSM, perusahaan swasta. Di sisi lain dengan keterbatasannya UMKM menjadi penopang perekonomian menjadi roda perekonomian menjadi kenyataan.

F. Faktor Pendukung UMKM

Pengembangan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) banyak mengalami dukungan dari berbagai aspek. Seperti adanya program pendampingan dari unit kerja pemerintah maupun lembaga yang dibentuk oleh pemerintah daerah sebagai mitra yang memberikan pengetahuan dan pengalaman terhadap pelaku industri pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan mengadakan berbagai pelatihan, pembekalan, pembinaan, serta *monitoring* kepada para pelaku-pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Kemudian dari kualitas sumber daya manusia sendiri membuktikan bahwa kemampuan dan kreativitas pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang dimiliki oleh setiap individu dapat menjadikan industri kreatif semakin diberdayakan.

Menurut Aisyah (2015:26) terdapat pula faktor penghambat yang dianggap akan dalam menjalankan sektor pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) seperti masalah permodalan, kurangnya bahan baku yang berkualitas, dan sarana prasarana pemasaran. Para pemilik usaha industri pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mengaku untuk masalah pemasaran masih dilakukan sebatas kemampuan mereka dengan bekerja sama dengan orang-orang terdekat atau yang mereka kenal. Pihak pemerintah daerah sendiri mengaku sudah melakukan berbagai

sosialisasi dan pembinaan serta pembekalan kepada para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk usaha pengembangan industri kreatif ini. Namun masih dibutuhkan partisipasi dari berbagai pihak agar pengembangan industri pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) khususnya sektor kerajinan ini dapat dilaksanakan sesuai dengan apa yang diharapkan.

BAB 3

PENGEMBANGAN UMKM

A. Konsep dan Strategi Pengembangan UMKM

Menurut Primiana (2009:56-57) ada beberapa langkah yang harus dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM untuk memperbaiki faktor internal dari UMKM. Langkah pertama yaitu melakukan identifikasi, analisis potensi dan inventarisir bantuan yang sudah diterima selama ini. Selanjutnya dikelompokkan dalam matriks pengembangan UMKM. Analisis Potensi dilakukan dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari setiap UMKM. UMKM yang memiliki potensi tinggi diprioritaskan untuk diberi bantuan sesuai dengan kelemahan yang ada. Hasil pengelompokan dalam matriks dapat ditunjukkan sebagai berikut.

Potensi Tinggi	→	4 ⇨ Potensi Tinggi ⇨ Belum Menerima Bantuan	3 ⇨ Potensi Tinggi ⇨ Sudah Menerima Bantuan
Potensi Rendah	→	1 ⇨ Potensi Rendah ⇨ Belum Menerima Bantuan	2 ⇨ Potensi Rendah ⇨ Sudah Menerima Bantuan

Gambar 2.2. Matriks Dasar Pengembangan UMKM

Matriks ini dibagi dalam dua sisi yaitu vertikal dan horizontal. Sisi vertikal menunjukkan potensi UMKM dan sisi horizontal menunjukkan UMKM yang belum dan sudah menerima bantuan, bantuan dapat berupa modal dan keterampilan manajerial. Berdasarkan gambar di atas terdapat 4 situasi, yaitu:

- Situasi 1 : menunjukkan UMKM memiliki potensi rendah dan belum pernah menerima bantuan.
- Situasi 2 : menunjukkan UMKM memiliki potensi rendah dan sudah menerima bantuan.

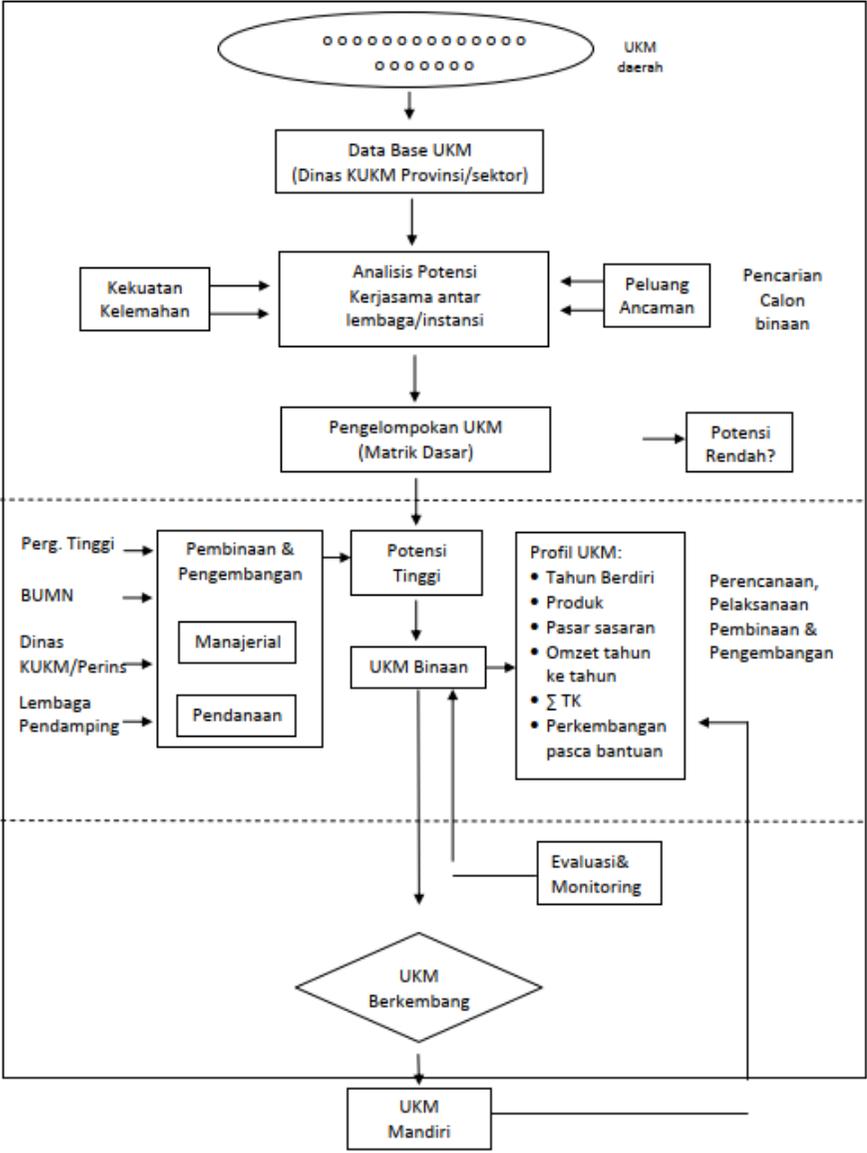
Situasi 3 : menunjukkan UMKM memiliki potensi tinggi dan sudah menerima bantuan.

Situasi 4 : menunjukkan UMKM memiliki potensi tinggi dan belum menerima bantuan.

Dari keempat situasi di atas maka strategi pengembangan dan pembinaan UMKM akan berbeda satu dengan lainnya. Untuk situasi 1 tidak perlu menjadi perhatian karena UMKM tersebut memiliki potensi yang rendah. Pada situasi 2 perlu dilakukan evaluasi keberhasilan dari UMKM yang memperoleh bantuan. Karena sebenarnya UMKM tersebut memiliki potensi yang rendah tetapi menerima bantuan, ini berarti bantuan yang diberikan tidak tepat sasaran. Artinya terjadi pemborosan pada situasi ini, sehingga sebaiknya bantuan tersebut dialihkan ke situasi 4, di mana UMKM tersebut potensial tetapi belum menerima bantuan, hal ini dapat disebabkan karena kurangnya akses dan wawasan UMKM untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan bantuan. Pada situasi 3, UMKM yang memiliki potensi tinggi dan telah menerima bantuan, sehingga dibutuhkan strategi-strategi guna mempertahankan dan mengembangkan sebelum dilepas sebagai UMKM mandiri. Perlu adanya *monitoring* dari waktu ke waktu secara ketat sehingga tampak secara jelas kemajuan dari pembinaan yang dilakukan. Dari keempat situasi di atas yang *critical* adalah situasi 4. Sehingga dibutuhkan usaha-usaha lembaga/instansi menyosialisasikan program-program yang dimiliki untuk membantu UMKM secara terus menerus melalui berbagai media.

Adapun format yang ditawarkan dalam rangka menyusun strategi pengembangan UMKM adalah membentuk badan/pusat kerja sama antar lembaga/instansi yang memudahkan bagi UMKM mencari pendamping baik dari sisi manajerial maupun dari sisi pendanaan. Pada badan/pusat ini akan ada pembagian tugas, sehingga lembaga/instansi akan berbagi peran, siapa yang bertugas melakukan seleksi (adapun kriteria yang digunakan dalam seleksi merupakan kesepakatan semua pihak, melakukan pembinaan, pengembangan dan pendanaan. Sehingga UMKM tidak perlu lagi mencari kredit ke perbankan atau lembaga keuangan non bank yang sampai saat ini masalahnya tidak selesai-selesai. Seluruh tahapan ini menjadi satu atap sehingga memudahkan bagi pemerintah untuk

melakukan *monitoring* kemajuan dari pemberdayaan UMKM tersebut. Pola kerja sama yang dapat dilakukan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3. Strategi Sinergitas Pengembangan UMKM

Gambar di atas memberikan gambaran bahwa seluruh UMKM di daerah tercatat di Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi/Kabupaten/Kota. Lembaga/instansi yang bersinergi tersebut memiliki kriteria penilaian yang disepakati bersama guna mengetahui potensi/kelayakan UMKM secara menyeluruh dan dikelompokkan dalam suatu matriks pengembangan UMKM dan diperoleh UMKM yang memiliki potensi tinggi dan potensi rendah. Tahap berikutnya adalah membuat perencanaan serta pelaksanaan pembinaan dan pengembangan UMKM. Karena pada tahap sebelumnya sudah diketahui kelemahan dari UMKM yang memiliki potensi apakah manajerial atau pendanaan, maka berikutnya adalah menyalurkan UMKM kepada lembaga/instansi sesuai dengan peran dengan kompetensinya masing-masing. Artinya pada tahap ini ada pembagian tugas dan peran. Output pada proses ini adalah profil UMKM yang memberikan gambaran tahun berdiri, produk yang dihasilkan, pasar sasaran, omzet tahun ke tahun, jumlah tenaga kerja, jenis bantuan yang telah diterima, perkembangan pasca bantuan. Hal ini semua tentunya harus berbatas waktu sehingga perlu dilakukan evaluasi dan *monitoring* secara terus menerus. Hal ini untuk melihat kemajuan dari pembinaan dan pengembangan yang telah dilakukan selama ini terhadap UMKM, yang dapat dijadikan dasar apakah UMKM sudah dapat mandiri atau masih perlu pembinaan lebih lanjut. Gambar tersebut merupakan suatu rangkaian tertutup (*loop circle*) agar potret terkini UMKM di daerah tersedia dan memudahkan langkah-langkah pemberdayaan. Untuk yang berpotensi rendah perlu penanganan lain (Primiana, 2009).

B. Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Daerah

Menurut Navastara dalam (Nursidi & Wulandari, 2021) mengemukakan bahwa kebijakan yang dipandang tepat dan strategis dalam rangka pembangunan potensi wilayah adalah kebijakan pengembangan ekonomi lokal. Telah teruji dalam beberapa kali krisis ekonomi di Indonesia, sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mampu menjadi katup pengaman dari eksekusi akibat krisis. Walaupun harus diakui pula, setelah krisis ekonomi berlalu, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) tetap tidak mengalami perubahan kebijakan yang berarti.

Kontribusi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) diakui juga di berbagai perekonomian daerah.

Pengembangan ekonomi lokal adalah suatu proses yang dapat mencoba dan merumuskan kelembagaan-kelembagaan daerah, peningkatan kemampuan sumber daya manusia untuk menciptakan produk-produk unggulan yang lebih baik, pencarian pasar, alih pengetahuan dan teknologi, serta pembinaan industri kecil dan kegiatan usaha pada skala lokal. Peranannya dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, sangat besar. Dan pada banyak kasus di beberapa negara sektor ini mampu menggerakkan sektor riil pada berbagai lapangan usaha, sehingga mampu memberikan kontribusi pada pembentukan pendapatan asli daerah (PAD). Pada krisis ekonomi 2009, peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam penyerapan tenaga kerja masih bisa diandalkan. Rontoknya industri besar dan sektor formal pada umumnya, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan pilihan yang paling rasional. Ini terjadi karena masalah struktur ekonomi yang ketergantungan pada ekonomi dunia sangat kuat.

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Terkait dengan pengembangan ekonomi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia, Pemerintah mengeluarkan Inpres No. 6 Tahun 2009 tanggal 5 Agustus 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Dalam rangka mendorong percepatan pengembangan ekonomi kreatif di berbagai wilayah, khususnya Kabupaten/Kota sebagai penghasil utama produk unggulan, maka perlu dilakukan percepatan ke arah pemanfaatan sumber daya ekonomi lokal dan penggunaan produk yang telah memperoleh sentuhan nilai tambahan secara optimal dan berkelanjutan (Halim, 2020).

Potensi tersebut pada gilirannya akan berkorelasi dengan pengembangan dan pertumbuhan ekonomi maupun terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam upaya pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) ini maka pemerintah dengan instansi teknis yang mempunyai tugas pokok dan fungsi dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) juga berupaya mengajukan usulan-usulan kegiatan kepada Pemerintah Daerah Pusat dan membuat beberapa program

atau rencana strategi demi kelancaran proses pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) tersebut.

BAB 4

PERTUMBUHAN EKONOMI

A. Definisi Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan kapasitas dalam jangka panjang dari suatu negara untuk menyediakan berbagai barang ekonomi kepada penduduknya yang ditentukan oleh adanya kemajuan atau penyesuaian-penyesuaian teknologi, institusional dan ideologis terhadap berbagai tuntutan keadaan yang ada (Todaro, 2003:99). Pertumbuhan ekonomi berkaitan dengan kenaikan produksi suatu negara atau kenaikan pendapatan per kapita suatu negara. Oleh karena itu pertumbuhan ekonomi erat kaitannya dengan produk domestik bruto (PDB) atau produk domestik regional bruto (PDRB).

B. Teori Pertumbuhan Ekonomi

Menurut Murni (2016:196) Teori pertumbuhan ekonomi Neo-Klasik yang dipelopori oleh Robert Solow menyatakan pendapatnya sebagai berikut:

1. Pertumbuhan produk nasional (pertumbuhan ekonomi) ditentukan oleh pertumbuhan dua jenis input yaitu pertumbuhan modal dan pertumbuhan tenaga kerja.
2. Selain faktor tenaga kerja dan modal, hal yang sangat penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi adalah faktor perkembangan teknologi. Menurut Robert Solow faktor yang paling penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi adalah kemajuan teknologi dan peningkatan keahlian serta keterampilan para pekerja dalam menggunakan teknologi.

C. Perhitungan Pertumbuhan Ekonomi

Menurut Rahardja (2008:129-130) Untuk mengukur pertumbuhan ekonomi, nilai PDB yang digunakan adalah berdasarkan harga konstan. Sebab, dengan menggunakan harga konstan pengaruh perubahan harga

telah dihilangkan, sehingga sekalipun angka yang muncul adalah nilai uang dari total *output* barang dan jasa, perubahan nilai PDB sekaligus menunjukkan perubahan jumlah kuantitas barang dan jasa yang dihasilkan selama periode pengamatan.

Mengingat sulitnya mengumpulkan PDB, maka perhitungan pertumbuhan ekonomi tidak dapat dilakukan setiap saat; biasanya dilakukan dalam dimensi waktu triwulanan dan tahunan. Cara menghitung tingkat pertumbuhan sederhana sekali.

$$G_t = \frac{(PDRB_t - PDRB_{t-1})}{PDRB_{t-1}} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

Di mana:

- G_t = Pertumbuhan ekonomi periode t (triwulanan atau tahunan)
- $PDRB_t$ = Produk Domestik Bruto Rill periode t (berdasarkan harga konstan)
- $PDRB_{t-1}$ = PDRB satu periode sebelumnya.

Tujuan utama dari perhitungan pertumbuhan ekonomi adalah ingin melihat apakah kondisi perekonomian makin membaik. Ukuran baik buruknya dapat dilihat dari struktur produksi (sektoral) atau daerah asal produksi (regional). Dengan melihat struktur produksi, dapat diketahui apakah ada sector yang terlalu tinggi atau terlalu lambat pertumbuhannya.

D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi

Para ekonom Klasik telah lama dan terus menerus mempelajari gejala pertumbuhan ekonomi. Karenanya, sangat baik untuk melihat pandangan mereka tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, diantaranya adalah (Rahardja, 2008: 136):

1. Barang Modal

Agar ekonomi bertumbuh, stok barang modal harus ditambah. Penambahan barang stok dilakukan lewat investasi. Karena itu salah satu upaya pokok untuk meningkatkan investasi adalah menangani faktor-faktor yang memengaruhi tingkat investasi. Pertumbuhan ekonomi baru dimungkinkan jika investasi neto lebih besar daripada nol. Sebab, jika investasi neto sama dengan nol, perekonomian hanya dapat memproduksi

pada tingkat sebelumnya. Akan lebih baik lagi, jika penambahan kuantitas barang modal juga disertai peningkatan kualitas.

2. Tenaga Kerja

Peningkatan tenaga kerja umumnya sangat berpengaruh terhadap peningkatan *output*. Yang menjadi persoalan adalah sampai berapa banyak penambahan tenaga kerja akan terus meningkatkan *output*. Selama ada sinergi antara tenaga kerja dan teknologi penambahan tenaga kerja akan memacu pertumbuhan ekonomi. Akan tetapi, jumlah tenaga kerja yang dapat dilibatkan dalam proses produksi akan semakin sedikit bila teknologi yang digunakan makin tinggi. Timbullah imbang korban (*trade-off*) antara efisiensi produktivitas dan kesempatan kerja. Untuk meningkatkan *output* secara efisiensi pilihan yang rasional adalah teknologi padat modal. Harga dari pilihan tersebut adalah menciutnya kesempatan kerja.

3. Teknologi

Hampir dapat dipastikan bahwa penggunaan teknologi yang makin tinggi sangat memacu pertumbuhan ekonomi, jika hanya dilihat dari peningkatan *output*. Hal ini karena tujuan akhir pertumbuhan ekonomi adalah masyarakat yang adil dan sejahtera; bukan orang per orang. Akan ada imbang korban antara kemajuan teknologi dan kesempatan kerja. Lebih dari itu, kemajuan teknologi telah makin memperbesar ketimpangan ekonomi antar bangsa, utamanya bangsa-bangsa maju.

4. Uang

Uang bagi perekonomian memegang peranan dan fungsi sentral. Tidak heran makin banyak uang yang digunakan dalam proses produksi, makin besar *output* yang dihasilkan. Tetapi dengan jumlah uang yang sama, dapat dihasilkan *output* yang lebih besar jika penggunaannya efisien. Tingkat efisiensi penggunaan uang juga sangat ditentukan oleh efisiensi sistem perbankan.

5. Manajemen

Manajemen adalah peralatan yang sangat dibutuhkan untuk mengelola perekonomian modern, terutama bagi perekonomian yang

sangat mengandalkan mekanisme pasar. Sistem manajemen yang baik, terkadang jauh lebih berguna dibanding barang modal yang banyak, uang yang berlimpah dan teknologi yang tinggi. Ada perekonomian yang tidak terlalu mengandalkan teknologi tinggi, namun berkat manajemen yang baik, mampu mempertahankan tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi.

E. Hubungan UMKM dengan Pertumbuhan Ekonomi dan Pengangguran

UMKM memiliki peranan yang sangat penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara maju, Di Indonesia selain berperan dalam pertumbuhan dan pengembangan ekonomi, UMKM juga memiliki peranan penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Timbulnya usaha mikro menjadikan sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan menyerap tenaga kerja berarti UMKM mempunyai peran penting dalam membantu pemerintah dalam angka kemiskinan dan pengangguran (Tambunan, 2009:47).

BAB 5

LOKASI PENGEMBANGAN UMKM

A. Gambaran Umum Lokasi Pengembangan UMKM

1. Lokasi dan Keadaan Geografis

Lokasi yang dijadikan sasaran pengembangan UMKM dalam buku ini adalah Kabupaten Ogan Komering Ulu. Kabupaten ini merupakan salah satu dari 17 Kabupaten/Kota di Propinsi Sumatera Selatan yang berada di bagian Selatan dengan jarak sekitar 200 Km dari Ibu Kota Propinsi. Secara geografis Kabupaten Ogan Komering Ulu terletak di antara $103^{\circ}25'$ sampai dengan $104^{\circ}50'$ Bujur Barat (Grid UTM 9.655 Kilometer sampai dengan 9.799 Kilometer) dan $3^{\circ}40'$ sampai dengan $4^{\circ}55'$ Lintang Selatan (Grid UTM 320 Kilometer sampai dengan 404 Kilometer).

Luas wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Pembentukan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, Ogan Komering Ulu Selatan dan Ogan Ilir adalah 4.797,06 Km². Sementara menurut data Ogan Komering Ulu Dalam Angka (BPS) yang mengacu pada pemetaan BPN Kabupaten Ogan Komering Ulu, luas Kabupaten Ogan Komering Ulu meliputi 361.760 Ha. Dari dua data ini yang menjadi acuan dalam RPJMD Kabupaten Ogan Komering Ulu Tahun 2016–2021 ini adalah luas menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003. Berikut ini adalah peta Kabupaten Ogan Komering Ulu:



Gambar 4.1. Peta Kabupaten OKU

Kabupaten Ogan Komering Ulu merupakan dataran rendah dengan ketinggian rata-rata + 100 meter di atas permukaan laut, terletak pada posisi antara 103 40' Bujur Timur sampai dengan 104 33' Bujur Timur dan antara 3 45' sampai dengan 4 55' Lintang Selatan. Luas wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu, adalah berupa daratan seluas 4.797,06 km². Akhir tahun 2020, wilayah administrasi Kabupaten Ogan Komering Ulu terdiri dari 13 wilayah kecamatan. Luas daratan masing-masing kecamatan, yaitu: Lengkiti (512,93 km²), Sosoh Buay Rayap (385,30 km²), Pengandonan (543,61 km²), Semidang Aji (707,86 km²), Muara Jaya (26,32 km²), Ulu Ogan (597,37 km²), Peninjauan (725,92 km²), Lubuk Batang (724,81 km²), Sinar Peninjauan (84,94 km²), Kedaton Peninjauan Raya (183,31 km²), Baturaja Timur (110,22 km²), Lubuk Raja (69,42 km²) and Baturaja Barat (125,05 km²).

Tabel 4.1. Luas Kabupaten OKU Menurut Kecamatan, Ibukota Kecamatan dan Jarak Ke Ibukota Kecamatan

NO	KECAMATAN	LUAS (KM2)	IBUKOTA KECAMATAN	JARAK KE IBUKOTA KECAMATAN
1	Baturaja Barat	110,22	Tanjung Agung	1
2	Baturaja Timur	125,05	Kemala Raja	1
3	Sosoh Buay Rayap	385,30	Penyandingan	11
4	Pengandonan	543,61	Pengandonan	40
5	Peninjauan	725,92	Peninjauan	40
6	Semidang Aji	707,86	Ulak Pandan	27
7	Ulu Ogan	597,37	Mendingin	63
8	Lubuk Batang	724,81	Lubuk Batang Baru	12
9	Lengkiti	512,93	Tanjung Lengkayap	25
10	Lubuk Raja	69,42	Batumarta II	29
11	Sinar Peninjauan	84,94	Marga Bakti	49
12	Muara Jaya	26,32	Muara saeh	45
13	Kedaton Peninjauan Raya	183,31	Kedaton	55
	TOTAL	4797,06		

Sumber: OKU dalam Angka 2021

Kabupaten Ogan Komering Ulu terletak pada posisi yang cukup strategis karena dihubungkan oleh sistem jaringan jalan arteri primer Lintas Tengah Sumatera di Provinsi Sumatera Selatan. Sebagai wilayah yang ada di perlintasan, Kabupaten Ogan Komering Ulu menghubungkan kota-kota di Pulau Sumatera dengan kota-kota di Pulau Jawa. Selain itu, akses ke Kabupaten Ogan Komering Ulu selain menggunakan kendaraan roda empat dapat pula melalui Jaringan Kereta Api yang merupakan angkutan Barang dan Penumpang yang menghubungkan Kota Palembang–Baturaja–Tanjung Karang.

Wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu bagian utara berbatasan dengan Kabupaten Muara Enim dan Kabupaten Ogan Ilir, bagian timur berbatasan dengan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, bagian selatan berbatasan dengan Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan, dan bagian barat berbatasan dengan Kabupaten Muara Enim.

2. Kependudukan

Penduduk Kabupaten Ogan Komering Ulu berdasarkan Hasil SP2020 (September) ada sebanyak 367,6 ribu jiwa. Dibandingkan dengan

jumlah penduduk tahun 2010, penduduk Ogan Komering Ulu tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 1,27 persen. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2020 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 105,2, hal ini berarti dalam 100 penduduk perempuan terdapat 105 penduduk laki-laki. Kepadatan penduduk di Kabupaten Ogan Komering Ulu tahun 2020 mencapai 77 jiwa/km²

Tabel 4.2. Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk per tahun 2010-2020 Menurut Kecamatan Di Kabupaten OKU

NO	KECAMATAN	JUMLAH PENDUDUK (jiwa)	LAJU PERTUMBUHAN PENDUDUK (%)
1	Baturaja Barat	37 603	1,61
2	Baturaja Timur	104 488	1,44
3	Sosoh Buay Rayap	13 762	1,49
4	Pengandonan	10 220	1,20
5	Peninjauan	32 435	1,26
6	Semidang Aji	28 195	1,32
7	Ulu Ogan	89 65	0,29
8	Lubuk Batang	32 975	1,98
9	Lengkiti	25 032	(0,13)
10	Lubuk Raja	30 781	1,13
11	Sinar Peninjauan	22 978	1,10
12	Muara Jaya	7 438	1,18
13	Kedaton Peninjauan Raya	12 723	1,61
	TOTAL	367 603	100

Sumber: OKU dalam Angka 2021

3. Ketenagakerjaan

Jumlah Pencari Kerja Terdaftar di Kabupaten Ogan Komering Ulu Pada Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Ogan Komering Ulu pada Tahun 2019 sebesar 2 104 pekerja. Perbandingan pencari kerja perempuan lebih sedikit dibandingkan laki-laki, pada tahun 2018 terdaftar 923 perempuan dan 1 161 laki-laki pencari kerja terdaftar pada Dinas Tenaga Kerja.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten OKU, di tahun 2020 terdapat 193.892 jiwa penduduk yang masuk sebagai angkatan kerja. Diantaranya 182.248 jiwa penduduk bekerja dan sisanya 11.644 jiwa penduduk masuk sebagai pengangguran. Dari 70,5% tingkat partisipasi

angkatan kerja, terdapat 6,01% merupakan tingkat pengangguran. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3. Tingkat Partisipasi Kerja dan Tingkat Pengangguran di Kabupaten OKU tahun 2020

KEGIATAN UTAMA	JENIS KELAMIN		
	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	TOTAL
I. Angkatan Kerja	119 625	74 267	193 892
Bekerja	111 625	70 697	182 248
Pengangguran Terbuka	8 074	3 570	11 644
II. Bukan Angkatan Kerja	20 860	60 280	81 140
Sekolah	9 499	11 799	21 298
Mengurus RT	4 686	45 884	50 570
Lainnya	6 675	2 597	9 272
Jumlah	140 485	134 547	275 032
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja	85,15	55,20	70,50
Tingkat Pengangguran Terbuka	6,75	4,81	6,01

Sumber: OKU dalam Angka 2021

4. Pertanian, Perkebunan, dan Kehutanan

Pada tahun 2020 produksi terbesar tanaman sayuran adalah cabai besar 9.650 kuintal. Produksi terbesar tanaman buah-buahan adalah jeruk siam (61.918 kuintal). Laos adalah tanaman biofarmaka terbesar yaitu 4.500 kg. Sementara itu, tanaman hias tidak di produksi di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Terdapat banyak jenis tanaman yang diusahakan oleh perkebunan rakyat, baik tanaman perkebunan berumur pendek seperti nilam maupun perkebunan berumur panjang seperti karet, kelapa, kopi, lada, kakao dan lainnya. Hanya saja yang terbesar adalah kopi dan karet, sementara kelapa sawit diusahakan oleh perkebunan besar. Pada tahun 2020 di Kabupaten Ogan Komering Ulu, produksi tanaman karet sebesar 71,04 ribu ton dan kopi sebesar 18,67 ribu ton. Selain itu untuk kepala sawit diproduksi sebesar 28,66 ribu ton.

Sub-Sektor tanaman pangan merupakan salah satu sub-sektor pada sektor pertanian. Sub-sektor ini mencakup tanaman padi, jagung, ubi kayu, ubi jalar, kacang tanah, kacang hijau dan kacang kedelai. Untuk jenis tanaman palawija mencakup jagung, kedelai, kacang tanah, kacang hijau, ubi kayu dan ubi jalar. Dari ke enam komoditas palawija tersebut, luas

panen jagung paling tinggi yaitu sebesar 10.307 ha, ubi kayu 40 ha, kacang tanah sebesar 2 ha, ubi jalar sebesar 2 ha dan yang terkecil kacang hijau produksinya yaitu sebesar 1 ha.

Penggunaan lahan sawah untuk tanaman padi di Kabupaten Ogan Komering Ulu pada berbagai tipologi lahan seluas 9.016 Ha. Dari luasan tersebut yang telah dimanfaatkan untuk 1 kali tanam seluas 1.015 Ha dan 2 kali tanam seluas 4.619 Ha, sedangkan yang belum diusahakan seluas 3.382 Ha. Sementara untuk jumlah lahan pertanian bukan sawah yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pertanian tanaman pangan dan hortikultura di Kabupaten Ogan Komering Ulu seluas 464.602 Ha. Sementara lahan kering untuk permukiman, tegalan, dan ladang serta yang belum ditanami seluas 95.288 Ha. Dari luas tersebut yang terdiri dari lahan pekarangan 7.269 Ha, lahan ladang/huma 40.035 Ha, lahan tegalan/kebun 18.486 Ha dan lahan yang sementara tidak diusahakan 29.498 Ha. Potensi pengembangan persawahan mencapai luas 3.382 Ha terdiri dari tadah hujan 319 Ha dan pengembangan lahan rawa lebak 3.082 Ha.

Luas kawasan hutan di wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu mencapai 119.125 Ha atau 32,93% dari luas wilayah kabupaten, meliputi kawasan hutan lindung 55.698 ha atau sekitar 15,40% dan hutan produksi (HP) mencapai luas 55.267 Ha atau sekitar 11,51%. Hutan produksi yang ada di wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu adalah hutan produksi (HP). Lokasi HP ini terdapat di Kecamatan Lubuk Batang, Peninjauan, sebagian di Semidang Aji. Sedangkan kawasan hutan kering primer terdapat di Ulu Ogan, hutan kering sekunder terdapat di Lengkiti.

5. Industri dan Perdagangan

Sektor Industri merupakan salah satu sektor penting dalam membantu laju perekonomian oleh karena itu keberadaan industri sebagai salah satu pilar perekonomian di Kabupaten OKU telah memberi pengaruh dalam perekonomian daerah, walaupun secara demografi mata pencaharian sebagian besar penduduk adalah sebagai petani.

Perkembangan industri di Kabupaten OKU kurang menggembirakan, baik industri besar/ sedang maupun industri kecil/ rumah tangga. Sebagian besar industri yang berada di Kabupaten OKU adalah industri dengan skala menengah dan kondisi kecil dengan kondisi sebagian

besar masih relatif lemah dan kurang efisien. Industri besar yang ada di Kabupaten OKU adalah PT.Semen Baturaja, Tbk yang berlokasi di desa Sukajadi Kecamatan Baturaja Timur, dan industri pengolahan kelapa sawit yang dikelola oleh PT. Minga Ogan dan PT. Mitra Ogan.

Jumlah Industri kecil/rumah tangga yang terdaftar di Dinas Peridag dan Koperasi UKM Kabupaten OKU terus mengalami peningkatan sehingga dapat menciptakan lapangan kerja. Sehingga pada gilirannya dapat mengurangi angka pengangguran.

Kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten OKU dalam menangani perindustrian diarahkan pada peningkatan pertumbuhan industri dan kerajinan, produksi dan daya saing, penyerapan tenaga kerja serta menciptakan iklim usaha yang kondusif dan peningkatan pangsa pasar. Program-program yang dilaksanakan untuk memajukan industri di Kabupaten OKU adalah program pengembangan industri kecil, menengah dan bantuan (hibah). Melalui program pengembangan industri kecil dan menengah berusaha untuk meningkatkan keterampilan para pengusaha dan pengrajin. Sementara kebijakan pembangunan sektor industri, perdagangan dan koperasi UKM di Kabupaten OKU diarahkan pada penumbuhan, pembinaan dan pengembangan industri perdagangan kecil dan menengah serta koperasi.

Untuk meningkatkan perekonomian di Kabupaten OKU telah dilaksanakan pembangunan dan penataan lingkungan pasar Induk Baturaja, dan guna meningkatkan daya saing pasar tradisional telah dilakukan pembinaan unit pasar peninjauan, pasar ulak pandan, pasar tangsi lontar, pasar lengkayap, pasar lama dan pasar baru. Selanjutnya juga dilakukan upaya peningkatan pengawasan aktivitas perdagangan melalui kegiatan penerbitan tanda daftar perusahaan dan tanda daftar gudang, pengawasan terhadap peredaran minuman beralkohol, dan *monitoring* perkembangan harga dan stok barang, sembako dan barang strategi serta garam beryodium.

6. Pariwisata

Jumlah rumah makan/restoran di Kabupaten Ogan Komering Ulu pada tahun 2020 sebesar 143 dengan 75,52 persen berada di Kecamatan Baturaja Timur. Jumlah wisatawan asing pada tahun 2020 sebesar 0 orang

menurun 100 persen dari tahun 2019, untuk wisatawan domestik tahun 2020 sebesar 5.040 orang sehingga total wisatawan di Kabupaten Ogan Komering Ulu sebanyak 5.040 orang. Jumlah wisatawan domestik di tahun 2020 ini menurun sangat jauh dibandingkan jumlah wisatawan domestik pada tahun sebelumnya, pada tahun 2016 jumlah wisatawan domestik di kabupaten OKU sejumlah 10 419 wisatawan, terus meningkat hingga 13 142 wisatawan pada tahun 2019 namun di tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan dan Adalah satu penyebabnya adalah kondisi pandemi Covid-19. Kebanyakan tempat-tempat wisata di Kabupaten OKU merupakan tempat wisata alam namun ada juga beberapa objek wisata buatan. Total keseluruhan jumlah objek wisata di Kabupaten OKU terdapat 59 objek wisata yang tersebar di 13 kecamatan. Dari 59 objek wisata tersebut 46 merupakan objek wisata alam dan sisanya 13 objek wisata buatan.

Tabel 4.4. Jumlah Objek Wisata Menurut Kecamatan di Kabupaten OKU

NO	KECAMATAN	JUMLAH OBJEK WISATA		
		ALAM	BUATAN	JUMLAH
1	Baturaja Barat	11	2	13
2	Baturaja Timur	10	4	14
3	Sosoh Buay Rayap	2	1	3
4	Pengandonan	3	1	4
5	Peninjauan	0	1	1
6	Semidang Aji	6	0	6
7	Ulu Ogan	2	2	4
8	Lubuk Batang	4	0	4
9	Lengkiti	7	0	7
10	Lubuk Raja	0	1	1
11	Sinar Peninjauan	1	1	2
12	Muara Jaya	0	0	0
13	Kedaton Peninjauan Raya	0	0	0
	TOTAL	46	13	59

Sumber: OKU dalam Angka 2021

7. Transportasi dan Komunikasi

Dinas Pekerjaan Umum sebagai perwakilan pemerintah dalam mengatur dan memantau pembangunan dan peningkatan sarana jalan dan jembatan telah berusaha melakukan penambahan panjang jalan setiap

tahunnya. Pada tahun 2020, sepanjang jalan di Kabupaten Ogan Komering Ulu mencapai 1.031,125 km. Dari Seluruh panjang jalan tersebut 32,73 persen dalam kondisi baik dan 49,38 persen jenis permukaan jalan tanah. Kendaraan bermotor di Kabupaten Ogan Komering Ulu pada tahun 2020 sebanyak 200 ribu kendaraan yang didominasi oleh sepeda motor dengan total 164 ribu sepeda motor atau 82.18% dari total kendaraan bermotor.

8. Sistem Neraca Nasional

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) adalah kumulatif nilai tambah bruto dari seluruh lapangan usaha. Namun dari hitungan–hitungan tersebut PDRB dapat diartikan sebagai kemampuan suatu wilayah untuk menghasilkan barang dan jasa dari seluruh kegiatan ekonomi yang ada, karenanya PDRB merupakan cerminan perekonomian suatu wilayah. Di mana PDRB atas dasar harga berlaku dapat digunakan untuk melihat struktur ekonomi sedangkan PDRB atas dasar harga konstan digunakan untuk melihat pertumbuhan ekonomi. PDRB atas dasar harga berlaku Kabupaten Ogan Komering Ulu tahun 2020 terhitung sebesar 14.832,94 miliar rupiah. Angka tersebut menggambarkan besarnya nilai tambah barang dan jasa yang dihitung dengan harga di tahun 2020. Sedangkan untuk PDRB atas dasar harga konstan sebesar 9.866,72 miliar rupiah. Pada tahun 2020, laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Ogan Komering Ulu sebesar (0,01) persen. Laju pertumbuhan ekonomi ini mengalami perlambatan dari tahun-tahun sebelumnya. Berikut ini adalah Laju pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan 2010 menurut lapangan usaha di Kabupaten OKU.

Tabel 4.5. Laju Pertumbuhan PDRB Kabupaten OKU Tahun 2016-2020

Lapangan Usaha	2016	2017	2018	2019	2020
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
A Pertanian, Kehutanan dan perikanan	(1,14)	(2,58)	(0,62)	0,19)	9,98
B Pertambangan dan Penggalian	1,58	1,94	3,23	4,54	(2,42)
C Industri Pengolahan	9,15	9,87	10,07	10,80	0,21
D Pengadaan Listrik dan Gas	15,28	16,36	13,85	14,47	15,98
E Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur ulang	1,02	1,13	3,11	3,46	3,39
F Konstruksi	6,30	7,92	5,60	5,98	0,02

Lapangan Usaha		2016	2017	2018	2019	2020
(1)		(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
G	Perdagangan Besar dan Eceran	8,93	9,00	9,05	9,88	(1,58)
H	Transportasi dan Pergudangan	7,15	7,37	7,83	8,20	(6,43)
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	10,40	10,50	12,83	13,95	(4,48)
J	Informasi dan Komunikasi	6,78	6,93	7,58	8,04	14,95
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	7,38	6,45	4,09	2,75	2,03
L	Real Estate	8,18	3,23	8,20	8,61	1,53
M,N	Jasa Perusahaan	6,08	6,03	6,85	9,15	(2,63)
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial	0,49	0,91	2,91	3,17	3,70
P	Jasa Pendidikan	1,50	1,21	2,98	3,17	3,27
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,30	1,19	2,29	2,57	9,83
R,S,T,U	Jasa Lainnya	1,11	1,01	2,05	2,17	5,21
PDRB		3,96	4,06	4,88	5,66	(0,01)

Sumber: OKU dalam Angka 2021

B. Gambaran Umum UMKM Kabupaten OKU

Kementerian Koperasi dan UKM RI melaporkan bahwa UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62.9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia (2017), sementara usaha besar hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit. Usaha Mikro menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%), Usaha Kecil 5,7 juta (4,74%), dan Usaha Menengah 3,73 juta (3,11%); sementara Usaha Besar menyerap sekitar 3,58 juta jiwa. Artinya secara gabungan UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, sementara Usaha Besar hanya menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja nasional.

1. Kriteria UMKM

Di Indonesia Undang-Undang yang mengatur tentang UMKM adalah UU No. 20/2008, dalam UU tersebut UMKM dijelaskan sebagai: *“perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.”* Berikut kriteria kekayaan dan pendapatan di dalam UU tersebut.

Table 4.6. Kreteria UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omzet

Jenis usaha	Aset	Omzet
Usaha mikro	Maksimum Rp 50 juta	Maksimum Rp 300 juta
Usaha kecil	Lebih dari Rp 50 juta-Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta-Rp 2,5 miliar
Usaha menengah	lebih dari Rp 500 juta-Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 2,5miliar-Rp 50 miliar
Usaha Besar	lebih dari RP 10 Miliar	Lebih dari 50 Miliar

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Usaha dapat dikategorikan ke dalam Usaha Mikro apabila memiliki aset maksimal Rp 50 juta dan omzet maksimal Rp 300 juta per tahun atau sekitar Rp1.000.000 per hari (asumsi beroperasi aktif selama 300 hari/tahun); sementara batas atas omzet untuk Usaha Kecil adalah sekitar Rp8,3 juta per hari; dan batas atas omzet Usaha Menengah adalah sekitar Rp167juta per hari. Kini kita dapat menentukan sendiri apakah usaha yang kita jalankan termasuk dalam usaha skala mikro, kecil, atau menengah dengan merujuk pada kriteria UMKM di atas.

2. Bidang Usaha UMKM

Jumlah UMKM sangat banyak. Jika dibandingkan dengan jumlah unit Usaha Besar yang hanya sekitar 5.000 unit, maka jumlah UMKM lebih dari 10.000 kali lebih banyak. Berdasarkan paparan dari perwakilan BPS di suatu FGD yang pernah diselenggarakan bersama Kementerian Koperasi dan UKM RI (pada 31 Oktober 2017), disampaikan bahwa secara umum bidang usaha UMKM dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu Pertanian dan Non-Pertanian. Jumlah usaha di kelompok Pertanian dihitung melalui Sensus Pertanian 2013 (bukan survei); sementara yang non-pertanian dihitung melalui Sensus Ekonomi 2016.

Kondisi ini membuat perhitungan total jumlah UMKM menjadi agak membingungkan, karena tidak bisa jumlah angka usaha pertanian (2013) ditambahkan dengan jumlah usaha non-pertanian (2016). Terlebih, pada Sensus Ekonomi 2016, BPS mengategorikan publikasi datanya ke dalam 2 kelompok: Usaha Mikro Kecil (UMK) dan Usaha Menengah

Besar (UMB); jadi kita tidak bisa mengetahui rincian per skala mikro, kecil, menengah, dan besar. Untuk melakukan ini mungkin butuh akses ke *database* mentah hasil Sensus Ekonomi 2016 tersebut.

Dari hasil Sensus Pertanian BPS 2013, kita bisa mengetahui bahwa jumlah Rumah Tangga Usaha Pertanian adalah 26.135.469 unit; diantaranya ada 0.016% atau sekitar 4200 unit yang sudah berbadan hukum. Sementara berdasarkan hasil Sensus Ekonomi BPS 2016, diketahui bahwa jumlah UMK adalah 26.263.649 unit, sementara jumlah UMB adalah 447.352 unit. Bagaimana mengenai Bidang usahanya? Berikut kami sajikan distribusi Bidang Usaha untuk UMK. Berikut ini merupakan 3 bidang usaha UMK non-pertanian yang jumlah pelaku usahanya menempati urutan teratas dalam perekonomian nasional:

a. Perdagangan besar & eceran

Usaha di bidang perdagangan besar dan eceran adalah penjualan barang tanpa adanya proses mengubah bentuk produk yang diperdagangkan, kecuali sebagai kegiatan penyortiran atau pengemasan ulang. Contohnya adalah pedagang buah-buahan yang membeli buah dalam skala besar (truk) untuk dijual kembali secara eceran (kiloan); atau distributor kripik yang mengumpulkan kripik yang diproduksi oleh beberapa ibu rumah tangga, untuk kemudian dikemas, diberi label, dan dijual secara eceran pula.

b. Penyediaan akomodasi & penyediaan makan minum

Usaha akomodasi dan penyediaan makan minum mencakup jenis usaha restoran, rumah makan, jasa boga (katering), pusat penjualan makanan (*food court*), kafe dll. Usaha katering yang melayani penyediaan makanan untuk acara atau kebutuhan logistik (misalnya pengadaan makanan atau snack untuk pesawat terbang, kereta api, kapal, dll) juga termasuk ke dalam kategori ini.

c. Industri pengolahan

Industri pengolahan meliputi berbagai kegiatan produksi yang mengubah bentuk bahan baku/mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang siap digunakan atau dikonsumsi. Misalnya industri kain yang mengubah kapas menjadi kain; atau industri konveksi yang

mengubah bentuk kain menjadi berbagai jenis pakaian; atau industri minuman dalam kemasan yang mengubah berbagai jenis buah menjadi minuman jus di dalam botol yang siap dikonsumsi. Adapun di kategori Industri Pengolahan ini (manufaktur), terdapat sekitar 3.4 juta pelaku UMKM (BPS, 2015), yang mayoritas bergerak di 5 bidang Industri, yaitu Makanan dan Minuman (44.9%); Kerajinan Kayu dan anyaman (19.9%); Tekstil dan pakaian jadi (14.4%); Barang galian bukan logam seperti industri tepung, mika, dll (6.9%); dan furnitur (3.5%).

3. Kontribusi Terhadap Perekonomian

Secara gabungan, skala kegiatan ekonomi UMKM memberikan kontribusi sekitar 60% terhadap total Pendapatan Domestik Bruto Indonesia. Pada 2017 lalu PDB Indonesia sekitar Rp13600 triliun. Dengan demikian, artinya total pendapatan UMKM adalah sekitar Rp8160 triliun! Usaha Mikro menyumbang sekitar Rp5000 triliun per tahun, Usaha Kecil Rp1300 triliun, Usaha Menengah sekitar Rp1800 triliun; dan Usaha Besar sekitar Rp5400 triliun.

Jika dibandingkan dengan batas atas kriteria omzetnya, rata-rata omzet Usaha Mikro saat ini hanya sekitar 25% dari batas atas omzet Rp300 juta; Usaha Kecil 65%, dan Usaha Menengah 59%. Hal ini seakan menyiratkan bahwa produktivitas Usaha Mikro masih jauh lebih rendah daripada Usaha Kecil maupun Menengah yang membuatnya secara umum lebih rapuh dan mungkin saja mudah tergilas oleh tekanan persaingan. Mau tidak mau memang harus ada pendampingan melekat dan terstruktur agar Usaha Mikro dapat meningkatkan efisiensi produksi, produktivitas, dan daya tahannya dalam menghadapi persaingan. Di sisi lain, pelaku Usaha Mikro juga perlu membuka diri terhadap kebaruan teknologi, khususnya dalam memanfaatkan berbagai solusi digital yang dapat memperluas pasar sekaligus menekan berbagai biaya produksi.

Jumlahnya yang sangat-sangat banyak dan besarnya perannya dalam menyediakan lapangan pekerjaan bagi wong cilik yang secara umum tidak berpendidikan tinggi, membuat peran keseluruhan UMKM-khususnya Usaha Mikro-bagi perekonomian amatlah penting! Apakah bisa kita membayangkan betapa *chaos*-nya Indonesia jika puluhan juta pelaku Usaha Mikro tersebut tiba-tiba mogok berhenti berusaha dan

mempekerjakan dirinya sendiri, dan menuntut Usaha Besar atau pemerintah memberi mereka pekerjaan?

Pada era ekonomi bebas atau yang di sebut pasar bebas Asian yang sedang berlangsung di Indonesia membuat perekonomian kian cepat dan memerlukan pemasaran yang cepat, dengan demikian di sektor perekonomian di perlukan sebuah terobosan atau cara baru untuk mampu bersaing dengan negara lain yang perekonomiannya lebih maju dan kuat. Di sektor pemerintah sudah memulai dengan berbagai cara salah satunya dengan meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Perpres No. 99 tahun 1998 UMKM adalah Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil. UMKM sering juga di samakan dengan konsep ekonomi rakyat. Sarbini Sumawinata (2004, h. 161) mengatakan Konsep ekonomi kerakyatan adalah gagasan tentang cara, sifat, dan tujuan pembangunan dengan sasaran utama perbaikan nasib rakyat yang pada umumnya bermukim di pedesaan. Konsep ini mengadakan perubahan penting ke arah kemajuan, khususnya ke arah pendobrakan halangan yang membelenggu sebagian besar rakyat Indonesia dalam keadaan serba kekurangan dan keterbelakangan”. Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2017 jumlah UMKM di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,34%, Dari sisi tenaga kerja, UMKM mampu menyerap tenaga kerja hingga 57,9 juta yang berarti 97,22% di berbagai 2 daerah di Indonesia. Ini artinya sektor UMKM mempunyai peluang yang besar untuk membangun perekonomian dalam negeri bahkan dalam sejarah terbukti UMKM dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 1998.

Di Kabupaten OKU, sektor Industri merupakan salah satu sektor penting dalam membantu laju perekonomian oleh karena itu keberadaan industri sebagai salah satu pilar perekonomian yang telah memberi pengaruh dalam perekonomian daerah, walaupun secara demografi mata pencaharian sebagian besar penduduk adalah sebagai petani. Jumlah Industri kecil/rumah tangga yang terdaftar di Dinas Perindag dan Koperasi UKM Kabupaten OKU terus mengalami peningkatan sehingga dapat menciptakan lapangan kerja. Sehingga pada gilirannya dapat mengurangi angka pengangguran.

Kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten OKU dalam menangani perindustrian diarahkan pada peningkatan pertumbuhan industri dan kerajinan, produksi dan daya saing, penyerapan tenaga kerja serta menciptakan iklim usaha yang kondusif dan peningkatan pangsa pasar. Program-program yang dilaksanakan untuk memajukan industri di Kabupaten OKU adalah program pengembangan industri kecil, menengah dan bantuan (hibah). Melalui program pengembangan industri kecil dan menengah berusaha untuk meningkatkan keterampilan para pengusaha dan pengrajin. Sementara kebijakan pembangunan sektor industri, perdagangan dan koperasi UKM di Kabupaten OKU diarahkan pada penumbuhan, pembinaan dan pengembangan industri perdagangan kecil dan menengah serta koperasi.

BAB 6

PENERAPAN ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM

A. Hasil Analisis Statistik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat tingkat kenormalan data yang digunakan, apakah data berdistribusi normal atau tidak tingkat kenormalan data sangat penting, karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dapat dianggap sesuai dengan data. Dalam SPSS metode uji normalitas yang sering digunakan adalah uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut hasil uji normalitas.

Tabel 5.1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		9
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.10144112
Most Extreme Differences	Absolute	.179
	Positive	.179
	Negative	-.155
Kolmogorov-Smirnov Z		.536
Asymp. Sig. (2-tailed)		.936
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data sekunder, 2021 (diolah)

Berdasarkan pada tabel 5.1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebesar 0,936, karena Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05, artinya data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi normal.

2. Analisis Korelasi *Pearson Product Moment (PPM)*

a. Hubungan Secara Parsial

Teknik analisis Korelasi PPM termasuk teknik statistik parametrik yang menggunakan interval data dan rasio dengan persyaratan tertentu. Contoh data dipilih secara acak (random): datanya berdistribusi normal, data yang disetujui berpola linier, dan data yang disetujui memiliki pasangan yang sesuai dengan subjek yang sama. Dalam bagian ini, akan membahas mengenai hubungan Jumlah UMKM, Modal Kerja dan Investasi, Omzet dan Penyerapan Tenaga Kerja dengan Pertumbuhan Ekonomi. Hasil analisis korelasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel. 5.2. Hasil Analisis Korelasi Parsial

		Ln_X1	Ln_X2	Ln_X3	Ln_X4	Ln_Y
Ln_X1	Pearson Correlation	1	.955**	.950**	.995**	-,094
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,810
	N	10	10	10	10	9
Ln_X2	Pearson Correlation	.955**	1	1.000**	.977**	,080
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,838
	N	10	10	10	10	9
Ln_X3	Pearson Correlation	.950**	1.000**	1	.974**	,071
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,856
	N	10	10	10	10	9
Ln_X4	Pearson Correlation	.995**	.977**	.974**	1	-,139
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,721
	N	10	10	10	10	9
Ln_Y	Pearson Correlation	-,094	,080	,071	-,139	1
	Sig. (2-tailed)	,810	,838	,856	,721	
	N	9	9	9	9	9

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data sekunder, 2021 (diolah)

Berdasarkan tabel 5.2. korelasi *Pearson Product Moment (PPM)*, koefisien korelasi antara Jumlah UMKM (X_1) dengan Pertumbuhan Ekonomi (Y) sebesar -0,094, karena koefisien korelasinya sebesar 0,094 dan koefisien korelasi tersebut berada di bawah *range* 0,60-0,799 maka hubungan antara keduanya tidak kuat dan bertanda negatif, Tanda negatif menunjukkan hubungannya berlawanan artinya semakin meningkat jumlah UMKM maka pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

akan menurun. Kemudian koefisien korelasi untuk Omzet (X_2) dengan Pertumbuhan Ekonomi (Y) sebesar 0,071, karena koefisien korelasi tersebut berada di bawah *range* 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Omzet dengan Pertumbuhan Ekonomi tidak kuat dan memiliki hubungan yang positif. Hubungan positif artinya hubungannya searah artinya semakin meningkat Omzet maka Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu akan meningkat.

Selanjutnya koefisien korelasi untuk Modal Kerja dan Investasi (X_3) dengan Pertumbuhan Ekonomi (Y) sebesar 0,080, karena koefisien korelasi tersebut berada di bawah *range* 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Modal Kerja dan Investasi dengan Pertumbuhan Ekonomi tidak kuat dan memiliki hubungan yang positif. Hubungan positif artinya hubungannya searah artinya semakin meningkat Modal Kerja dan Investasi maka Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu akan meningkat. Kemudian koefisien korelasi untuk Penyerapan Tenaga Kerja (X_4) dengan Pertumbuhan Ekonomi (Y) sebesar 0,139, karena koefisien korelasi tersebut berada di bawah *range* 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Penyerapan Tenaga Kerja dengan Pertumbuhan Ekonomi tidak kuat dan memiliki hubungan yang negatif. Hubungan negatif artinya hubungannya berlawanan artinya semakin meningkat Penyerapan Tenaga Kerja maka Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu akan menurun.

Koefisien korelasi antara Jumlah UMKM (X_1) dengan Omzet (X_2) sebesar 0,950, karena koefisien korelasi tersebut berada di atas *range* 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Jumlah UMKM dengan Omzet adalah sangat kuat dan memiliki hubungan yang positif. Hubungan positif artinya hubungannya searah artinya semakin meningkat jumlah UMKM maka Omzet UMKM di Kabupaten OKU akan meningkat. Selanjutnya koefisien korelasi antara Jumlah UMKM (X_1) dengan Modal Kerja dan Investasi (X_3) sebesar 0,955, karena koefisien korelasi tersebut berada di atas *range* 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Jumlah UMKM dengan Modal Kerja dan Investasi adalah sangat kuat dan memiliki hubungan yang positif. Hubungan positif artinya

hubungannya searah yaitu semakin meningkat Jumlah UMKM maka Modal kerja dan Investasi di Kabupaten OKU akan meningkat.

Selanjutnya koefisien korelasi antara Jumlah UMKM (X_1) dengan Penyerapan Tenaga Kerja (X_4) sebesar 0,995, karena koefisien korelasi tersebut berada di atas *range* 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Jumlah UMKM dengan Penyerapan Tenaga Kerja adalah sangat kuat dan memiliki hubungan yang positif. Hubungan positif artinya hubungannya searah artinya semakin meningkat jumlah UMKM maka Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten OKU akan meningkat. Selanjutnya koefisien korelasi Omzet (X_2) dengan Modal Kerja dan Investasi (X_3) sebesar 1,000, karena koefisien korelasi tersebut berada di atas *range* 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Omzet dengan Modal Kerja dan Investasi adalah sangat kuat serta memiliki hubungan yang positif. Hubungan positif artinya hubungannya searah artinya semakin meningkat omzet maka modal kerja dan investasi di kabupaten OKU akan meningkat. Selanjutnya Koefisien korelasi untuk variabel Omzet (X_2) dengan Penyerapan Tenaga Kerja (X_4) sebesar 0,974, karena koefisien korelasi tersebut berada di atas *range* 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Omzet dengan Penyerapan Tenaga Kerja adalah sangat kuat dan memiliki hubungan yang positif. Hubungan positif artinya hubungannya searah artinya semakin meningkat Omzet maka penyerapan tenaga kerja di kabupaten OKU akan meningkat. Terakhir koefisien korelasi untuk Modal Kerja dan Investasi (X_3) dengan variabel penyerapan tenaga kerja (X_4) sebesar 0,977, karena koefisien korelasi tersebut berada di atas *range* 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara modal kerja dan investasi dengan penyerapan tenaga kerja adalah sangat kuat dan memiliki hubungan yang positif. Hubungan positif artinya hubungannya searah artinya semakin meningkat modal kerja dan investasi maka Penyerapan Tenaga Kerja di kabupaten OKU akan meningkat.

b. Hubungan Secara Simultan

Untuk melihat nilai hubungan secara simultan antara jumlah UMKM (X_1), omzet (X_2), Modal Kerja dan investasi (X_3) dan penyerapan

tenaga kerja (X_4) dengan Pertumbuhan ekonomi (Y), dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.3. Hasil Analisis Korelasi Simultan

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.878 ^a	.770	.632	.12831	.770	5,581	3	5	.047

a. Predictors: (Constant), Ln_X4, Ln_X2, Ln_X1

Sumber: Data sekunder, 2021 (diolah)

Berdasarkan tabel 5.3 korelasi secara simultan antara jumlah UMKM (X_1), Omzet (X_2), Modal Kerja dan Investasi (X_3) dan Penyerapan Tenaga Kerja (X_4) dengan Pertumbuhan ekonomi (Y), 1 dengan nilai 0,878, karena koefisien korelasi secara simultan tersebut berada di *range* 0,810-1,000, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara jumlah UMKM (X_1), Omzet (X_2), Modal Kerja dan Investasi (X_3) dan Penyerapan Tenaga kerja (X_4) dengan Pertumbuhan ekonomi (Y), adalah sangat kuat dan memiliki hubungan yang positif. Hubungan yang positif artinya hubungannya searah artinya semakin meningkat jumlah UMKM (X_1), Omzet (X_2), Modal Kerja dan Investasi (X_3) dan Penyerapan Tenaga Kerja (X_4) secara bersama-sama maka Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu akan meningkat.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Individu (Parsial)

a. Uji signifikan antara Jumlah UMKM (X_1) dengan Pertumbuhan Ekonomi (Y)

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut:

Ho: $r_{x_1y} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Ha: $r_{x1y} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output correlation* tabel 5.2 nilai *Sig (2-Tailed)* sebesar 0.810 kemudian dibandingkan dengan α (Alpha) sebesar 0,05. Karena nilai *Sig (2-Tailed)* (0,810) > α (Alpha) (0,05) maka H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak ada hubungan signifikan antara jumlah UMKM dengan pertumbuhan ekonomi di kabupaten Ogan Komering Ulu.

b. Uji signifikan antara Omzet (X_2) dengan Pertumbuhan Ekonomi (Y) di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut:

Ho: $r_{x2,y} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara Omzet dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Ha: $r_{x2,y} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara Omzet dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output correlation* tabel 5.2 nilai *Sig (2-Tailed)* sebesar 0.856 kemudian dibandingkan dengan α (Alpha) sebesar 0,05. Karena nilai *Sig (2-Tailed)* (0.856) > α (Alpha) (0,05) maka H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak ada hubungan signifikan antara Omzet dengan Pertumbuhan Ekonomi di kabupaten Ogan Komering Ulu.

c. Uji signifikan antara Modal Kerja dan Investasi (X_3) dengan Pertumbuhan Ekonomi (Y) di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut:

Ho: $r_{x3,y} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara modal kerja dan investasi dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Ha: $r_{x3,y} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara modal kerja dan investasi dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output correlation* tabel 5.2 nilai *Sig (2-Tailed)* sebesar 0.838 kemudian dibandingkan dengan α (Alpha) sebesar 0,05. Karena nilai *Sig (2-Tailed)* (0,838) > α (Alpha) (0,05) maka H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak ada hubungan signifikan antara Modal Kerja dan Investasi dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

d. Uji signifikan antara Penyerapan Tenaga Kerja (X_4) dengan Pertumbuhan Ekonomi (Y) di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut:

$H_0: r_{x_4,y} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara Penyerapan Tenaga Kerja dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

$H_a: r_{x_4,y} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara Penyerapan Tenaga Kerja dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output correlation* tabel 5.2 nilai *Sig (2-Tailed)* sebesar 0.721 kemudian dibandingkan dengan α (Alpha) sebesar 0,05. Karena nilai *Sig (2-Tailed)* (0.721) > α (Alpha) (0,05) maka H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak ada hubungan signifikan antara Penyerapan Tenaga Kerja dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

e. Uji signifikan antara jumlah UMKM (X_1) dengan Omzet (X_2) di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut:

$H_0: r_{x_1,x_2} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM dengan Omzet di Kabupaten Ogan Komering Ulu

$H_a: r_{x_1,x_2} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM dengan Omzet di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output correlation* tabel 5.2 nilai *Sig (2-Tailed)* sebesar 0.000 kemudian dibandingkan dengan α (Alpha) sebesar 0,05. Karena nilai *Sig (2-Tailed)* (0.000) < α (Alpha) (0,05) maka H_0 ditolak, H_a diterima

artinya ada hubungan signifikan antara jumlah UMKM dengan omzet di kabupaten Ogan Komering Ulu.

f. Uji signifikan antara Jumlah UMKM (X_1) dengan Modal Kerja dan Investasi (X_3) di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut:

Ho: $r_{x_1,x_3} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM dengan Modal Kerja dan Investasi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Ha: $r_{x_1,x_3} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM dengan Modal kerja dan Investasi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output correlation* tabel 5.2 nilai *Sig (2-Tailed)* sebesar 0.000 kemudian dibandingkan dengan α (Alpha) sebesar 0,05. Karena nilai *Sig (2-Tailed)* (0.000) < α (Alpha) (0,05) maka Ho ditolak, Ha diterima artinya ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM dengan Modal Kerja dan Investasi di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

g. Uji signifikan antara jumlah UMKM (X_1) dengan Penyerapan Tenaga Kerja (X_4) di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut:

Ho: $r_{x_1,x_4} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM dengan Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Ha: $r_{x_1,x_4} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM dengan Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output correlation* tabel 5.2 nilai *Sig (2-Tailed)* sebesar 0.000 kemudian dibandingkan dengan α (Alpha) sebesar 0,05. Karena nilai *Sig (2-Tailed)* (0.000) < α (Alpha) (0,05) maka Ho ditolak, Ha diterima artinya ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM dengan Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

h. Uji signifikan antara Omzet (X_2) dengan Modal Kerja dan Investasi (X_3) di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut:

Ho: $r_{x_2,x_3} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara Omzet dengan Modal Kerja dan Investasi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Ha: $r_{x_2,x_3} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara Omzet dengan Modal Kerja dan Investasi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output correlation* tabel 5.2 nilai *Sig (2-Tailed)* sebesar 0.000 kemudian dibandingkan dengan α (Alpha) sebesar 0,05. Karena nilai *Sig (2-Tailed)* (0.000) < α (Alpha) (0,05) maka Ho ditolak, Ha diterima artinya ada hubungan signifikan antara Omzet dengan Modal Kerja dan Investasi di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

i. Uji signifikan antara Omzet (X_2) dengan Penyerapan Tenaga Kerja (X_4) di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut:

Ho: $r_{x_2,x_4} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara Omzet dengan Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Ha: $r_{x_2,x_4} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara Omzet dengan Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output correlation* tabel 5.2 nilai *Sig (2-Tailed)* sebesar 0.000 kemudian dibandingkan dengan α (Alpha) sebesar 0,05. Karena nilai *Sig (2-Tailed)* (0.000) < α (Alpha) (0,05) maka Ho ditolak, Ha diterima artinya ada hubungan signifikan antara Omzet dengan Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

j. Uji signifikan antara Modal Kerja dan Investasi (X₃) dengan Penyerapan Tenaga Kerja (X₄) di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut:

Ho: $r_{x_2, x_4} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara Modal Kerja dan Investasi dengan Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Ha: $r_{x_2, x_4} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara Modal Kerja dan Investasi dengan Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output correlation* tabel 5.2 nilai *Sig (2-Tailed)* sebesar 0.000 kemudian dibandingkan dengan α (Alpha) sebesar 0,05. Karena nilai *Sig (2-Tailed)* (0.000) < α (Alpha) (0,05) maka Ho ditolak, Ha diterima artinya ada hubungan signifikan antara Modal Kerja dan Investasi dengan Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

4. Uji Signifikansi Keseluruhan (simultan)

Uji signifikan secara simultan antara Jumlah UMKM (X₁), Omzet (X₂), Modal Kerja dan Investasi (X₃) dan Penyerapan Tenaga Kerja (X₄) dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu dapat dilihat pada tabel 5.3 korelasi *Pearson Product Moment (PPM)*, dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho: $R_{y_{x_1 x_2 x_3 x_4}} = 0$, artinya tidak ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM (X₁), Omzet (X₂), Modal Kerja dan Investasi (X₃), dan Penyerapan Tenaga Kerja (X₄) dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Ha: $R_{y_{x_1 x_2 x_3 x_4}} \neq 0$, artinya ada hubungan signifikan antara Jumlah UMKM (X₁), Omzet (X₂), Modal Kerja dan Investasi (X₃) dan Penyerapan Tenaga Kerja (X₄) dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Berdasarkan *output ANOVA* dengan nilai probabilitas ($\text{Sig. } F_{\text{Change}}$) = 0,047 karena nilai $\text{Sig. } F_{\text{Change}} < \alpha$ atau $0.047 < 0,05$ maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan secara simultan Jumlah UMKM (X_1), Omzet (X_2), Modal Kerja dan Investasi (X_3) dan Penyerapan Tenaga Kerja (X_4) dengan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu

B. HASIL ANALISIS SWOT

1. KLASSTER KULINER

Matriks IFAS-EFAS

Dalam menentukan strategi yang dilakukan dalam pengembangan UMKM di era Pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu, maka terlebih dahulu dilakukan analisis faktor lingkungan internal (IFAS) berupa kekuatan (*Streight*) dan Kelemahan (*Weakness*) serta faktor eksternal (EFAS) berupa peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Treats*) seperti terdapat dalam Tabel 5.4.

Tabel 5.4. Tabel Bobot Rating Kluster Kuliner

No	Uraian	Bobot	Rating	Total
	STRATEGI INTERNAL			
1	a. Kekuatan (<i>Streight</i>)			
	Produk yang berkualitas dan inovasi produk	0,16	5	0,78
	Tempat strategis	0,13	4	0,50
	Memiliki segmen pasar dan target pasar	0,13	4	0,50
	Harga bersaing	0,13	4	0,50
	b. Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
	Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran	0,13	4	0,50
	Pengemasan produk yang kurang menarik	0,09	3	0,28
	Modal terbatas	0,13	4	0,50
	Perizinan yang belum lengkap	0,13	4	0,50
	JUMLAH	1,00	32	4,06
	STRATEGI EKSTERNAL			
	a. Peluang (<i>Opportunity</i>)			
	Bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan	0,16	5	0,78

	sudah dikenal dengan hasil khas	0,13	4	0,50
	Menciptakan produk-produk baru	0,13	4	0,50
	Penjualan produk bisa dilakukan secara online	0,16	5	0,78
	b. Ancaman (<i>Treats</i>)			
	Daya saing dengan usaha sejenis	0,13	4	0,50
	Daya saing antara <i>online seller</i>	0,09	3	0,28
	Keadaan ekonomi yang tidak stabil	0,13	4	0,50
	Promosi yang tidak menarik	0,09	3	0,28
	JUMLAH	1,00	32	4,13

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa faktor utama internal tertinggi pada item kekuatan (*streght*) adalah produk yang berkualitas dan inovasi produksi dengan rating 5. Sementara pada item kelemahan (*weakness*) ada tiga yakni kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran, modal terbatas, perizinan yang belum lengkap. Hasil analisis matriks IFAS pada strategi pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU yang mencakup (kekuatan-kelemahan) yaitu dengan jumlah skor 4,06, yang berarti UMKM kluster kuliner mempunyai kekuatan dan kelemahan baik.

Sementara pada faktor lingkungan eksternal (EFAS), faktor utama eksternal yang tertinggi pada item peluang (*opportunity*) ada dua yakni bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan, serta penjualan produk bisa dilakukan secara online. Faktor utama eksternal pada item ancaman (*treats*) juga ada dua yakni daya saing dengan usaha sejenis dan keadaan ekonomi yang tidak stabil.

Analisis matriks EFAS pada strategi pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU yang mencakup (Peluang-Ancaman) yaitu dengan jumlah skor 4,13 yang berarti UMKM cluster kuliner mempunyai peluang –ancaman baik, sehingga pemilik terus mengembangkan bisnis kulinernya agar dapat bersaing dengan baik.

GRAND STRATEGI

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa skor IFAS (bobot x rating) = 4,06 dan skor EFAS (bobot x rating) = 4,13.

Dari skor tersebut jika dilihat dari diagram matriks internal-eksternal maka posisi strategi pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU berada pada sel 1 yakni pertumbuhan dengan strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal. Diagram matriks dapat dilihat pada Tabel 5.5.

Tabel 5.5. Diagram Matriks Grand Strategi Kluster Kuliner

		Tinggi 3,00 Rata-rata 2,00 Lemah 1,00		
Tinggi Rata-rata Lemah	4,00	I PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal	II PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal	III PERTUMBUHAN Strategi putar haluan
	3,00	IV. STABILITAS Strategi hati-hati	V. PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal	VI PENCIUTAN Strategi divestasi
	2,00	VII PERTUMBUHAN Strategi diversifikasi konsentrasi	VIII PERTUMBUHAN Strategi diversifikasi konsentrasi	IX. PENCIUTAN Bangkrut atau likuidasi
	1,00			

Lebih lanjut berdasarkan Grand Strategi tersebut, maka selanjutnya penentuan strategi melalui matriks SWOT (berupa strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan strategi WT)

ANALISIS SWOT

Berbagai alternatif strategi yang dirumuskan berdasarkan Grand Strategi yang didapat maka didapatkan formulasi strategi kekuatan-kelemahan (SO), kekuatan-ancaman (ST), kelemahan-peluang (WO) dan kelemahan-ancaman (WT) dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 5.6. Analisis SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>KEKUATAN (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk yang berkualitas - Tempat strategis - Memiliki segmen pasar dan target pasar - Harga bersaing 	<p>KELEMAHAN (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran - Pengemasan produk yang kurang menarik - Modal terbatas - Perizinan yang belum lengkap
<p>PELUANG (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan - Produk sudah dikenal dengan hasil khas - Menciptakan produk-produk baru - Penjualan produk bisa dilakukan secara online 	<p>STRATEGI S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempertahankan kualitas produk dengan peningkatan inovasi - Memanfaatkan digital marketing 	<p>STRATEGI W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan teknologi - Bantuan permodalan - Bantuan legalitas
<p>ANCAMAN (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daya saing dengan usaha sejenis - Daya saing antara online seller - Keadaan ekonomi yang tidak stabil - Promosi yang tidak menarik 	<p>STRATEGI S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengembangan desain produk dan kemasan produk agar lebih menarik minat konsumen - Peningkatan kualitas promosi melalui digital marketing 	<p>STRATEGI W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inovasi produk dengan pemanfaat teknologi - Inovasi marketing dengan digital marketing

Berdasarkan Tabel 5.6. di kluster kuliner terlihat bahwa, kekuatan produk yang berkualitas yang dimiliki oleh UMKM perlu didukung oleh pengembangan inovasi produk. Untuk penjualan offline, tempat yang strategis menjadi kekuatan bagi pelaku usaha namun saat masa pandemi Covid perlu sistem penjualan secara online dengan meningkatkan promosi secara digital melalui media sosial dan masuk ke platform marketplace dan

e-commerce. Kelemahan di bidang teknologi dalam memasarkan produk, kurangnya permodalan dan legalitas yang belum lengkap terus dilakukan perbaikan dengan cara memanfaatkan teknologi dan komunikasi dalam pemasaran, memanfaatkan kerja sama dengan pihak pemerintah dan swasta untuk penguatan modal (dalam bentuk hibah dan dana bergulir) serta pengurusan legalitas secara gratis. Ancaman yang terjadi terhadap usaha yaitu daya saing dengan usaha sejenis dan daya saing dengan usaha *online seller* dapat dilakukan pengembangan desain produk dan kemasan produk agar lebih menarik minat konsumen serta meningkatkan inovasi serta kualitas promosi melalui digital marketing.

2. KLUSTER OTOMOTIF

Dalam menentukan strategi yang dilakukan dalam pengembangan UMKM di era Pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu, maka terlebih dahulu dilakukan analisis faktor lingkungan internal (IFAS) berupa kekuatan (*Streghht*) dan Kelemahan (*Weakness*) serta faktor eksternal (EFAS) berupa peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Treats*) seperti terdapat dalam Tabel 5.7.

Tabel 5.7. Tabel Bobot dan Rating Kluster Otomotif

No	Uraian	Bobot	Rating	Total
	STRATEGI INTERNAL			
1	a. Kekuatan (Strenght)			
	Pelayanan optimal dengan menggunakan produk yang terbaik	0,16	5	0,81
	Tempat strategis	0,16	5	0,81
	Memiliki segmen pasar dan target pasar	0,16	5	0,81
	Harga bersaing	0,13	4	0,52
	b. Kelemahan (Weakness)			
	Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran (promosi)	0,13	4	0,52
	Modal terbatas dengan manajemen keuangan yang tidak baik	0,13	4	0,52
	Perizinan yang belum lengkap	0,13	4	0,52
	JUMLAH	1,00	31	4,48

STRATEGI EKSTERNAL				
a. Peluang (<i>Opportunity</i>)				
Bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan dan pelatihan manajerial	0,18	4	0,73	
Promosi jasa dilakukan secara online	0,23	5	1,14	
b. Ancaman (<i>Treats</i>)				
Daya saing dengan usaha sejenis	0,18	4	0,73	
Keadaan ekonomi yang tidak stabil karena pandemic Covid 19	0,23	5	1,14	
Promosi yang tidak menarik	0,18	4	0,73	
JUMLAH				
	1,00	22	4,45	

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa faktor utama internal tertinggi pada item kekuatan (*streght*) adalah pelayanan optimal, tempat yang strategis dan memiliki segmen pasar bernilai rating 5 (sangat baik) sementara bernilai 4 (baik) adalah harga bersaing. Sementara pada item kelemahan (*weakness*) ada tiga kurangnya pemanfaatan teknologi, modal yang terbatas dan perizinan yang kurang lengkap bernilai 4 (baik). Hasil analisis matriks IFAS pada strategi pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU yang mencakup (kekuatan-kelemahan) yaitu dengan jumlah skor 4,45, yang berarti UMKM kluster otomotif mempunyai kekuatan dan kelemahan baik.

Sementara pada faktor lingkungan eksternal (EFAS), faktor utama eksternal yang tertinggi pada item peluang (*opportunity*) adalah promosi jasa yang dilakukan secara online bernilai 5 (sangat baik) sementara bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan dan pelatihan manajerial bernilai 4 (baik). Faktor utama eksternal pada item ancaman (*treats*) nilai tertinggi terlihat pada keadaan ekonomi yang tidak stabil bernilai 5 (sangat baik) serta yang bernilai 4 (baik) adalah daya saing dengan usaha sejenis dan promosi yang kurang menarik.

Analisis matriks EFAS pada strategi pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU yang mencakup (Peluang-Ancaman) yaitu dengan jumlah skor 4,45 yang berarti UMKM Kluster Otomotif mempunyai peluang –ancaman

baik, sehingga pemilik terus mengembangkan bisnis otomotifnya agar dapat bersaing dengan baik.

GRAND STRATEGI

Setelah dilakukan identifikasi analisis IFAS dan EFAS di mana baik IFAS maupun EFAS mendapat skor sangat tinggi yakni IFAS = 4,48 dan EFAS = 4,45 sehingga dapat dinyatakan bahwa Grand Strategi UMKM Kluster Otomotif berada sel 1 yakni pertumbuhan dengan strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal. Diagram matriks dapat dilihat pada Tabel 5.8.

Tabel 5.8. Diagram Matriks Grand Strategi Kluster Otomotif

Tinggi 3,00 Rata-rata 2,00 Lemah 1,00				
Tinggi	4,00	I PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal	II PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal	III PERTUMBUHAN Strategi putar haluan
Rata-rata	3,00	IV. STABILITAS Strategi hati-hati	V. PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal	VI PENCIUTAN Strategi divestasi
Lemah	2,00	VII PERTUMBUHAN Strategi diversifikasi konsentrasi	VIII PERTUMBUHAN Strategi diversifikasi konsentrasi	IX. PENCIUTAN Bangkrut atau likuidasi
	1,00			

Lebih lanjut berdasarkan Grand Strategi tersebut, maka selanjutnya penentuan strategi melalui matriks SWOT (berupa strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan strategi WT)

ANALISIS SWOT

Berbagai alternatif strategi yang dirumuskan berdasarkan Grand Strategi yang didapat maka didapatkan formulasi strategi kekuatan-kelemahan (SO), kekuatan-ancaman (ST), kelemahan-peluang (WO) dan kelemahan-ancaman (WT) dapat dilihat pada Tabel 5.9.

Tabel 5.9. Analisis SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>KEKUATAN (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan optimal dengan menggunakan produk yang terbaik - Tempat strategis - Memiliki segmen pasar dan target pasar - Harga bersaing 	<p>KELEMAHAN (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran (promosi) - Modal terbatas dengan manajemen keuangan yang tidak baik - Perizinan yang belum lengkap
<p>PELUANG (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan dan pelatihan manajerial - Promosi Jasa dilakukan secara online 	<p>STRATEGI S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempertahankan kualitas produk dengan peningkatan inovasi - Memanfaatkan digital marketing 	<p>STRATEGI W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bantuan legalitas oleh pemerintah
<p>ANCAMAN (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daya saing dengan usaha sejenis - Daya saing antara <i>online seller</i> - Keadaan ekonomi yang tidak stabil - Promosi yang tidak menarik 	<p>STRATEGI S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempertahankan segmen pasar yang ada dan ekspansi ke segmen lainnya 	<p>STRATEGI W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inovasi produk dengan pemanfaatan teknologi dalam suasana pandemi Covid 19

Berdasarkan Tabel 5.9 terlihat bahwa pelayanan optimal dengan menggunakan produk terbaik, tempat yang strategis dan harga bersaing menjadi kekuatan yang dimiliki pelaku usaha di kluster otomotif. Dengan kekuatan yang dimiliki pelaku usaha perlu memanfaatkan peluang yang ada di bisnis ini dengan terus berinovasi dengan kualitas produk yang dimiliki serta terus melakukan promosi-promosi melalui media sosial dan platform digital marketing yaitu melalui marketplace dan *e-commerce* yang bisa meningkatkan daya beli dan menekan persaingan harga yang terjadi dengan sesama usaha sejenis. Selain itu pelaku usaha harus pandai

meminimalisasi kelemahan yang dimiliki dengan menangkap peluang yang tersedia. Di bidang permodalan pelaku usaha wajib menjalin kerja sama dengan pihak pemerintah dan swasta dalam hal pelatihan manajerial keuangan dan penguatan di bidang permodalan melalui program Hibah dan pinjaman lunak yang ditawarkan oleh pemerintah dan swasta. Persaingan yang terjadi antara sesama usaha sejenis perlu dicari solusi agar segmen pasar yang tersedia tidak kalah bersaing dengan cara ekspansi atau pengembangan ke segmen lain yang menjanjikan serta mengembangkan inovasi produk yang lebih baik.

3. KLUSTER FASHION

Dalam menentukan strategi yang dilakukan dalam pengembangan UMKM di era Pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu, maka terlebih dahulu dilakukan analisis faktor lingkungan internal (IFAS) berupa kekuatan (*Strenght*) dan Kelemahan (*Weakness*) serta faktor eksternal (EFAS) berupa peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Treats*) seperti terdapat dalam Tabel 5.10.

Tabel 5.10. Tabel Bobot dan Rating Kluster Fashion

No	Uraian	Bobot	Rating	Total
	STRATEGI INTERNAL			
1	a. Kekuatan (<i>Strenght</i>)			
	Produk yang berkualitas, hasil jahitan rapi dan desain yang mengikuti zaman	0,15	5	0,76
	Tempat strategis dan mudah terjangkau	0,15	5	0,76
	Memiliki segmen pasar dan target pasar	0,15	5	0,76
	Harga bersaing	0,15	5	0,76
	b. Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
	Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran	0,09	3	0,27
	Pengemasan produk yang kurang menarik	0,09	3	0,27
	Modal terbatas dan manajemen keuangan buruk	0,09	3	0,27
	Perizinan yang belum lengkap	0,12	4	0,48
	JUMLAH	1,00	33	4,33
	STRATEGI EKSTERNAL			
	a. Peluang (<i>Opportunity</i>)			

	Bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan dan pelatihan manajerial	0,14	5	0,71
	Produk sudah dikenal dengan hasil khas	0,11	4	0,46
	Menciptakan produk-produk dan desain-desain baru	0,14	5	0,71
	Penjualan produk bisa dilakukan secara online	0,14	5	0,71
	b. Ancaman (<i>Treats</i>)			
	Daya saing dengan usaha sejenis	0,14	5	0,71
	Daya saing antara <i>online seller</i>	0,11	4	0,46
	Kedaaan ekonomi yang tidak stabil	0,11	4	0,46
	Promosi yang tidak menarik	0,09	3	0,26
	JUMLAH	1,00	35	4,49

Berdasarkan tabel tersebut tersebut dapat dilihat bahwa faktor utama internal tertinggi pada item kekuatan (*streght*) semua item yaitu produk yang berkualitas, tempat yang strategis, segmen pasar yang baik dan harga bersaing bernilai rating 5 (sangat baik). Sementara pada item kelemahan (*weakness*) ada tiga item bernilai 3 (cukup) dan satu item yaitu perizinan yang belum lengkap bernilai 4 (baik) Hasil analisis matriks IFAS pada strategi pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU yang mencakup (kekuatan-kelemahan) yaitu dengan jumlah skor 4,43, yang berarti UMKM cluster kuliner mempunyai kekuatan dan kelemahan baik.

Sementara pada faktor lingkungan eksternal (EFAS), faktor utama eksternal yang tertinggi pada item peluang (*opportunity*) adalah bant dan kerja sama dengan pemerintah, menciptakan produk dan desain baru dan penjualan produk secara online bernilai 5 (sangat baik) sementara produk yang sudah dikenal dengan hasil yang khas bernilai 4 (baik). Faktor utama eksternal pada item ancaman (*treats*) nilai tertinggi terlihat pada daya saing dengan usaha sejenis bernilai 5 (sangat baik) serta yang bernilai 4 (baik) adalah daya saing antara *online seller* dan ekonomi yang tidak stabil. Bernilai 3 (cukup) adalah item promosi yang tidak menarik.

Analisis matriks EFAS pada strategi pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU yang mencakup (Peluang-Ancaman) yaitu dengan jumlah skor 4,49 yang berarti UMKM Kluster Fashion mempunyai peluang –ancaman baik,

sehingga pemilik terus mengembangkan bisnis *fashion*-nya agar dapat bersaing dengan baik.

GRAND STRATEGI

Setelah dilakukan identifikasi analisis IFAS dan EFAS di mana baik IFAS maupun EFAS mendapat skor sangat tinggi yakni IFAS = 4,33 dan EFAS = 4,49 sehingga dapat dinyatakan bahwa Grand Strategi UMKM Kluster Fashion berada sel 1 yakni pertumbuhan dengan strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal. Diagram matriks dapat dilihat pada Tabel 5.11.

Tabel 5.11. Diagram Matriks Grand Strategi Kluster Fashion

		3,00 Rata-rata 2,00 Lemah 1,00		
Tinggi	4,00	I PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal	II PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal	III PERTUMBUHAN Strategi putar haluan
Rata-rata	3,00	IV. STABILITAS Strategi hati-hati	V. PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal	VI PENCIUTAN Strategi divestasi
Lemah	2,00	VII PERTUMBUHAN Strategi diversifikasi konsentrasi	VIII. PERTUMBUHAN Strategi diversifikasi konsentrasi	IX. PENCIUTAN Bangkrut atau likuidasi
	1,00			

Lebih lanjut berdasarkan Grand Strategi tersebut, maka selanjutnya penentuan strategi melalui matriks SWOT (berupa strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan strategi WT)

ANALISIS SWOT

Berbagai alternatif strategi yang dirumuskan berdasarkan Grand Strategi yang didapat maka didapatkan formulasi strategi kekuatan-kelemahan (SO), kekuatan-ancaman (ST), kelemahan-peluang (WO) dan kelemahan-ancaman (WT) dapat dilihat pada Tabel 5.12.

Tabel 5.12. Analisis SWOT

IFAS EFAS	KEKUATAN (S) <ul style="list-style-type: none"> - Produk yang berkualitas, hasil jahitan rapi dan desain yang mengikuti zaman - Tempat strategis dan mudah terjangkau - Memiliki segmen pasar dan target pasar - Harga bersaing 	KELEMAHAN (W) <ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran - Pengemasan produk yang kurang menarik - Modal terbatas dan manajemen keuangan buruk - Perizinan yang belum lengkap
PELUANG (O) <ul style="list-style-type: none"> - Bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan dan pelatihan manajerial - Produk sudah dikenal dengan hasil khas - Menciptakan produk-produk dan desain-desain baru - Penjualan produk bisa dilakukan secara online 	STRATEGI S-O <ul style="list-style-type: none"> - Mempertahankan kualitas produk - Memanfaatkan tempat strategis didukung inovasi penjualan online - Mempertahankan segmen pasar yang ada dan inovasi serta ekspansi segmen lain 	STRATEGI W-O <ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan secara optimal teknologi dalam pemasaran - Peningkatan tampilan <i>packaging</i> kemasan - Bantuan permodalan
ANCAMAN (T) <ul style="list-style-type: none"> - Daya saing dengan usaha sejenis - Daya saing antara <i>online seller</i> - Keadaan ekonomi yang tidak stabil - Promosi yang tidak menarik 	STRATEGI S-T <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan jumlah customer dengan strategi menurunkan harga dengan tetap di atas harga pokok - Peningkatan kualitas promosi 	STRATEGI W-T <ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan manajerial keuangan - Pemanfaatan online marketing dengan optimalisasi teknologi.

Berdasarkan Tabel 5.12 terlihat bahwa memiliki produk yang berkualitas dengan hasil jahitan yang rapi, desain yang tidak kuno dan selalu mengikuti perkembangan zaman, serta tempat yang strategis adalah bentuk kekuatan yang dimiliki oleh pelaku usaha di kluster *fashion*.

Dengan kekuatan yang dimiliki ini, pelaku usaha dapat memanfaatkan berbagai peluang yang tersedia dengan mempertahankan dan mengembangkan segmen pasar yang ada dan mengembangkan inovasi dengan ekspansi ke segmen lain. Selain itu memanfaatkan tempat yang strategis yang dimiliki dengan melakukan penjualan secara online selain penjualan offline yang pernah dilakukan. Pemanfaatan teknologi dalam penjualan online dengan melakukan Promosi-promosi penjualan terus dilakukan baik melalui media sosial maupun melalui platform market place dan *e-commerce*. Daya saing dengan usaha sejenis adalah bentuk ancaman dalam usaha selain kondisi perekonomian yang tidak menentu. Kondisi ini dapat di atasi dengan terus melakukan perbaikan baik itu terhadap produk maupun sistem manajerial pemasaran. Terus melakukan berbagai strategi-strategi penjualan yang baik dan terkini sehingga dapat meningkatkan nilai penjualan dan dapat bersaing dengan usaha sejenis dan usaha lainnya.

4. KLUSTER PENDIDIKAN

Dalam menentukan strategi yang dilakukan dalam pengembangan UMKM di era Pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu, maka terlebih dahulu dilakukan analisis faktor lingkungan internal (IFAS) berupa kekuatan (*Streghht*) dan Kelemahan (*Weakness*) serta faktor eksternal (EFAS) berupa peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Treats*) seperti terdapat dalam Tabel 5.13.

Tabel 5.13. Tabel Bobot dan Rating Kluster Pendidikan

No	Uraian	Bobot	Rating	Total
	STRATEGI INTERNAL			
1	a. Kekuatan (Strenght)			
	Pelayanan optimal dengan Tenaga pengajar yang kompeten	0,15	4	0,62
	Tempat strategis dan terjangkau	0,19	5	0,96
	Memiliki segmen pasar dan target pasar	0,15	4	0,62
	Harga bersaing	0,15	4	0,62
	b. Kelemahan (Weakness)			
	Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran (promosi)	0,12	3	0,35

	Modal terbatas dengan manajemen keuangan yang tidak baik	0,12	3	0,35
	Perizinan yang belum lengkap	0,12	3	0,35
	JUMLAH	1,00	26	3,85
2	STRATEGI EKSTERNAL			
	a. Peluang (<i>Opportunity</i>)			
	Bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan dan pelatihan manajerial	0,17	4	0,67
	Promosi jasa dilakukan secara online	0,21	5	1,04
	Bekerja sama dengan instansi atau lembaga pendidikan formal baik regional maupun nasional	0,17	4	0,67
	b. Ancaman (<i>Treats</i>)			
	Daya saing dengan usaha sejenis	0,17	4	0,67
	Keadaan ekonomi yang tidak stabil karena pandemic Covid 19	0,17	4	0,67
	Promosi yang tidak menarik	0,13	3	0,38
	JUMLAH	1,00	24	4,08

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa faktor utama internal tertinggi pada item kekuatan (*streght*) item tempat strategis dan terjangkau bernilai rating 5 (sangat baik) dan item pelayanan optimal dengan tenaga pengajar yang kompeten, segmen pasar dan target pasar dan harga bersaing bernilai 4 (baik). Sementara pada item kelemahan (*weakness*) ada tiga item bernilai 3 (cukup) yaitu kurangnya pemanfaatan teknologi dalam promosi, modal terbatas dan perizinan yang belum lengkap Hasil analisis matriks IFAS pada strategi pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU yang mencakup (kekuatan-kelemahan) yaitu dengan jumlah skor 3,85 yang berarti UMKM kluster pendidikan mempunyai kekuatan dan kelemahan baik.

Sementara pada faktor lingkungan eksternal (EFAS), faktor utama eksternal yang tertinggi pada item peluang (*opportunity*) adalah promosi jasa dilakukan secara online bernilai 5 (sangat baik) sementara bantuan dan kerja sama pemerintah dalam permodalan dan kerja sama dengan instansi atau lembaga pendidikan formal bernilai 4 (baik). Faktor utama eksternal pada item ancaman (*treats*) nilai tertinggi terlihat daya saing dengan usaha sejenis dan keadaan ekonomi yang tidak stabil karena

pandemi Covid 19 yang bernilai 4 (baik) sedangkan promosi yang tidak menarik bernilai 3 (cukup).

Analisis matriks EFAS pada strategi pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU yang mencakup (Peluang-Ancaman) yaitu dengan jumlah skor 4,08 yang berarti UMKM kluster pendidikan mempunyai peluang –ancaman baik, sehingga pemilik terus mengembangkan bisnis pendidikan agar dapat bersaing dengan baik.

GRAND STRATEGI

Setelah dilakukan identifikasi analisis IFAS dan EFAS di mana baik IFAS maupun EFAS mendapat skor sangat tinggi yakni IFAS = 3,85 dan EFAS = 4,08 sehingga dapat dinyatakan bahwa Grand Strategi UMKM Kluster Pendidikan berada sel 1 yakni pertumbuhan dengan strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal. Diagram matriks dapat dilihat pada Tabel 5.14.

Tabel 5.14. Diagram Matriks Grand Strategi Kluster Pendidikan

		Tinggi 3,00 Rata-rata 2,00 Lemah 1,00		
Tinggi 3,00 Rata-rata 2,00 Lemah 1,00	4,00	I PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal	II PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal	III PERTUMBUHAN Strategi putar haluan
	3,00	IV. STABILITAS Strategi hati-hati	V. PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal	VI. PENCIUTAN Strategi divestasi
	2,00	VII. PERTUMBUHAN Strategi diversifikasi konsentrasi	VIII. PERTUMBUHAN Strategi diversifikasi konsentrasi	IX. PENCIUTAN Bangkrut atau likuidasi

Lebih lanjut berdasarkan Grand Strategi tersebut, maka selanjutnya penentuan strategi melalui matriks SWOT (berupa strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan strategi WT)

ANALISIS SWOT

Berbagai alternatif strategi yang dirumuskan berdasarkan Grand Strategi yang didapat maka didapatkan formulasi strategi kekuatan-kelemahan (SO), kekuatan-ancaman (ST), kelemahan-peluang (WO) dan kelemahan-ancaman (WT) dapat dilihat pada Tabel 5.15.

Tabel 5.15. Analisis SWOT

IFAS EFAS	<p>KEKUATAN (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan optimal dengan Tenaga pengajar yang kompeten - Tempat strategis dan terjangkau - Memiliki segmen pasar dan target pasar - Harga bersaing 	<p>KELEMAHAN (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran (promosi) - Modal terbatas dengan manajemen keuangan yang tidak baik - Perizinan yang belum lengkap
<p>PELUANG (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan dan pelatihan manajerial - Promosi Jasa dilakukan secara online - Bekerja sama dengan instansi atau lembaga pendidikan formal baik regional maupun nasional 	<p>STRATEGI S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kualitas dan tetap terus meningkatkan pelayanan - Terus melakukan inovasi promosi kekinian - Meningkatkan jejaring dengan lembaga pendidikan lain 	<p>STRATEGI W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan teknologi dalam hal pemasaran - Bantuan Permodalan
<p>ANCAMAN (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daya saing dengan usaha sejenis - Keadaan ekonomi yang tidak stabil - Promosi yang tidak menarik 	<p>STRATEGI S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inovasi dalam sistem pembelajaran untuk peningkatan mutu - Mempertahankan segmen pasar yang ada serta ekspansi pada segmen yang lain 	<p>STRATEGI W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan teknologi dalam promosi - Pelatihan manajerial keuangan - Bantuan legalitas usaha dari pemerintah

Berdasarkan analisis SWOT yang terdapat pada tabel 5.15. dapat dijelaskan bahwa usaha UMKM untuk kluster pendidikan kekuatannya terletak pada segi pelayanan dengan memberikan tenaga pengajar yang kompeten di bidangnya sehingga memberikan daya Tarik bagi konsumen untuk bergabung menjadi siswa di lembaga pendidikan tersebut. Untuk itu lembaga pendidikan harus terus berinovasi dalam sistem pembelajaran untuk meningkatkan mutu layanan pendidikan. Pelaku usaha di bidang ini harus senantiasa meningkatkan kualitas dan tetap mengedepankan pelayanan prima sehingga konsumen tidak akan pindah ke lembaga pendidikan lain. Selain itu tempat yang strategis juga menjadi kekuatan bagi usaha UMKM kalster pendidikan, dengan letak yang strategis maka konsumen dapat dengan mudah untuk datang dan belajar. Salah satu daya tarik dari lembaga pendidikan selain dari pelayanan adalah lokasi tempat lembaga pendidikan tersebut beroperasi. Tempat yang nyaman dan strategis menjadi salah satu tujuan konsumen. Usaha UMKM juga memiliki segmen pasar tersendiri, untuk kluster pendidikan segmen pasarnya adalah anak-anak usia sekolah yang membutuhkan pelajaran tambahan selain yang didapatkan di sekolah formal. Untuk mempertahankan segmen pasar yang ada lembaga pendidikan dapat bekerja sama dengan instansi pemerintah untuk bantuan legalitas sehingga lembaga pendidikan tersebut memiliki berstatus kompeten di bidangnya. Meskipun memiliki segmen pasar tersendiri bukan berarti kluster pendidikan tidak memiliki pesaing, namun sebaliknya. Harga dan promosi dapat dilakukan sebagai strategi untuk meraih konsumen dengan memanfaatkan berbagai teknologi yang ada saat ini.

5. KLUSTER PERTANIAN

Dalam menentukan strategi yang dilakukan dalam pengembangan UMKM di era Pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Ogan Komering Ulu, maka terlebih dahulu dilakukan analisis faktor lingkungan internal (IFAS) berupa kekuatan (*Streghht*) dan Kelemahan (*Weakness*) serta faktor eksternal (EFAS) berupa peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Treats*) seperti terdapat dalam Tabel 5.16.

Tabel 5.16. Tabel Bobot dan Rating Kluster Pertanian

No	Uraian	Bobot	Rating	Total
	STRATEGI INTERNAL			
1	a. Kekuatan (Strength)			
	a. Kekuatan (Strength)			
	Produk yang berkualitas dan inovasi produk	0,13	4	0,53
	Tempat strategis	0,17	5	0,83
	Memiliki segmen pasar dan target pasar	0,13	4	0,53
	Harga bersaing	0,17	5	0,83
	b. Kelemahan (Weakness)			
	Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran	0,10	3	0,30
	Pengemasan produk yang kurang menarik	0,10	3	0,30
	Modal terbatas dan manajemen keuangan buruk	0,10	3	0,30
	Perizinan yang belum lengkap	0,10	3	0,30
	JUMLAH	1,00	30	3,93
2	STRATEGI EKSTERNAL			
	a. Peluang (Opportunity)			
	Bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan dan pelatihan manajerial	0,12	4	0,48
	Produk sudah dikenal dengan hasil khas	0,12	4	0,48
	Menciptakan produk-produk baru	0,12	4	0,48
	Penjualan produk bisa dilakukan secara online	0,09	3	0,27
	b. Ancaman (Treats)			
	Daya saing dengan usaha sejenis	0,15	5	0,76
	Daya saing antara <i>online seller</i>	0,15	5	0,76
	Kedadaan ekonomi yang tidak stabil	0,15	5	0,76
	Promosi yang tidak menarik	0,09	3	0,27
	JUMLAH	1,00	33	4,27

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa faktor utama internal tertinggi pada item kekuatan (*streghht*) item tempat strategis dan harga bersaing bernilai rating 5 (sangat baik) dan item produk yang berkualitas dan inovasi produk dan memiliki segmen pasar dan target pasar bernilai 4 (baik). Sementara pada item kelemahan (*weakness*) ada empat item bernilai 3 (cukup) yaitu kurangnya pemanfaatan teknologi dalam promosi, pengemasan produk yang kurang menarik, modal terbatas dan perizinan yang belum lengkap Hasil analisis matriks IFAS pada strategi

pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU yang mencakup (kekuatan-kelemahan) yaitu dengan jumlah skor 3,93 yang berarti UMKM cluster kuliner mempunyai kekuatan dan kelemahan baik.

Sementara pada faktor lingkungan eksternal (EFAS), faktor utama eksternal yang tertinggi pada item peluang (*opportunity*) adalah bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan dan pelatihan manajerial, produk sudah dikenal dengan hasil yang khas, menciptakan produk-produk baru bernilai 4 (baik sedangkan penjualan produk secara online bernilai 3 (cukup)). Faktor utama eksternal pada item ancaman (*treats*) nilai tertinggi terlihat daya saing dengan usaha sejenis dan keadaan ekonomi yang tidak stabil karena pandemi Covid 19, daya saing antara *online seller* bernilai 5 (sangat baik) sedangkan promosi yang tidak menarik bernilai 3 (cukup).

Analisis matriks EFAS pada strategi pengembangan UMKM di era pandemi Covid 19 untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten OKU yang mencakup (Peluang-Ancaman) yaitu dengan jumlah skor 4,27 yang berarti UMKM Kluster Pertanian mempunyai peluang –ancaman baik, sehingga pemilik terus mengembangkan bisnis pertaniannya agar dapat bersaing dengan baik.

GRAND STRATEGI

Setelah dilakukan identifikasi analisis IFAS dan EFAS di mana baik IFAS maupun EFAS mendapat skor sangat tinggi yakni IFAS = 3,93 dan EFAS = 4,27 sehingga dapat dinyatakan bahwa Grand Strategi UMKM Kluster Pertanian berada sel 1 yakni pertumbuhan dengan strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal. Diagram matriks dapat dilihat pada Tabel 5.17.

Tabel 5.17. Diagram Matriks Grand Strategi Kluster Pertanian

	Tinggi	3,00 Rata-rata	2,00 Lemah	1,00
4,00	I PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal	II PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal	III PERTUMBUHAN Strategi putar haluan	
3,00 Rata- rata	IV. STABILITAS Strategi hati-hati	V. PERTUMBUHAN Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal	VI PENCIUTAN Strategi divestasi	
2,00 Lemah	VII PERTUMBUHAN Strategi diversifikasi konsentrasi	VIII PERTUMBUHAN Strategi diversifikasi konsentrasi	IX PENCIUTAN Bangkrut atau likuidasi	
1,00				

Lebih lanjut berdasarkan Grand Strategi tersebut, maka selanjutnya penentuan strategi melalui matriks SWOT (berupa strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan strategi WT)

ANALISIS SWOT

Berbagai alternatif strategi yang dirumuskan berdasarkan Grand Strategi yang didapat maka didapatkan formulasi strategi kekuatan-kelemahan (SO), kekuatan-ancaman (ST), kelemahan-peluang (WO) dan kelemahan-ancaman (WT) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.18. Analisis SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>KEKUATAN (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk yang berkualitas dan inovasi Produk - Tempat strategis - Memiliki segmen pasar dan target pasar - Harga bersaing 	<p>KELEMAHAN (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran - Pengemasan produk yang kurang menarik - Modal terbatas dan manajemen keuangan buruk - Perizinan yang belum lengkap
<p>PELUANG (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bantuan dan kerja sama dari pemerintah dalam permodalan dan pelatihan manajerial - Produk sudah dikenal dengan hasil khas - Menciptakan produk-produk baru - Penjualan produk bisa dilakukan secara online 	<p>STRATEGI S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan hasil produksi - Inovasi produk-produk baru 	<p>STRATEGI W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan teknologi dalam hal pemasaran - Bantuan Permodalan - Perbaikan <i>packaging</i> kemasan
<p>ANCAMAN (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daya saing dengan usaha sejenis - Daya saing antara <i>online seller</i> - Keadaan ekonomi yang tidak stabil - Promosi yang tidak menarik 	<p>STRATEGI S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inovasi penjualan dengan <i>online seller</i> yang lebih menarik 	<p>STRATEGI W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemenuhan legalitas

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa usaha UMKM untuk klaster pertanian di Kabupaten OKU memiliki peluang untuk berkembang karena memiliki kualitas produk dan segmen pasar dan target pasar yang cukup baik, hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan efektivitas penjualan hasil pertanian adalah dengan memenuhi keinginan konsumen dan mengetahui jenis dan kualitas produk yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Pelaku usaha di bidang pertanian perlu menetapkan

standar produk pertanian, meningkatkan kualitas kemasan yang menarik dan melakukan inovasi produk pertanian yang memiliki nilai lebih tinggi serta melakukan inovasi penjualan dengan memanfaatkan digital marketing. Pengemasan hasil pertanian yang menarik dapat menjangkau lebih banyak konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Selain itu pemanfaatan teknologi pertanian memiliki peranan penting untuk keberhasilan usaha di bidang pertanian. Selain dapat meningkatkan kualitas hasil, teknologi pertanian juga dapat memudahkan dalam pengelolaan usaha di sektor pertanian untuk mendapatkan hasil yang optimal. Untuk pengembangan usaha di bidang pertanian dapat melakukan upaya intensifikasi dengan melakukan pengolahan tanah yang tepat sebelum penanaman hingga setelah panen, melakukan pengairan yang teratur dan merata, memilih bibit unggul untuk menurunkan risiko gagal panen, rutin melakukan pemupukan, serta tidak lupa melakukan pemberantasan hama yang mungkin menyerang tanaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. 2019. Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah. 20, 25–58.
- Firmansyah, A. I. 2019. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Tulungagung. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Tulungagung, 53(9), 1689–1699.
- Halim, A. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Mankiw, G.N. 2003. Pengantar Ekonomi. Edisi kedua Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Murni, A. 2016. Ekonomika Makro. Edisi Revisi. Bandung: PT Refika Aditama
- Nursidi, M. I., & Wulandari, S. 2021. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI) Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi di Kota Medan. Agustus, 196–198.
- Permana, S. H. 2017. Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Aspirasi, 8(1), 93–94.
- Primiana, I. 2009. Menggerakkan Sektor Riil UMKM dan Industri. Bandung: Alfabeta.
- Rahardja, P., dan Manurung, M. 2008. Teori Ekonomi Makro Suatu Pengantar, Edisi Keempat. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

- Riska. 2020. Pengaruh Jumlah UMKM dan Jumlah tenaga Kerja terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Makassar. In Ilmu Ekonomi FEBI UIN Alauddin Makassar.
- Sri, H., Sukesi, & Kanty, H. 2019. Manajemen UMKM dan Koperasi: Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai. Unitomo Press, 1–245.
- Sugiyono. 2013. Statistika untuk Penelitian. Cetakan Ke-22. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. 2013. Makro Ekonomi Teori Pengantar, Edisi Ketiga. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Tambunan, T. T. H. 2009. *UMKM di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tambunan, T. T. H. 2011. Development of micro, small and medium enterprises and their constraints: A story from Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 13(1), 21–43. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5492>
- Todaro, M,P dan Stephen C Smith. 2003. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Edisi kedelapan. Jakarta: Erlangga.

BIOGRAFI



Novegya Ratih Primandari, S.E., M.Si. dilahirkan di Malang, 1 November 1977. Adapun latar belakang pendidikannya adalah SD Negeri Abd. Saleh III Pagas Singosari Malang (1989), SMP Negeri 3 Singosari Malang (1992), SMA Negeri Lawang Malang (1995), S-1 Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Gajayana Malang (2001), dan S-2 Program Studi Ilmu Ekonomi, Universitas Sriwijaya (2011). Penulis adalah Dosen Tetap Yayasan di Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Baturaja (2005—sekarang). Saat ini, penulis menjabat sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja Periode 2019—2023. Di samping sebagai dosen, penulis aktif sebagai Anggota Dewan Riset Daerah Kabupaten Ogan Komering Ulu Tahun 2019—sekarang dan sebagai Anggota Tim Evaluasi Perkembangan Desa 2019—sekarang.

Karya tulis yang telah dipublikasikan, di antaranya: Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Inflasi, dan Pengangguran terhadap Tingkat Kemiskinan di Sumatera selatan (Jurnal Ekonomi Pembangunan 16(1), 1—10, 2018), Pengaruh Nilai Ekspor terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Periode Tahun 2000—2015 (Kolegial 5(2), 183—194, 2017), Kontribusi dan Efektivitas Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Ogan Komering Ulu Periode Tahun 2013—2017 (Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen 1(2), 123—134, 2020), Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Pengangguran terhadap Indeks Pembangunan Manusia (IPM) di Provinsi Sumatera Selatan Periode Tahun 2004—2018 (Pareto: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik 2(2), 25—34, 2020), Analisis Perbandingan Pertumbuhan Ekonomi, Konsumsi, Investasi, dan Ekspor Neto di Sumatera Selatan Sebelum dan Sesudah Krisis Finansial Global Tahun 2008 (Ekonomika 14(1), 1—20, 2021), Pengaruh Good Corporate Governance dan Leverage terhadap Kinerja Keuangan pada PT Kimia Farma Tbk. pada Tahun 2013—2018

(*Ekonomika* 13(2), 17—35, 2020), Pengaruh Tingkat Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi terhadap Tingkat Pembangunan di Indonesia Periode 1998—2017 (*Majalah Ilmiah Ekonomi & Pembangunan* 12, 1—14, 2018), Inflasi dan Tingkat Kemiskinan di Indonesia (*Kolegial* 6, 57—67, 2018), Pengaruh Jumlah Uang yang Beredar (M2) dan Kurs Dollar AS (USD) terhadap Tingkat Inflasi di Indonesia Tahun 2013—2016 (*Ekonomika* 10, 161—173, 2017), Pengaruh Nilai Tukar Kurs Dollar AS (USD) dan Indeks Saham Down Jones (DJI) terhadap Indeks Harga Saham Gabungan di Bursa Efek Indonesia Periode 2013—2015 (*Ekonomika* 9, 61—68, 2016), dan Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Ogan Komering Ulu Tahun 2000—2014 (*Ekonomika* 9, 57—69, 2016). Selain menulis artikel ilmiah, karya tulis berupa buku yang telah diterbitkan adalah Panduan Laporan Penulisan Kegiatan Magang (Rajawali Pers, Depok, 2021).



Nazipawati, S.E., M.Si. dilahirkan di Pedataran, Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan, 12 Juli 1973. Saat ini bekerja sebagai dosen tetap di Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Baturaja. Adapun latar belakang pendidikannya adalah SD Negeri 4 Baturaja (1985), SMP Muhammadiyah Baturaja (1988), dan SMA Negeri 1 Baturaja (1991). Lalu, ia menyelesaikan S-1 Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP) Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (1997), Program S-2 Magister Sains Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (2006), dan saat ini sedang menyelesaikan studi S-3 Program Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Karya tulis berupa artikel ilmiah yang telah dipublikasikan, yaitu Pengaruh Pembiayaan terhadap Profitabilitas Bank Syariah Mandiri Periode 2012—2019 (*Klassen* 1(1), 52—74, 2021), Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan Penduduk terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka di Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Selatan (*Ekonomika* 14(2), 175—194, 2021), Analisis Ketimpangan Pendapatan

dan Pola Pertumbuhan Ekonomi di Wilayah Belajasumba Tahun 2013—2017 (Pareto: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik 2(1), 25—34, 2019), Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Upah Minimum Provinsi terhadap Kemiskinan di Indonesia Tahun 2017—2020 (Equity: Jurnal Ekonomi 10(2), 80—91, 2022), Analisis Efektivitas, Efisiensi, dan Kontribusi PBB-P2 untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Tahun 2016—2020 (Klassen 2(1), 46—64, 2022), Efektivitas dan Kontribusi Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten OKU (Jetap 2(2), 163—175, 2022), Pengaruh Pendapatan Asli Daerah dan Dana Perimbangan terhadap Belanja Daerah Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu Periode Tahun 2003—2018 (Jepa 5(1), 123—131, 2020), Aplikasi Model Static dan Dynamic Location Quotients and Shift-Share dalam Perencanaan Ekonomi Regional: Studi Kasus Kabupaten Ogan Komering Ulu Provinsi Sumatera Selatan (Eko-Regional: Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah 2(2), 2007), dan Identifikasi Kluster dan Potensi Industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga di Wilayah Pulau Sumatera Tahun 1999—2002 (Eko-Regional: Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah 1(1), 2006). Selain menulis artikel, buku yang sudah diterbitkan yaitu Panduan Penulisan Proposal dan Skripsi untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Baturaja (Deepublish, Yogyakarta, 2019) sebagai anggota tim penulis dan Pengantar Ilmu Ekonomi (Eurika Media Aksara, 2022, Book Chapter).



Dr. Munajat, S.P., M.Si Penulis adalah Dosen tetap di Program Studi Magister Ekonomi Pertanian, Program Pascasarjana Universitas Baturaja dan saat ini, penulis diberi amanah sebagai Direktur Program Pascasarjana Universitas Baturaja. Penulis sepenuhnya mengabdikan dirinya di Universitas Baturaja sebagai dosen sejak 1999. Pendidikan formal penulis: S-1 Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian UNSRI (1998), S-2 Agribisnis Program Pascasarjana Unsri (2002) dan S-3 Ilmu Pertanian Bidang Kajian Agribisnis Program Pascasarjana Fakultas Pertanian UNSRI (2012).

Beberapa buku yang telah dihasilkan, di antaranya Buku Panduan Penulisan Tesis Untuk Perguruan Tinggi (PT. Raja Grafindo Persada. Depok. 2021), Buku Pembangunan Strategis Pelebaran Jalan Perkotaan. Aspek Teknis, Sosial Ekonomi, dan Lingkungan (Rajawali Pers, Depok, 2021), Perencanaan dan Pengembangan Manajemen Sumber daya Manusia (Widina Bakti Persada, Bandung, 2022), Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Eureka Media Aksara, Purbalingga, 2022), Pemasaran Pertanian (Widina Bakti Persada, Bandung, 2022), Ekonomi Kreatif (Eureka Media Aksara, Purbalingga, 2022), dan Manajemen Kepemimpinan (Eureka Media Aksara, Purbalingga, 2022). Selain itu, penulis aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah di berbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada kegiatan workshop/seminar/lokakarya

Email: munajat.ub@gmail.com



Ir. Lindawati, M.T. dilahirkan di Baturaja, Sumatera Selatan, 13 November 1964. Adapun latar belakang pendidikannya adalah SD Negeri 16 Baturaja (1976), SMP Xaverius Baturaja (1980), SMA Negeri 1 Baturaja (1983), S-1 Program Studi Teknik Sipil, Universitas Islam Yogyakarta (1990), dan S-2 Program Studi Teknik Sipil, Universitas Sriwijaya (2012).

Penulis adalah Dosen Tetap Yayasan di Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik dan Komputer, Universitas Baturaja (1999—sekarang). Di samping sebagai dosen, penulis aktif sebagai Asesor LPJK Kementerian Tenaga Kerja sejak tahun 2020 dan juga sebagai Pendamping UMKM bersertifikat BNSP. Saat ini, penulis menjabat sebagai Rektor Universitas Baturaja Periode 2019—2023.

Karya tulis yang telah dipublikasikan antara lain: Analisis Kebutuhan dan Penataan Ruang Parkir di Kampus Universitas Baturaja (Jurnal Teknika, 2012), Analisis Pengaruh Penambahan Biji Karet pada Campuran Beton terhadap Kuat Tekan Beton K-175 (Jurnal Deformasi 3(1), 2018), Analisa Pengaruh Penambahan Limbah Gypsum terhadap Nilai CBR Tanah Dasar di Ruas Jalan BK 1 Desa Tanjung Bulan

Kabupaten OKU Timur (Jurnal Deformasi 4(1), 2019), dan *Two-Dimensional Physical Modelling in the Estuaries of Aur River* (Sebatik 24(1), 2020). Selain itu, karya tulis berupa buku yang telah diterbitkan adalah Menulis Makalah Ilmiah: Sebuah Tinjauan Teoretis dan Praktis (Rajawali Pers, Depok, 2021) dan Kajian Pembangunan Strategis Pelebaran Jalan Perkotaan: Aspek Teknis dan Sosial Ekonomi (Rajawali Pers, Depok, 2021).



Enda Kartika Sari, S.P., M.Si. dilahirkan di Baturaja, Sumatera Selatan, 5 Agustus 1977. Penulis menikah dengan Saipul Kumala, S.I.Kom, M.I.Kom dan saat ini telah dikaruniai dua orang anak yang bernama Chielly Khairinisinwah dan Nada Ramadhani. Adapun latar belakang pendidikannya adalah SD Negeri 16 Baturaja, SMP Negeri 01 Baturaja, dan SMA Negeri 1 Baturaja, S-1 Program Studi Agribisnis Universitas Sriwijaya (2001), S-2 Program Studi Pengelolaan Lingkungan Universitas Sriwijaya (2015), dan saat ini sedang menempuh Program Doktor Ilmu Lingkungan (S-3) di Universitas Sriwijaya.

Penulis adalah Dosen Tetap Yayasan di Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik dan Komputer, Universitas Baturaja (2016-sekarang). Di samping sebagai dosen, penulis aktif sebagai pendamping UMKM tersertifikasi BNSP, sebagai auditor Mutu Internal tersertifikasi KAN dan sebagai tenaga ahli Keselamat Kesehatan Kerja (K3) tersertifikasi oleh Kemenaker.

Penulis juga pernah mendapatkan hibah penelitian dari Kemenristekdikti pada Tahun 2019 dan tahun 2020. Tahun 2019, peneliti mendapatkan Hibah Penelitian dengan skema Penelitian Dosen Pemula dengan judul “Penentuan Status Mutu Air dengan Metode Indeks Pencemaran dan Strategi Pengendalian Pencemaran Air Sungai Ogan Kabupaten Ogan Komering Ulu” (sebagai ketua peneliti). Di tahun yang sama 2019, penulis juga mendapatkan Hibah Penelitian dengan skema yang sama (sebagai anggota), dengan judul “Optimasi Tingkat Pelayanan

Dermaga pada Pelabuhan Bakauheni Provinsi Lampung. Di tahun 2020, penulis kembali mendapatkan hibah penelitian dosen pemula dengan judul “Economic Valuation Quality Condition Ogan River againts the Clean Water in District of Ogan Komering Ulu” (sebagai ketua peneliti). Penulis juga telah banyak melakukan riset dan penelitian dan sudah dipublikasikan secara International dan Nasional pada jurnal bereputasi dengan judul “*Economic Values of Environmental Services of Three Forest Areas in South Ogan Komering Ulu District, South Sumatra, Indonesia*” pada Biodiversitas International Journal Terindeks Scopus Q3 (2022), *Community Based Forest Management Strategies and Projections in KPH XIX Saka South OKU, South Sumatera*” pada *Sriwijaya Journal of Environment* (2022), Potensi Energi Pembangkit Listrik Tenaga Mikro Hidro (PLTMH) Niagara Desa Rantau Nipis Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU Selatan pada Jurnal Deformasi Fakultas PGRI Palembang, Terindeks Sinta (2021), Analisa Kinerja Terhadap Keandalan Bangunan dan Kondisi Sanitasi Lingkungan Pasar Baru Kabupaten Ogan Komering Ulu pada Jurnal Teknik Sipil Universitas Muhammadiyah Palembang (2020), Penentuan Status Mutu Air dengan Metode Indeks Pencemaran dan Strategi Pengendalian Pencemaran Sungai Ogan Kabupaten Ogan Komering Ulu pada Jurnal Ilmu Lingkungan UNDIP (2019).

Strategi Pengembangan UMKM

Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)

Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581

Telp/Fax : (0274) 4533427

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

✉ cs@deepublish.co.id

📘 Penerbit Deepublish

📱 @penerbitbuku_deepublish

🌐 www.penerbitdeepublish.com

UMKM diatur berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.22 Pasal 1. 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 UU tersebut. Selanjutnya, usaha mikro 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 mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian ke depan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya. Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.



Kategori : Perdagangan

ISBN 978-623-02-6198-5



9

786230

261985