

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Adanya pandemi *Corona virus disease* 2019 atau yang lebih dikenal dengan sebutan Covid-19 sangat membawa dampak ke dalam sendi-sendi kehidupan berbangsa dan bernegara. Sejumlah negara menyiapkan protokol ketat yang bertujuan memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Kasus awal Covid-19 di Indonesia tercatat pada tanggal 2 Maret 2020 yang kemudian setelah itu virus semakin menyebar hingga saat ini¹. Tercatat dari Satuan Gugus Tugas Nasional Penanganan Covid-19 kasus Covid-19 di Indonesia menyentuh angka 5.800.253 juta jiwa terinfeksi Covid-19 (data per 8 Maret 2022). Untuk melawan dan memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19, pemerintah membuat beberapa kebijakan seperti kebijakan tutup *mall* lebih awal, kerja dari rumah (WFH), pemberlakuan jam malam, adanya kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) hingga penutupan sekolah.

Adanya pandemi Covid-19 yang ada di Indonesia tentu membawa dampak ke semua sektor. Salah satu sektor yang paling terdampak adalah sektor Usaha Kecil dan Mikro serta Menengah (UMKM)². UMKM adalah salah satu tonggak utama dalam bidang perekonomian nasional. Untuk mendukung perkembangan UMKM, Pemerintah mengeluarkan peraturan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Hadirnya UMKM dapat membawa potensi yang besar untuk dapat membawa kesejahteraan bagi masyarakat³. Untuk mendukung tumbuh kembang UMKM di tengah pandemi,

¹ Indonesia.go.id.2020.Kasus Covid-19 Pertama, Masyarakat Jangan Panik.
<https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik> .

² VOA Indonesia.2020.Sektor UMKM Paling Terdampak Pandemi Covid-19.
<https://www.voaindonesia.com/a/sektor-umkm-paling-terdampak-covid-19/5523330.html> .

³ Achmad Amiruddin,2018. “Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan,” *Repository.Unair.Ac.Id*, no. 1–8 .

pemerintah mengeluarkan serangkaian kebijakan dan peraturan dengan harapan agar UMKM tersebut tidaklah berhenti apalagi sampai gulung tikar karena adanya pandemi Covid-19. Keberadaan UMKM terbukti dapat menyerap banyak sekali tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia sebanyak 117 juta orang terserap di UMKM. Dari adanya fakta tersebut menunjukan bahwa UMKM turut serta berkontribusi dalam memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat dan adanya UMKM ikut andil dalam perekonomian di Indonesia (Menteri Ketenagakerjaan dalam Seminar Karya Kreatif Indonesia)⁴. Berikut ini adalah data dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia mengenai jumlah UMKM di Indonesia sejak 2018 hingga 2021 yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel I.1 Jumlah UMKM Tahun 2018-2021

Tahun	Jumlah UMKM
2018	61.7 juta
2019	62.9 juta
2020	64.2 juta
2021	65,4 juta

Sumber : Badan Pusat Statistik (dikelola oleh penulis)

Berdasarkan tabel 1 data yang diambil dari Badan Pusat Statistik dapat ditarik kesimpulan bahwa perkembangan jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat. Hal ini dapat dilihat dari tahun 2018, jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 61,7 juta kemudian berkembang naik pada tahun 2019 sebanyak 62.9 juta UMKM di Indonesia dan pada tahun 2020 UMKM meningkat sebanyak 64,2 juta. Kemudian pada tahun 2021 jumlah UMKM meningkat menjadi 65,4 juta.

⁴ Pemerintah Provinsi Jawa Barat, “UMKM Berkontribusi Besar Pada Serapan Tenaga Kerja,” 2021, [https://jabarprov.go.id/index.php/news/39551/2020/10/07/UMKM-Berkontribusi-Besar-Pada-Serapan-TenagaKerja#:~:text=%22Kontribusinya sangat besar bagi ekonomi,pada pameran Karya Kreatif Indonesia .](https://jabarprov.go.id/index.php/news/39551/2020/10/07/UMKM-Berkontribusi-Besar-Pada-Serapan-TenagaKerja#:~:text=%22Kontribusinya%20sangat%20besar%20bagi%20ekonomi,pada%20pameran%20Karya%20Kreatif%20Indonesia%20.”)

Tidak hanya itu, adanya UMKM jauh lebih banyak menyerap tenaga kerja dibanding usaha besar⁵. Berikut ini adalah data mengenai UMKM lebih menyerap tenaga kerja dibanding usaha besar yang dikutip dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia

Tabel I.2 Penyerapan Tenaga Kerja dari Sektor UMKM tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Tenaga Kerja yang Terserap
2015	123,2 juta
2016	112,8 juta
2017	116,4 juta
2018	117 juta
2019	119,6 juta

Sumber : Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia

Berdasarkan tabel 2 data yang diambil dari Kementerian Koperasi dan UKM dapat ditarik kesimpulan bahwa pada tahun 2010 hingga 2018 penyerapan tenaga kerja dari UMKM terus mengalami kenaikan dan berkembang. Puncak kenaikan terjadi pada tahun 2013 yang terjadi kenaikan penyerapan tenaga kerja dari sektor UMKM sebanyak 101,7 juta dan berkembang terus pada tahun 2014 sebanyak 114,1 juta pekerja terserap ke sektor UMKM. Hingga tahun 2019, UMKM menyerap sebanyak 119,6 juta pekerja

Tidak hanya itu, adanya UMKM jauh lebih banyak menyerap tenaga kerja dibanding usaha besar⁶ Berikut ini adalah data mengenai UMKM lebih menyerap tenaga kerja dibanding usaha besar yang dikutip dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia

⁵ Amiruddin, "Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan."

⁶ Ibid. hal 10

Tabel I.3 Perbandingan Penyerapan Tenaga Kerja dari Sektor UMKM dan Sektor Usaha Besar

Tahun	UMKM	USAHA BESAR
2018	116.9 juta	3.6 juta
2019	119.5 juta	3.8 juta

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (diolah oleh penulis)

Dapat disimpulkan dari tabel di atas bahwa sektor UMKM pada tahun 2018 hingga 2019 menyerap lebih banyak tenaga kerja dengan total pertumbuhan sebanyak 3 juta pekerja dengan diserap di kepada sektor UMKM sedangkan sektor usaha besar pada tahun 2018-2019 hanya menyerap tambahan 200 juta pekerja. Dari adanya data di atas dapat disimpulkan bahwasanya UMKM merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia

Dari adanya pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa UMKM merupakan salah satu usaha yang berkembang di Indonesia. Adanya UMKM merupakan menjadi penolong dalam perekonomian Indonesia. Hal itu terbukti dari UMKM menyumbangkan sebanyak Rp. 8.573,9 triliun ke perekonomian Indonesia⁷. Tidak hanya itu, sektor UMKM juga memberikan kontribusi pada PDB sebanyak 60% di tahun 2019. Dengan adanya UMKM juga terbukti banyak menyerap tenaga kerja dibanding usaha besar.

UMKM Indonesia juga melewati berbagai masa-masa sulit. Masa tersebut adalah pada tahun 1998 dan pada tahun 2008. Pada tahun 1998, Indonesia mengalami krisis keuangan yang disebabkan karena nilai tukar rupiah yang semakin melemah. Adanya krisis ekonomi yang melanda Indonesia membuat hilangnya kepercayaan pada

⁷ Databoks.2020.“Berapa Tenaga Kerja Yang Terserap Dari UMKM Di Indonesia,”
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/21/berapa-tenaga-kerja-yang-terserap-dari-umkm-di-indonesia#> .

pasar dan publik. Menurut studi yang dilakukan oleh AKATIGA⁸ yang merupakan lembaga penelitian independen dan bersifat non-profit. Pada saat krisis 1998, AKATIGA melakukan riset yang berasal dari 800 pelaku UMKM yang tersebar hingga ke Sumatra dan Sulawesi. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa adanya krisis 1998 tidak membawa pengaruh negatif kepada sektor UMKM. Hal ini dikarenakan UMKM yang berorientasi pasar ekspor serta bahan baku yang digunakan oleh sektor UMKM berasal dari lokal yang berdampak UMKM mengalami kenaikan keuntungan. Sektor UMKM mampu bertahan dari krisis ekonomi 1998 tetapi tidak dengan sektor usaha besar yang justru tumbang oleh krisis pada tahun 1998⁹ Sektor usaha besar satu persatu mengalami gulung tikar. Hal ini dikarenakan bahan baku yang digunakan oleh sektor usaha besar banyak yang dari impor sehingga biaya yang dikeluarkan juga meningkat karena akibat dari nilai tukar rupiah terhadap mata uang dolar yang tinggi serta tidak stabil

Berbeda dari tahun 1998, pada tahun 2008, dunia dilanda dengan adanya krisis keuangan global. Krisis ini disebabkan dari runtuhnya pasar properti di Amerika Serikat. Saat krisis ini terjadi sektor UMKM tidak relatif terdampak . Hal ini dikarenakan sektor UMKM tidak memiliki keterkaitan dengan pasar global. Banyak dari UMKM yang tidak berkaitan dengan hutang luar negeri dan orientasi UMKM hanya berorientasi dengan pasar lokal¹⁰. Selain itu, data yang dikutip dari Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, faktor lain yang menyebabkan sektor UMKM dapat bertahan di masa krisis adalah UMKM tidak terpengaruh dari adanya keterbatasan pembiayaan atau kredit yang berasal dari perbankan.

⁸ The Conversation.2020.UMKM Indonesia Tahan Banting Pada Krisis 1998 Dan 2008, Tapi Tidak Saat Pandemi.<https://theconversation.com/umkm-indonesia-tahan-banting-pada-krisis-1998-dan-2008-tapi-tidak-saat-pandemi-141136>.

⁹ Pradnya Paramita Hapsari, Abdul Hakim, and Irwan Noor.2014.Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi Pemerintah Kota Batu),Jurnal Sosial Humaniora Universitas Brawijaya: 17.

¹⁰ The Conversation.2020.UMKM Indonesia Tahan Banting Pada Krisis 1998 dan 2008, Tapi Tidak Saat Pandemi.”

Berbeda dari dua kondisi krisis sebelumnya, Pada tahun 2019, UMKM menjadi salah satu sektor yang paling terdampak karena adanya pandemi *Corona virus disease* 2019 atau yang lebih dikenal dengan sebutan Covid-19. Adanya pandemi ini hampir membuat roda perekonomian Indonesia menjadi lumpuh, kondisi ini juga dipengaruhi dari adanya pemutusan hubungan kerja yang marak terjadi di masa Covid-19¹¹. Pemerintah Indonesia mengeluarkan beragam kebijakan untuk melakukan agar UMKM di tengah pandemi agar tidak berhenti. Dikutip dari Dini Sugiri¹² terdapat beberapa kebijakan yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Mikro Republik Indonesia, antara lain mencakup

1. Pemberian bantuan sosial kepada pelaku usaha dan UMKM yang tidak mampu dan berpotensi rentan
2. Memberikan insentif pajak bagi UMKM
3. Memberikan relaksasi dan melakukan restrukturisasi kredit bagi UMKM yang terdampak
4. Melakukan perluasan pembiayaan modal tenaga kerja bagi UMKM
5. Menetapkan jajaran pemerintah terkait mulai dari kementerian, BUMN hingga Pemerintah Daerah sebagai penyalur dan penyanggah produk-produk UMKM
6. Melakukan pelatihan daring secara rutin dan terjadwal

Adanya kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah menjadi bukti bahwasanya salah satu tonggak utama bangsa Indonesia adalah dari sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Perekonomian Indonesia akan terhenti apabila UMKM tidak bekerja untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Untuk menunjukan dukungan terhadap tumbuh kembang UMKM dibutuhkan dukungan kebijakan dari pemerintah, dimana kebijakan untuk UMKM ini

¹¹ Ari Susanti,.2020.Strategi UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 Jurnal Pengabdian Ilmiah Masyarakat STIE Surakarta.

¹² Dani Sugiri.2020.Menyelematkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dari Dampak Pandemi Covid-19, Jurnal Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi STAN.

harus mendukung fleksibilitas dan inovasi untuk mengembangkan diservifikasi bisnis UMKM. Kebijakan untuk mendukung UMKM bisa berupa bantuan keuangan, forum-forum konsultasi dan informasi mengenai jaringan kemitraan yang mendukung tumbuh kembang UMKM¹³.

UMKM menghadapi beberapa kendala besar terlebih disituasi pandemi seperti yang terjadi saat ini. Kontribusi UMKM pada perekonomian bangsa dan negara menjadi sangat strategis dan sangat fundamental terhadap perekonomian. Menurut Pakpahan UMKM di masa pandemi ini berdampak pada turunnya daya beli dan konsumsi masyarakat sehingga berdampak pemutusan hubungan kerja dan ancaman macetnya pembayaran kredit¹⁴. Tidak berhenti di situ, menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia yang dikutip dari Kompas.com menyampaikan bahwa sebanyak 37.000 UMKM di seluruh Indonesia, UMKM mengalami penurunan penjualan sebanyak 56%, kemudian 22% UMKM mengalami permasalahan pada faktor pembiayaan, disusul dengan 15% UMKM mengalami permasalahan pada distribusi barang serta sebanyak 4% UMKM mendapatkan masalah untuk mendapatkan bahan baku mentah¹⁵

Dengan demikian, seharusnya UMKM harus mendapat perhatian yang besar dari para pembuat kebijakan baik di tingkat pusat maupun di tingkat daerah. Tetapi pada saat ini masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh UMKM terlebih di tengah

¹³ A. Niño-Amézquita, J., Dubrovsky, V., & Jankurová.2017.Innovations and Competitiveness in Regional Development: A Comparison of Latin America, Europe, and China., *Czech Journal of Social Science,Business and Economics* 6: 28–36, <https://doi.org/https://doi.org/10.24984/cjssbe.2017.6.1.4>.

¹⁴ Aknolt Kristian Pakpahan Pakpahan.2020.Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah,*Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*: 59–64, <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>.

¹⁵ Kompas.com.2020.Sebanyak 37.000 UMKM Terdampak Virus Corona, <https://money.kompas.com/read/2020/04/17/051200426/sebanyak-37.000-umkm-terdampak-virus-corona>.

pandemi seperti saat ini. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM mencakup beberapa hal yang meliputi :¹⁶

1. Sulitnya akses permodalan
2. Sulitnya dalam bidang pemasaran produk
3. Sulitnya mendapatkan bahan baku produk
4. Tidak memiliki keahlian yang cukup untuk membuat produk
5. Kurangnya kemampuan yang bersifat manajerial
6. Adanya iklim usaha yang tidak mendukung seperti perizinan ,aturan, perundang-undangan

Selain itu, kendala dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM dimasa seperti saat ini adalah UMKM berhadapan langsung dengan kemajuan ilmu teknologi yang sangat cepat dan dengan adanya situasi global seperti kemunculan internet, kemunculan jasa logistik baru hingga pelayanan transportasi berbasis daring. Menurut Deputi Bidang Kelembagaan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM harus bersifat produktif di tengah perubahan terlebih di tengah situasi pandemi. Hal ini dilakukan dengan cara melakukan penggabungan sektor perdagangan secara luar jaringan menjadi sektor perdagangan yang berbasis dalam jaringan daring¹⁷. Masalah yang lain yang dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya akses ke sumber daya informasi, khususnya informasi mengenai perkembangan pasar¹⁸. Hal ini merupakan kendala yang utama dihadapi oleh UMKM atau bahkan bisa dikatakan salah satu kelemahan UMKM. Karena kurangnya akses ke sumber daya informasi terutama informasi mengenai pasar mengakibatkan lemahnya daya saing produk UMKM. Dengan keterbatasan sumber daya informasi tersebut menjadikan UMKM tidak dapat

¹⁶ Amiruddin, "Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan."

¹⁷ Tagar.id.2020.KemkopUKM : UMKM Offline Ke Online Survive Di Tengah Pandemi.

¹⁸ Effendi Ishak.2005.Peranan Informasi Bagi Kemajuan UKM," Jurnal Kedaulatan Rakyat.

mengarahkan pengembangan usahanya secara jelas dan terarah sehingga berdampak pada perkembangan UMKM yang stagnan¹⁹

UMKM di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2020 memberikan sumbangsih sebanyak 54% dari Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB)²⁰. Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang sektor UMKM-nya memiliki peran yang sangat strategis dalam memajukan perekonomian daerah²¹. Provinsi Jawa Timur dalam mengembangkan geliat UMKM mengeluarkan beberapa peraturan. Salah satunya peraturan mengenai Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2007 Tentang Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Berikut ini adalah Tabel Jumlah UMKM di Jawa Timur

Tabel I.4 Jumlah Total UMKM di Provinsi Jawa Timur Tahun 2021

No	Total Usaha	Jumlah	Persen (%)
1.	Usaha Mikro	9.133.859	93,37%
2.	Usaha Kecil	579.567	5,92%
3.	Usaha Menengah	68.835	0,70%
Total		9.782.262	100%

Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur

Dari adanya data diatas, UMKM di Provinsi Jawa Timur memiliki jumlah yang sangat banyak dengan total UMKM Provinsi Jawa Timur sebanyak 9.782.262 dengan rincian Usaha Mikro sebanyak 9.133.859 atau 93,37% kemudian disusul oleh Usaha Kecil sebanyak 579,567 atau 5,92% dan yang terakhir Usaha Menengah sebanyak 68.835 atau sebanyak 0,70%. Selain itu, Pemerintah Provinsi Jawa Timur juga memberikan pemberdayaan pelaku UMKM di Jawa Timur sebagaimana yang tertuang

¹⁹ Kristina Sedyastuti.2018.Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kanca Global. Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia 1 :2.

²⁰ Kontan Regional.2020.UMKM Menjadi Elemen Penting Pemulihan Ekonomi Di Jawa Timur, <https://regional.kontan.co.id/news/umkm-menjadi-elemen-penting-pemulihan-ekonomi-di-jawa-timur> .

²¹ Amiruddin, “Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan.”

dalam Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 22 Tahun 2018 Tentang Peraturan Pelaksanaan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang meliputi

- a. Pendataan Inventarisasi dan Identifikasi Jenis Usaha di Masyarakat
- b. Penyuluhan dan Sosialisasi
- c. Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan
- d. Memfasilitasi Berbagai Jenis Usaha ke Dalam Kelompok dan Sentra
- e. Memberikan Bimbingan Teknis serta Pengelola Usaha
- f. Memberi Fasilitas ke Akses Permodalan Serta Skema Kredit
- g. Memfasilitas Jaringan Usaha
- h. Memfasilitasi HKI
- i. Memfasilitasi pemasaran serta promosi usaha
- j. Kemudahan Akses Pengurusan dan Perijinan Usaha
- k. Memfasilitasi kerjasama serta kemitraan

Kota Surabaya merupakan salah satu kota metropolitan yang ada di Provinsi Jawa Timur. Kota Surabaya juga merupakan Ibukota dari Provinsi Jawa Timur. Kota Surabaya memiliki perkembangan UMKM yang selalu meningkat setiap tahunnya. Hal itu terbukti pada paparan tabel 5 yang ada di bawah ini :

Tabel I.5 Jumlah UMKM di Kota Surabaya Tahun 2014-2021

Tahun	Jumlah UMKM
2014	25.353
2015	25.147
2016	26.037
2017	26.800
2021	40.679

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya (diolah oleh penulis)

Dari adanya tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah UMKM di Kota Surabaya selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun

2017, Jumlah UMKM di Kota Surabaya sebanyak 29.507 usaha. Menurut Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya pada tahun 2020 hingga awal 2021 meningkat mencapai 40 ribu UMKM baru²². Menurut Wakil Ketua Komisi B DPRD Anas Karno yang dikutip oleh Jawa pos (2021)²³ mengemukakan bahwa “UMKM harus dilakukan pengembangan karena UMKM adalah motor penggerak ekonomi rakyat dan bisa mendorong pertumbuhan dan pemulihan ekonomi”. Berikut ini adalah data Produk Domestik Bruto Kota Surabaya menurut lapangan usaha tahun 2019 dan 2020 yang dapat dilihat di tabel bawah ini

Tabel I.6 Produk Domestik Bruto Kota Surabaya pada Tahun 2019 – 2020

(dalam Miliar Rupiah)

No	Lapangan Usaha	Tahun 2019	Tahun 2020
1.	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	928,40	889,33
2.	Pertambangan dan Penggalian	33,53	31,94
3.	Industri Pengelolahaan	109,205	107,416
4.	Pengadaan Air, Pengelolahaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	2,263	2,237
5.	Pengadaan Listrik dan Gas	2,311	2,362
6.	Konstruksi	54,649	51,969
7.	Perdagangan Besar dan Eceran ; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	161,032	149,246
8.	Transportasi dan Pergudangan	31,420	29,794
9.	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	95.519	85.618
10.	Informasi dan Komunikasi	30,770	33,247
11.	Jasa Keuangan dan Asuransi	29,413	29,183
12.	Real Estat	14,947	15,354

²² Jawa Pos.2021. Selama Pandemi UMKM Di Kota Surabaya Melejit Hingga 40 Ribu. <https://www.jawapos.com/surabaya/25/02/2021/selama-pandemi-umkm-di-surabaya-meningkat-hingga-40-ribu-unit/>.

²³ Ibid. hal 18

13.	Jasa Perusahaan	14,930	14,116
14.	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial	8.054	8,238
15.	Jasa Pendidikan	14,007	14,540
16.	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	4,432	4,480
17.	Jasa Lainnya	8.159	6.198
Produk Domestik Regional		580,488	554.509

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Surabaya (2016-2020)

Dari data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwasanya produk domestik bruto di Kota Surabaya pada tahun 2019-2020 didominasi dari sektor perdagangan sebanyak 161,032 Miliar pada tahun 2019 dan 149,246 Miliar di tahun 2020. Kemudian di posisi berikutnya terdapat industri pengolahan, sebanyak 109, 205 Miliar pada tahun 2019 dan sebanyak 107,416 pada tahun 2020. Dari adanya data di atas juga menunjukan bahwasanya roda perekonomian Kota Surabaya di ompang oleh sektor perdagangan sehingga dengan hal ini dapat dikatakan bahwasanya sektor perdagangan memiliki andil yang besar dalam perekonomian di Kota Surabaya.

Untuk mengembangkan UMKM di Kota Surabaya, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya melakukan berbagai pemberdayaan seperti adanya tempat dagang (Sentra Usaha bagi para pelaku UMKM) yang tersebar di Kota Surabaya seperti di jalan MERR, Sentra Usaha UKM Bandara Juanda, Sentra Usaha UKM ITC MALL dan juga Sentra Usaha *North Quay* atau Pelindo. Sentra usaha di Kota Surabaya ini akan ditambah lagi yang akan berlokasi di Kebun Binatang Surabaya (KBS), Jembatan Merah Plaza (JMP) dan juga di salah satu tempat wisata di Kota Surabaya. Adanya Sentra Usaha ini bertujuan untuk membantu masyarakat yang sudah memiliki produk usaha dan sedang membutuhkan tempat untuk

memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas²⁴. Berikut ini adalah penjelasan omzet tiap sentra UKM milik Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya.

Tabel I.7 Data Omzet Sentra UKM Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya 2016-2017

No	Sentra UKM	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
1.	Sentra UKM Merr	Rp. 425,4 juta	Rp. 432,2 juta	Rp. 43,2 juta
2.	Sentra UKM Siola	Rp. 740,2 juta	Rp. 1 Miliar lebih	Rp. 113,2 juta
3.	Sentra UKM Cito	Rp. 103,2 juta	Rp. 141,4 juta	-
4.	Sentra UKM ITC	Rp. 214,2 juta	Rp. Rp 261,4 juta	-
5.	Sentra UKM Bandara Juanda	-	Rp. 18 juta	Rp. 0 (diliburkan)
6.	Sentra UKM North Quay/Pelindo	-	Rp. 27 juta	Rp. 20 juta
7.	Sentra UKM Park n Ride	-	Rp. 2,5 juta	Rp. 2 juta

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya (2018)

Dari adanya data diatas dapat diketahui bahwasanya Sentra UKM Siola memiliki omzet yang cukup tinggi dari tahun 2016 yang mendapat 425,4 juta dan kemudian di tahun 2017 memperoleh omzet sebanyak Rp 1 miliar lebih. Menurut Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya Arini Pakistyaningsih yang dikutip dari laman Bangsa Surabaya (2018) mengemukakan bahwa perputaran ekonomi di Kota Surabaya juga dipengaruhi oleh

²⁴ Bangsa Surabaya(2).2018.Kembangkan UKM, Pemkot Surabaya Bakal Tambah 3 Sentra UKM. <https://bangga.surabaya.go.id/2018/02/21/kembangkan-ukm-pemkot-surabaya-bakal-tambah-3-sentra-ukm/>.

UMKM²⁵. Adanya sentra UKM ini menjadi bukti komitmen dan tekad Pemerintah Kota Surabaya dalam memajukan UKM khususnya di bidang pemasaran dan bidang promosi di Kota Surabaya.

Sebagai tekad dan komitmen dalam mengembangkan UMKM, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya berperan untuk mengembangkan potensi UMKM khususnya dibidang Distribusi, Pelayanan serta, Pemasaran Produk pelaku UMKM binaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Berikut ini adalah tabel UMKM binaan Tokopedia Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya.

Tabel I.8 UMKM binaan Dinas Koperasi,Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya

No	Nama Pemilik	Jenis Usaha	Alamat
1.	Sri Marilyn	Fashion	Jalan Jambangan 2B
2.	Amalia Amsha	Fashion	Jalan Ngagel Mulyo
3.	Lila	Fashion	Jalan Kebonsari
4.	Novita Rahayu	Fashion	Jalan Kenjeran 243
5.	Siti Sulaikah	Fashion	Jalan Banyu urip Kidul
6.	Sunarsih	Fashion	Jalan Simo Kwegaeen
7.	Hadi Suwarti	Kerajinan Tangan	Jalan Ngagel Tirta I
8.	Astin Aftika	Kerajinan Tangan	Jalan Ngaglik Baru III
9.	Peny Vitri Saumun	Kerajinan Tangan	Jalan Kedung Doro 8

²⁵ Bangga Surabaya(1).2018.Dampak Kunjungan Kerja Terhadap Perputaran Ekonomi Di Surabaya, <https://bangga.surabaya.go.id/2018/03/17/dampak-kunjungan-kerja-terhadap-perputaran-ekonomi-di-surabaya/>.

10.	Wulan Sektya	Kerajinan Tangan	Jalan Jambangan
11.	Emi Tambawati	Kerajinan Tangan	Jalan Ploso Timur 8/90
12.	Ine Ginawati	Kerajinan Tangan	Jalan Pagesangan 3/5
13.	Puji Rahayu	Kerajinan Tangan	Jalan Pagesangan 3B
14.	Sumami	Makanan	Jalan Sawo Bringin
15.	Mariyana Fitriyah	Makanan	Jalan Purwodadi 2/67
16.	Dian Puspitaningrum	Makanan	Jalan Dukuh Bulak Banteng
17.	Astin Aftika	Makanan	Jalan Ngaglik Baru 3/2
18.	Umi Kalsium	Makanan	Jalan Sidotop Wetan
19.	Dahlia	Makanan	Jalan Gresik Nomor 18
20.	Inggit Dahmayanti	Makanan	Jalan Perum Kehakiman
21.	Elvie Noor Aziza	Makanan	Jalan Jambangan
22.	Dian Novita Sari	Makanan	Jalan Taman Wiguna Surabaya
23.	Diah Afiranti	Makanan	Jalan Ketandan Baru nomor 2
24.	Yenny Mei Siana	Makanan	Jalan Manukan Lor nomor 5
25.	Anik Mahmuda	Makanan	Jalan Kebonsari VII/18
26.	Cicilia Sandra	Makanan	Jalan Kebonsari V nomor 2
27.	Riti Arianik	Makanan	Jalan Genteng Sidomulyo
28.	Vonny Arisanti	Makanan	Jalan Tapak Siring nomor 4
29.	Dewi Harika	Makanan	Jalan Sono Indah 2/17
30.	Tjitiyek S	Makanan	Jalan Gunung Anyar nomor 1

31.	Eko Priyono	Makanan	Jalan Balongsari
32.	Andri Absari	Makanan	Jalan Bratang Binangun
33.	Fitri Rohmana	Makanan	Jalan Lempung Perdamaian
34.	Agie Kusuma	Minuman	Jalan Wonocolo gang Buntu
35.	Suhalpian	Minuman	Jalan Jambangan
36.	Rangga Pamungkas	Minuman	Jalan Rungkut Lor
37.	Dedy Kurnia Sudarman	Minuman	Jalan Karang empat Besar
38.	Andreas Tomo	Minuman	Jalan Taman Darmo
39.	Yuyun Sulistyowati	Minuman	Jalan Jolotundo
40.	Alex Susanto	Minuman	Jalan Rungkut Mejoyo
41.	Eva Rianti	Minuman	Jalan Peneleh XI nomor 45
42.	Sulasi	Minuman	Jalan Kupang Gunung
43.	Rusni	Minuman	Jalan Kembang Kuning

Sumber : Dinas Koperasi,Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya (2022)

Dari adanya tabel 6 diatas menunjukkan bahwa daftar UMKM binaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. dapat dilihat dari data tabel tersebut menunjukkan nama pemilik, usaha UMKM, alamat serta produk yang dihasilkan di UMKM tersebut. UMKM binaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dikategorikan menjadi beberapa jenis produk yang meliputi *fashion*, makanan & minuman serta kerajinan tangan.

Dimasa pandemi Covid-19 ini, hampir membuat para pelaku usaha UMKM gulung tikar dikarenakan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar ataupun yang lebih dikenal dengan sebutan PSBB. Menurut Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo), Ikhsan Ingratubun, adanya kegiatan tersebut menjatuhkan UMKM yang

sedang bertahan di masa pandemi ini²⁶. Hal ini dikarenakan adanya pembatasan yang dikeluarkan oleh masyarakat sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM. Para pelaku usaha UMKM yang terkena dampak pembatasan sosial ini bisa berupa tempat pelaku UMKM yang ditutup sehingga tidak ada pemasukan lagi untuk sektor UMKM.

Oleh karena itu, dimasa pandemi ini membutuhkan strategi kompleks bagi para pelaku UMKM agar bisa bertahan. Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya melakukan serangkaian strategi untuk menyelamatkan UMKM salah satu di antaranya adalah melakukan kemitraan dengan sektor swasta. Tepat pada HUT Kota Surabaya ke 728 tahun 2021, Pemerintah Kota Surabaya melakukan tanda tangan MoU (*Memorandum of Understanding*) dengan 15 *stakeholder* mitra kerja Pemerintah Kota Surabaya. Pada dasarnya kemitraan ini dilakukan untuk komitmen bersama dalam rangka memberikan pelayanan dan kesejahteraan bagi warga Kota Surabaya²⁷. Termasuk salah satu tujuannya adalah mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) hingga ke tahap pemasarannya. Nantinya UMKM akan diarahkan ke *marketplace* mitra kerja pemerintah supaya bisa eksis dan terkenal hingga internasional. Sebelum adanya kemitraan dengan Tokopedia dalam pengembangan UMKM di masa pandemi, UMKM di Kota Surabaya khususnya UMKM yang terdaftar sebagai binaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan, dimana binaan yang mengikuti adalah termasuk ke dalam kategori UMKM pemula di Kota Surabaya belum beralih bisnis menjadi *online*. Banyak pelaku usaha hanya berjualan secara konvensional tidak memasarkan barang jualan secara daring²⁸. Sejak adanya kemitraan dengan Tokopedia

²⁶ Media Indonesia.com.2021.Gara-Gara Pandemi Covid-19, Diperkirakan 30 Juta UMKM Bangkrut <https://mediaindonesia.com/ekonomi/433606/gara-gara-pandemi-covid-19-diperkirakan-30-juta-umkm-bangkrut>.

²⁷ Times Indonesia.2021.Tokopedia Catat Kenaikan Penjualan Online Produk Home and Living Dua Kali Lipat., <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/349993/tokopedia-catat-kenaikan-penjualan-online-produk-home-and-living-dua-kali-lipat>.

²⁸ DPMPSTP Kota Surabaya.2021.<https://dpm-ptsp.surabaya.go.id/v3/detailpost/pemkot-dan-goto-berkolaborasi-angkat-umkm-surabaya-untuk-bangkitbersama>

dalam pengembangan UMKM, keuntungan oleh UMKM meningkat hal ini berasal dari harga produk UMKM yang dipasarkan kepada konsumen disertai dengan promo serta gratis ongkos kirim sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli produk UMKM binaan. Selain itu, UMKM juga mendapatkan peningkatan pendapatan sebesar 50 persen.

Pelaksanaan kemitraan usaha sebenarnya sudah dimulai sejak tahun 1995. Kemitraan usaha ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995. Kemitraan usaha ini dikembangkan oleh Departemen Perindustrian yang berbentuk bapak angkat (usaha besar) dan anak angkat (usaha kecil). Dalam model kemitraan ini, peran bapak angkat dipegang oleh BUMN yang dimana dalam prosesnya BUMN tidak perlu memiliki keterkaitan usaha dengan mitra usahanya. Model kemitraan di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua yaitu pola keterkaitan langsung dan pola keterkaitan tidak langsung. Berikut ini pola keterkaitan langsung meliputi :

1. Pola PIR (Perkebunan Inti Rakyat)

Pola ini terdapat peran bapak angkat (usaha besar) yang berperan sebagai inti dan peran anak angkat (usaha kecil) sebagai plasma. Biasanya pola ini digunakan di sektor-sektor pertanian maupun perkebunan.

2. Pola Dagang

Peran bapak angkat (usaha besar) berperan sebagai pemasar produk-produk yang dihasilkan oleh mitra usahanya (anak angkat)

3. Pola Vendor

Pola vendor ini sedikit unik karena barang yang dihasilkan oleh anak angkat (usaha kecil) tidak memiliki hubungan dengan produk yang dihasilkan bapak angkatnya (usaha besar). Contohnya di pola vendor ini adalah PT Krakatau

Steel yang berfokus kepada industri pengolahan baja tetapi memiliki anak angkat perusahaan penghasil emping

4. Pola Subkontrak

Dalam proses produksi produk-produk anak angkat (usaha kecil) terdapat suatu proses produksi usaha yang dilakukan oleh bapak angkat (usaha besar). Keterkaitan ini bisa dapat bentuk keterkaitan teknis produksi, keterkaitan dalam keuangan maupun juga informasi

Pola keterkaitan tidak langsung merupakan pola pembinaan yang murni. Karena pola ini tidak ada hubungan bisnis dengan bapak angkat dengan mitra usahanya. Contoh pola keterkaitan tidak langsung ini misalnya pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh perguruan tinggi sebagai implementasi dari Tri Dharma perguruan tinggi. Contoh pembinaan yang dilakukan sebagai bagian dari pengabdian masyarakat biasanya meliputi pelatihan, bimbingan usaha, konsultasi bisnis, monitoring usaha dan juga seminar.

Adanya model kemitraan telah diatur ke dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang meliputi inti-plasma, subkontrak, waralaba, perdagangan umum, distribusi dan keagenan serta model kemitraan lainnya. Pada masa pandemi Covid-19 ini Kota Surabaya melakukan kemitraan dengan Tokopedia dengan tujuan untuk pemberdayaan usaha mikro dan juga pengembangan ekonomi digital di Kota Surabaya. Kemitraan yang terjalin antara Tokopedia dengan Pemerintah Kota Surabaya dalam pengembangan UMKM di masa pandemi Covid-19. Dimana dalam masa Covid-19 memerlukan cara-cara baru untuk bertahan salah satunya untuk mengembangkan UMKM bisa memanfaatkan *marketplace*²⁹. Salah satunya *marketplace* adalah Tokopedia. Pemerintah Kota

²⁹ Wijoyo dkk. 2021. Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi. ICM Publisher. Hal 17

Surabaya berkerjasama dengan tujuan untuk mengembangkan UMKM Kota Surabaya di masa pandemi Covid-19. Adanya kemitraan ini diharapkan bisa memberika dampak yang signifikan terhadap masalah yang di alami oleh UMKM dan mengembangkan UMKM di Kota Surabaya serta juga masing-masing pihak yang terlibat bisa memliki peran yang disinergikan dan saling mendukung satu sama lain,\.



Gambar I.1 Proses Penandatanganan MoU Kerjasama antar 15 Stakeholder

Adanya langkah pengembangan UMKM seperti ini sering dikenal dengan sebutan “Digitalisasi UMKM atau *UMKM Go Digital*. Salah satu mitra yang menagani kerjasama tersebut adalah Tokopedia. Adanya kemitraan antara publik dengan swasta dalam pengembangan Usaha Kecil dan Mikro ini tertuang dalam Pasal 13 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang menjelaskan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah dapat menumbuhkan iklim usaha dengan menetapkan peraturan perundangan dan kebijakan yang salah satu aspeknya meliputi kemitraan.

Salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia, Tokopedia hadir dalam membantu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Tokopedia mengeluarkan inisiatif “*hyperlocal*” yang mana inisiatif ini merupakan salah satu bentuk dukungan Tokopedia untuk membantu usaha lokal terlebih di situasi pandemi seperti saat ini. Adanya inisiatif ini merupakan salah satu wujud misi untuk melakukan pemerataan ekonomi secara digital. Menurut Trian Nugroho yang merupakan *Head of Regional Expansion*, Tokopedia fokus untuk mendukung geliat usaha lokal agar untuk terus

mengembangkan usaha. Tokopedia juga membantu untuk memaksimalkan peran UMKM, meningkatkan daya saing bisnis UMKM terlebih di tengah pandemi Covid-19 dengan melakukan pemanfaatan teknologi³⁰

Tokopedia menyadari bahwa peran UMKM lokal sangat berpengaruh dalam menggerakkan perekonomian daerah. Untuk melakukan itu, Tokopedia hadir membantu UMKM dalam bentuk pendampingan dan edukasi kepada para pelaku UMKM seperti dalam bentuk webinar dan juga dalam bentuk *community gathering* yang mana hal ini bisa menjadi tempat untuk saling bertukar informasi bagi para penjual. GoTo Group sebagai salah satu raksasa grup teknologi terbesar di Indonesia yang menaungi Gojek, Tokopedia dan GoTo Financial menghadirkan gerakan #BangkitBersama yang bertujuan untuk mendukung UMKM agar bisa bangkit ditengah pandemi dan juga adanya program ini sebagai ajang untuk mendorong produk lokal agar bisa menjadi tuan rumah di negara sendiri. Tokopedia sebagai salah satu bagian dari GoTo grup memperkenalkan program “Kumpulan Toko Pilihan” atau yang disingkat dengan KTP yang dimulai pada Oktober 2020. Program ini berhasil meningkatkan jumlah pembeli pada UMKM di kota-kota yang menjadi fokus tim Tokopedia *Regional Growth Expansion* (RGX). Adapun kota-kota tersebut meliputi Medan, Palembang, Bandung, Semarang, Surabaya, Malang dan Makassar.

Program “KTP” ini meningkat hingga 11x lipat. Selain program KTP, Tokopedia juga berkolaborasi dengan mitra strategis termasuk pemerintah daerah. Hal ini bertujuan mengakselerasi platform digital bagi UMKM lokal. Contoh adanya kolaborasi Tokopedia dengan pemerintah seperti event *Jatim Fair* dan Festival Produk Lokal Kota Batu. Adanya program-program yang dikeluarkan oleh Tokopedia untuk membantu UMKM membawa hasil kenaikan yang cukup signifikan. Hingga saat ini, jumlah penjual UMKM yang ada di naungan Tokopedia yang dari 7,2 juta penjual

³⁰ Tokopedia Blog.2021.Tokopedia Dorong UMKM Lokal Lewat Inisiatif Hyperlocal.
<https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-dorong-umkm-lokal-lewat-inisiatif-hyperlocal/> .

menjadi lebih dari 10 juta penjual saat ini³¹. Tokopedia dengan slogan #SelaluAdaSelaluBisa akan mendukung keberadaan serta tumbuh UMKM lokal melalui beberapa insiatif, kolaborasi dan juga melalui inovasi digital.

Tokopedia melakukan kerjasama dengan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Kerjasama yang terjalin ini agar UMKM binaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya bisa memperluas jangkauan produk dan memperkenalkan produk-produk UMKM binaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Tokopedia Regional Kota Surabaya dan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Adapun kegiatan yang dilakukan meliputi pelatihan Kelas Maju Digital Pemula GoTo bagi UMKM, pelatihan *Digital Marketing*, Manajemen Keuangan untuk UMKM dan Pemasaran Produk UMKM. Menurut portal berita *online* Radar Surabaya, transaksi tertinggi di Kota Surabaya terjadi di wilayah kecamatan Sukolilo, Mulyorejo, Rungkut, Waru dan juga Tambaksari. Adapun kategori yang paling laris meliputi kesehatan, makanan dan minuman, kebutuhan rumah tangga, elektronik, *gadget* seperti Handphone dan tablet, kecantikan hingga otomotif menjadi kategori yang paling laris di Kota Surabaya³²

Adanya pelatihan ini digelar agar kemampuan bisnis para pelaku usaha mikro kecil dapat memperkuat daya saingnya secara berkelanjutan. Melalui pelatihan ini UMKM didorong untuk bisa beradaptasi khususnya melalui O2O (*offline to online*). Berikut ini adalah tabel penjelasan keuntungan yang didapatkan dalam program KTP Tokopedia di Kota Surabaya

³¹ Ibid. hal 31

³² Radar Surabaya.2022.Gandeng Pemkot Surabaya, Tokopedia Dukung UMKM Dan Pemilik Warung Go-Digital. <https://radarsurabaya.jawapos.com/ekonomi/25/05/2022/gandeng-pemkot-surabaya-tokopedia-dukung-umkm-pemilik-warung-go-digital/>.

Tabel I.9 Keuntungan UMKM Mengikuti Program Tokopedia Kota Surabaya

No	Keuntungan	Sumber
1.	Pengikutsertaan UMKM pada <i>event-event</i> tertentu seperti Jatim Fair 2020 dan Jatim Fair Hybrid 2021	https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-dorong-umkm-lokal-lewat-inisiatif-hyperlocal/
2.	Adanya kelas pelatihan gratis bagi mitra binaan UMKM yang tergabung dalam program KTP Tokopedia	https://www.instagram.com/dinkopdag_surabaya/
3.	Mendapatkan promo gratis ongkos kirim bagi para konsumen yang berbelanja di UMKM Kota Surabaya.	https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211109171414-537-718790/goto-dan-pemkot-surabaya-ajak-umkm-untuk-bangkitbersama
4.	Meningkatkan kemampuan berbisnis para pengusaha UMKM melalui teknologi digital dan mendapatkan sertifikasi Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi <i>merchant</i> Tokopedia	https://radarsurabaya.jawapos.com/ekonomi/25/05/2022/gandeng-pemkot-surabaya-tokopedia-dukung-umkm-pemilik-warung-go-digital/





Gambar I.2 Kelas Pelatihan Pemerintah Kota Surabaya Bersama Tokopedia

Berikut ini adalah studi terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang diangkat oleh penulis. Dimana studi terdahulu ini akan menjadi acuan yang dijelaskan melalui tabel dibawah ini :

Tabel I.10 Penelitian Studi Terdahulu

No	Judul	Penulis	Unit yang dianalisis	Hasil Penelitian
1.	How Entrepreneurial SMEs Compete Through Digital Platforms : The Roles of Digital Platform Capability, Network Capability and Ambidexty	Javier,Cenamor et al (2019)	Penelitian ini membahas mengenai UMKM dapat meningkatkan kinerjanya melalui platform digital. Secara khusus, penelitian in membahas kemampuan jaringan platform digital terhadap kinerja keuangan UMKM. Penelitian ini mengambil	Hasil dari penelitian ini adalah adanya platfrom digital membawa pengaruh positif terhadap kinerja UMKM dan adanya platfrom digital membantu UMKM untuk meningkatkan kemampuan dan perkembangan pelaku UMKM

			sebanyak 230 UMKM	
2.	Kemitraan PT Telkom dengan KADIN Kota Surabaya dalam Upaya Pemberdayaan UMKM Kota Surabaya.	Gilang Permata (2019)	Penelitian ini membahas mengenai pola kemitraan dan juga dampak kemitraan yang dilakukan oleh mitra binaan UMKM Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya dengan KADIN Kota Surabaya	Kemitraan yang terjalin antara PT Telkom dengan KADIN Kota Surabaya dalam meningkatkan kualitas UMKM memiliki beberapa kendala seperti perbedaan kriteria UMKM yang termasuk mitra binaan kemudian, terdapat kendala di pemasaran produk UMKM. Namun, keseluruhan pembinaan kepada UMKM binaan berjalan dengan baik karena banyak pihak yang ingin menjadi mitra binaan
3.	Partnership Strategy and Competitive Advantage to Improve the Performance of MSEs in the Creative Industry	Ratnawati (2019)	Penelitian ini membahas mengenai strategi pengembangan UMKM di bidang kemitraan khususnya dalam UMKM yang bergerak di bidang industri kreatif di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan analisis teori	Hasil penelitian ini adalah strategi pengembangan UMKM melalui kemitraan mempengaruhi keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh UMKM. Adanya penerapan kemitraan kepada UMKM dapat meningkatkan kinerja UMKM itu sendiri

			keunggulan kompetitif	
4.	Mewujudkan Kemitraan Publik-Swasta Dalam Pemberian Layanan Pendidikan di Kota Tasikmalaya	Maya Puspita (2020)	Penelitian ini mengkaji sudut pandang <i>stakeholder</i> pada kebijakan kemitraan publik dengan swasta dalam hal penyediaan pelayanan pendidikan di Kota Tasikmalaya	Hasilnya konsep mengenai <i>stakeholder</i> dalam kemitraan publik dengan swasta masih sangat terbatas dan belum adanya regulasi mengenai kemitraan publik dengan swasta merupakan faktor penghambat dalam penyediaan layanan pendidikan.
5.	Kemitraan dalam Pengembangan Potensi Pariwisata (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung	Nurhalimah, Zulfaisya (2020)	Penelitian ini membahas mengenai kemitraan dalam pengelolaan pariwisata di Kabupaten Tulungagung yang ditinjau dari pola kemitraan, faktor mempengaruhi kemitraan	Hasil dari penelitian ini adalah pola kemitraan dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Tulungagung adalah pola kemitraan kontrak kerja. Dimana pola kemitraan ini memiliki aturan yang mengikat pihak yang melakukan kemitraan. Adapun faktor yang mendukung proses kemitraan ini adalah peraturan daerah setempat yang mendukung gagasan kemitraan dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Tulungagung, Kemudian faktor penghambatnya adalah beberapa tempat pariwisata masih berada di lahan milik PT Perhutani bukan milik Dinas Kebudayaan Tulungagung. Selain itu, faktor penghambat yang lain adalah jumlah SDM yang

				terbatas, dan kualitas SDM yang masih belum baik
6.	The Role of Partnership in Production Towards Performance of Indonesia Micro and Small Enterprises	Vicaro, Vanessa dan Nawangpalupi, Cathrina Badra (2020)	Penelitian ini membahas mengenai peran kemitraan bagi pelaku UMKM dalam proses produksi dan meneliti bagaimana dampaknya terhadap UMKM	Hasil penelitian ini UMKM yang melakukan kemitraan khususnya kemitraan dalam bidang bahan baku, mesin, sarana, prasarana dan pelatan dapat meningkatkan kinerja UMKM itu sendiri. Kemitraan kepada UMKM memang membawa dampak positif seperti muncul ide-ide baru untuk perkembangan UMKM tetapi juga tak jarang ide-ide tersebut juga memerlukan waktu untuk menerapkannya di UMKM
7.	Model of Partnership Agreement between Medium Small Businesses (SMEs) and Big Businesses in Realizing Joint Welfare	Mantili, Rai (2020)	Penelitian ini membahas mengenai kemitraan UMKM dengan usaha besar dalam menciptakan kesejahteraan bersama. Penelitian ini mengkajinya dengan menganalisis prinsip-prinsip kemitraan yang dibuat pada awal perjanjian kemitraan	Hasil penelitian ini mengemukakan bahwasanya pentingnya prinsip kemitraan yang dibangun pada awal perjanjian kemitraan. Selain itu, penelitian ini juga mengemukakan bahwasanya banyak perjanjian kemitraan dengan usaha besar belum berjalan secara optimal dan masih banyak

			dan juga mengkaji penerapan etika bisnis ketika kemitraan berjalan	penyimpangan dari isi perjanjian kemitraan. Oleh karena itu, peran pemerintah untuk memberikan perlindungan untuk kesejahteraan UMKM sangatlah besar.
8.	Effects of Partnership Quality on SMEs Success : Mediating Role of Coordiantion Cpability and Organisational Agility	Liu, Hsian Ming (2020)	Penelitian ini membahas mengenai kemitraan yang dilakukan oleh perusahaan besar kepada sektor UMKM yang didasarkan dari kapabilitas koordinasi dan kelincahan organisasi. Penelitian ini menggunakan data dari 257 UMKM di Taiwan.	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas kemitraan berpengaruh terhadap proses kemitraan itu sendiri. Ketika kualitas kemitraan berjalan bagus maka akan meningkatkan kinerja organisasi kemudian juga meningkatkan kemampuan koordinasi dan kelincahan organisasi . Oleh karena itu, dalam kemitraan oleh UMKM maka UMKM harus menjaga kualitas kemitraan kepada perusahaan yang bermitra sehingga UMKM akan dapat mengatasi permasalahan yang ada
9.	Strategy of Pattern Partnerhsip in Business and Micro,Small and Medium Enterprises (MSEs) at One Stop Integrated Service and Investment Office of South Kalimantan Indonesia	Purwanto Achmad et al (2021)	Penelitian ini membahas mengenai kemitraan UMKM dengan dunia usaha yang dilakukan oleh Kantor Penanaman Modal dan Satu Pintu Pelayanan Terpadu Provinsi Kalimantan Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kemitraan dan faktor	Penelitian ini menunjukan bahwa strategi pola kemitraan berjalan optimal dan sesuai prinsip kemitraan yang meliputi kesetaraan,transparansi dan saling menguntungkan. Selain itu, ditemukan juga kendala pada kemitraan ini yang meliputi rendahnya kualitas sumber daya manusia, rendahnya akses permodalan dan kualitas produk UMKM itu sendiri

			penghambat kemitraan yang didasarkan kepada analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah deskripsi kualitatif dan metode pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara dan dokumentasi	
10.	Efforts to Maximize the Performance of SMEs and Partnerships Through Experience and Business Capital	Junaidi et al (2022)	Penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari adanya pengalaman usaha dan modal terhadap proses kemitraan UMKM dan juga kinerja UMKM. Penelitian ini mengambil 98 UMKM binaan PTPN III Nusantara yang bergerak di bidang perdagangan. Penelitian ini menggunakan analisis data <i>Structural Equation Modelling</i> dengan Smart PLS	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya modal usaha memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam proses kemitraan sedangkan pengalaman usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap kemitraan. Kesimpulannya, Modal usaha pada UMKM berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM dalam proses kemitraan

Beranjak dari adanya permasalahan UMKM yang semakin kompleks khususnya tantangan dalam mengembangkan UMKM di tengah pandemi Covid-19 maka UMKM perlu melakukan cara-cara baru agar bisa bertahan di situasi pandemi seperti saat ini. Penulis tertarik dalam mengkaji lebih dalam mengenai model kemitraan yang terjalin antara Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dan Tokopedia dalam meningkatkan UMKM di masa pandemi Covid-19.

Pada penelitian ini akan fokus untuk mendeskripsikan model kemitraan yang terjadi antara Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dan juga Tokopedia dalam mengembangkan UMKM binaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya serta mendeskripsikan peran masing-masing pihak yang terlibat antara lain Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan, kelompok UMKM dan juga Tokopedia.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang dapat ditarik oleh peneliti adalah :

1. Bagaimana model kemitraan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dengan Tokopedia dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil Kota Surabaya di masa pandemi Covid-19 ?
2. Bagaimana peran masing-masing dalam kemitraan antara Dinas Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dengan Tokopedia dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil Kota Surabaya di masa pandemi Covid-19?

I.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian, Adanya tujuan dipergunakan untuk sebagai suatu panduan atau adanya tujuan juga dapat dijadikan sebuah pedoman untuk membahas mengenai penelitian yang diteliti. Adanya tujuan juga untuk menjawab permasalahan penelitian yang diangkat oleh peneliti. Tujuan umum dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan model kemitraan antara Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dengan Tokopedia dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil di Kota Surabaya
2. Mendeskripsikan peran masing-masing yang melakukan kemitraan yang meliputi Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan

Kota Surabaya dan Tokopedia dalam mengembangkan Usaha Kecil di Kota Surabaya

I.4 Manfaat

Perwujudan dari tujuan penelitian yang diangkat oleh peneliti adalah memberikan manfaat bagi para pembacanya. Dalam kontes manfaat penelitian, manfaat dibagi menjadi 2 (dua) yang meliputi manfaat akademis dan manfaat praktis.

I.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat teoritis yakni sebagai bahan rujukan penelitian serta bahan pengembangan lebih lanjut dalam penerapan bidang ilmu yang secara dalam, khususnya membahas mengenai kemitraan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dengan Tokopedia dalam mengembangkan Usaha Kecil Mikro binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya di masa pandemi Covid-19.

I.4.2 Manfaat Praktis

Selain manfaat akademis, dalam penelitian ini juga terdapat manfaat praktis yang mana peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan perbaikan dan evaluasi bagi pemerintahan terkait kemitraan publik dan swasta Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dalam mengembangkan Usaha Kecil Mikro binaan di masa pandemi Covid-19 serta bisa memberikan gambaran kepada masyarakat, pemerintah dan organisasi privat mengenai kemitraan publik dan swasta dalam mengembangkan UMKM di masa pandemi Covid-19

I.5 Kerangka Konseptual

Dikutip dalam Snelbecker dalam Moleong³³ mengemukakan teori sebagai sebuah seperangkat proposisi yang berinteraksi dengan sintaksi (yaitu mengikuti aturan

³³ Dr Lexy J Moelong.1998. Metodologi Penelitian Kualitatif. Cetakan 9 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

tertentu yang dapat dihubungkan secara logis dengan lainnya yang didasarkan pada dasar yang dapat diamati). Adanya teori ini berfungsi sebagai suatu media yang digunakan untuk meramalkan dan menjelaskan fenomena yang ingin diamati. Dalam penelitian ini akan dijabarkan beberapa konsep. Maka dari itu, akan dikembangkan beberapa teori dalam penelitian yakni :

I.5.1 Usaha Mikro,Kecil dan Menengah (UMKM)

I.5.1.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Berikut ini definisi dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu :

- a. Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria usaha mikro yang mana yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.
- b. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan secara perorangan yang berdiri sendiri atau juga bisa dari badan usaha yang bukan termasuk ke dalam anak perusahaan atau cabang perusahaan tertentu baik secara langsung ataupun tidak langsung yang memenuhi kriteria usaha kecil yang tertuang di peraturan perundang-undangan.
- c. Usaha Menengah adalah suatu usaha ekonomi yang didirikan secara perorangan dilakukan dengan berdiri sendiri atau Usaha Menengah juga bisa didirikan oleh badan usaha yang bukan termasuk anak perusahaan ataupun cabang perusahaan yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Menurut Kementerian Koperasi,Usaha Mikro dan Menengah, menjelaskan bahwa definisi UMKM adalah sebagai berikut

- a. Usaha Kecil (UK) merupakan yang termasuk Usaha Mikro adalah sebuah usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp.

200.000.000 yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta nemiliki jumlah tahunan paling banyak sebesar Rp. 1.000.000.000

- b. Usaha Menengah (UM) adalah sebuah usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki jumlah kekayaan bersih sebanyak lebih dari Rp. 200.000.000 s.d Rp. 10.000.000 dan tidak termasuk tanah dan bangunan

Menurut Hamidah dkk³⁴ (2019) menjelaskan bahwa definisi Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Yang ditinjau dari segi jumlah usaha UMKM atau ditinjau dari segi penciptaan lapangan pekerjaan. Karena dengan hadirnya UMKM akan bisa membuat lapangan pekerjaan bagi masyarakat serta dengan adanya UMKM bisa turut serta dalam meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha UMKM itu sendiri.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dibagi berdasarkan penggunaan jumlah tenaga kerja pada setiap unit usaha. Usaha Mikro merupakan sebuah unit usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang. Usaha Kecil adalah sebuah unit usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 5 orang hingga 19 orang. Sedangkan Usaha Menengah merupakan sebuah unit usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20 orang hingga 99 orang.

Menurut Satori dkk³⁵ mengemukakan bahwa Usaha Kecil, Mikro dan Menengah adalah salah satu usaha yang memiliki ciri struktur organisasi yang sangat sederhana, memiliki jumlah tenaga kerja yang tidak banyak, hierarki

³⁴ Hamidah, Q. R., Sejati, A. T. P., & Mujahidah, A. Z. (2019). The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial Revolution 4.0. Social, Humanities, and Education Studies (SHEs): Conference Series, 53(9), 1689–1699.

³⁵ Satori, Yayat Suryatna, S. (2011). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Melalui Program CSR PT. Indocement. Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).

organisasi yang sederhana, pembagian pekerjaan yang sederhana dan biasanya jarang menggunakan perencanaan serta aktivitasnya bersifat informal.

Berikut ini adalah definisi UKM di beberapa negara yang dari Lee yang dikutip dari Amiruddin³⁶ adalah sebagai berikut :

1. Brunei Darussalam : Usaha Kecil Menengah merupakan sebuah perusahaan dengan jumlah pekerja kurang dari 100 orang
2. Jepang : Suatu usaha yang memiliki total pekerja kurang dari 300 orang serta memiliki modal investasi kurang dari 30 juta yen
3. Hongkong : Usaha yang memiliki pekerja kurang dari 100 orang
4. Malaysia : Suatu perusahaan yang memiliki pekerja penuh waktu dimana total pegawainya adalah kurang dari 75 orang dan hanya memiliki dana dibawah 25 juta RM
5. Prancis : Usaha Kecil adalah suatu usaha yang memiliki jumlah pegawai kurang dari 10 orang. Sedangkan usaha menengah adalah suatu usaha yang memiliki pekerja sebanyak 10-40 orang.
6. Filipina : Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pegawai 10 hingga 99 pegawai dengan keseluruhan total aset yang dimiliki oleh usaha tersebut sebanyak 1,5 juta peso. Sedangkan usaha menengah adalah suatu usaha yang memiliki total pegawai lebih dari 100 orang dan usaha tersebut memiliki total aset sebesar 60 juta peso.

I.5.1.2 Kriteria Usaha Kecil, Mikro dan Menengah

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha Kecil Mikro memiliki beberapa kriteria yang

³⁶ Amiruddin, "Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan."

berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Berikut ini adalah ketentuan usaha mikro kecil adalah sebagai berikut

- a. Usaha Mikro memiliki modal usaha yang paling banyak berjumlah Rp. 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) dan memiliki hasil penjualan satu tahun paling banyak Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah). Hal ini tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha yang dimiliki.
- b. Usaha Kecil memiliki modal usaha yang lebih dari Rp. 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) dan memiliki modal paling banyak sejumlah Rp 5.000.000.000 (lima miliar rupiah) serta usaha kecil memiliki hasil penjualan satu tahun yang lebih dari Rp. 2.000.000.000 (dua miliar rupiah) sampai paling banyak Rp. 15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah). Hal ini tidak termasuk tanah dan tanah bangunan yang dimiliki

Menurut Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2009 Tentang Usaha Mikro dan Kecil dan Koperasi. Berikut ini adalah kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut

- a. Usaha Mikro merupakan usaha yang bersifat produktif milik keluarga atau milik perorangan Warga Negara Indonesia (WNI) yang memiliki total hasil penjualan secara individu. Adapun total penjualan paling banyak adalah Rp.100.000.000,- (seratus juta rupiah) per tahun
- b. Usaha Kecil merupakan kegiatan yang bersifat ekonomi rakyat yang berskala kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.00,- (dua ratus juta rupiah). Kekayaan tersebut tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha. Usaha kecil juga memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000,- (satu milyar rupiah). Usaha kecil yang dimaksud adalah usaha milik warga negara Indonesia, berdiri sendiri serta bukan merupakan anak perusahaan atau cabang

perusahaan yang dimiliki atau berafiliasi baik secara langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar

- c. Usaha Menengah adalah Usaha milik rakyat yang memiliki jumlah aset tidak lebih dari Rp.10.000.000.00 (sepuluh milyar) serta memiliki omzet penjualan paling banyak Rp. 50.000.000.00 (lima puluh milyar).

Menurut Rahmana³⁷ berikut ini adalah kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang dibagi berdasarkan perkembangannya

- a. *Livelihood Activities* yakni Usaha Kecil Menengah yang digunakan untuk kesempatan kerja mencari nafkah yang lebih dikenal dengan sektor informal. Contoh hal ini adalah pedagang kaki lima
- b. *Micro Enterprise* yakni Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin(sifat produsen) tetapi belum memiliki sifat-sifat kewirausahaan
- c. *Small Dyanmic Enterprise* yakni Usaha Kecil Menengah yang memiliki jiwa kewirausahaan dan UMKM ini dapat menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
- d. *Fast Moving Enterprise* yakni Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan perubahan menjadi usaha besar (UB)

I.5.1.3 Jenis-Jenis Usaha Kecil. Mikro dan Menengah

Terdapat beberapa jenis UMKM yang ada di Indonesia. Menurut Gilang³⁸ secara garis besar UMKM di Indonesia dibagi menjadi 4 kelompok. Adapun 4 kelompok tersebut meliputi :

³⁷ Rahmana Arief.2018.Usaha Kecil Dan Menengah (UKM),Informasi Tentang Usaha Kecil Menengah. <http://infoukm.wordpress.com>.

³⁸ Gilang .2019.Kemitraan PT Telkom Dengan KADIN Kota Surabaya Dalam Upaya Pemberdayaan UMKM Di Kota Surabaya.Universitas Airlangga, <https://repository.unair.ac.id/90455/>.

a. Usaha Perdagangan

Usaha perdagangan terdiri dari 4 bagian. Adapun beberapa bagian tersebut meliputi:

1. Sektor Informal meliputi para pedagang kaki lima (PKL), para pengumpul barang bekas serta lain sebagainya
2. Sektor Pengecer meliputi toko pengecer minyak, toko kebutuhan pokok, buah-buahan dan lain sebagainya
3. Sektor Keagenan meliputi agen koran maupun majalah, toko sepatu, pakaian serta lain sebagainya
4. Sektor Ekspor/Impor meliputi barang yang berasal dari dalam negeri (domestik) dan luar negeri (internasional)

b. Usaha Pertanian

Usaha pertanian terdiri dari tiga bagian. Adapun beberapa bagian tersebut meliputi:

1. Sektor Perkebunan meliputi pembibitan, tahap pemanenan kebun dan buah-buahan, sayur-sayuran serta lain sebagainya
2. Sektor Peternakan meliputi ternak hewan seperti ternak sapi, ayam petelur, ayam pedaging dan hewan ternak lainnya
3. Sektor Perikanan meliputi tambak yang berada di laut maupun darat seperti tambak udang, kolam ikan air tawar maupun air laut.

c. Usaha Industri

Usaha Industri terdiri dari satu bagian. Adapun bagian tersebut adalah

1. Sektor Industri makanan dan minuman meliputi pembuatan makanan baik jadi maupun setengah jadi

d. Usaha Jasa

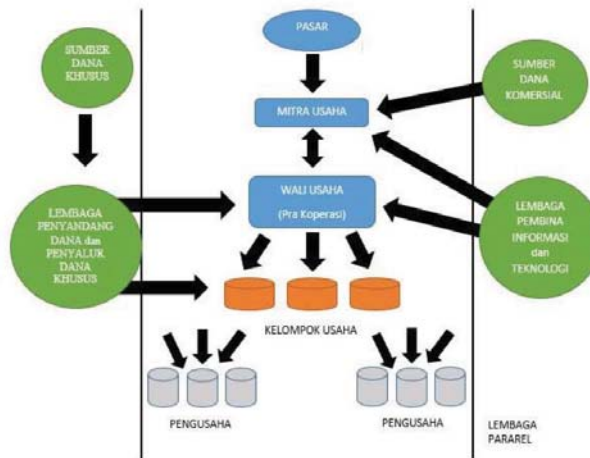
Usaha Jasa terdiri dari satu bagian. Adapun bagian tersebut adalah

1. Sektor Jasa Konsultan meliputi jasa konstruksi, jasa pendidikan, jasa komunikasi dan lain sebagainya

I.5.1.4 Model Kemitraan Pada UMKM

a. Model Kemitraan Partisipatif

Menurut Eriyanto yang dikutip oleh dalam Herawati terdapat beberapa aspek yang digunakan dalam model kemitraan partisipatif³⁹. Adapun aspek tersebut meliputi (1) aspek bisnis yang bertujuan untuk menjamin kelayakan usaha, (2) Aspek kesejahteraan sosial yang bertujuan untuk menjamin manfaat usaha, (3) Aspek partisipasi yang berarti hal ini adalah keikutsertaan dari para pelaku kemitraan. Hal ini penting untuk menjamin keberlanjutan usaha dan juga (4) Aspek sosiologi yang bertujuan untuk memberi jaminan mutu (kualitas produksi) serta teknik produksi



Gambar I.3 Model Kemitraan Partisipatif

³⁹ Herawati, Augustin Rina. 2011. Sistem Kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) - Usaha Besar Dengan Pemodelan System Archetype (Studi Kasus UMKM Mitra PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills). Universitas Indonesia.

Agar mendapatkan hasil yang maksimal maka terdapat beberapa langkah yang dapat ditempuh meliputi

- A. Melakukan temu usaha dengan para pelaku industri kecil baik produsen, pedagang maupun perantara serta pihak-pihak lain yang berkepentingan
- B. Melakukan kontrak bisnis dengan para distributor maupun kelompok pengecer. Hal ini dinamakan sebagai sebuah mitra usaha

b. Model Kemitraan Alih Teknologi

Model kemitraan alih teknologi adalah menjadi salah satu kemitraan usaha yang dilakukan oleh usaha besar ke industri kecil yang dilakukan dengan proses alih teknologi. Adanya proses ini sangat penting agar bisa menghasilkan produk yang memenuhi kualitas, menjaga mutu produk dan waktu produksi sesuai dengan yang diharapkan. Terdapat beberapa aspek dalam kemitraan pola alih teknologi ini yang meliputi (1) aspek partisipasi dari para pelaku yang terlibat kemitraan dan juga (2) aspek kompetensi



Gambar 1. Model Kemitraan Pola Alih Teknologi

I.5.1.5 UMKM Mitra

UMKM Mitra adalah usaha kecil yang masuk kriteria untuk mendapatkan pinjaman dari program kemitraan⁴⁰. UMKM sendiri telah banyak menerima upaya pembinaan yang dilakukan oleh banyak lembaga dalam pengembangan UMKM (Tabel..). Namun, pada kenyataannya upaya pembinaan terhadap UMKM seringkali terjadi tumpang tindih dan dilakukan sendiri-sendiri. Adanya hal tersebut membuat perbedaan sudut pandang mengenai pembinaan UMKM sehingga pembinaan UMKM masih terkotak-kotak (*sector oriented*) yang mana setiap instansi maupun lembaga yang memberi pembinaan terhadap UMKM berfokus kepada bidang binaannya sendiri-sendiri. Adanya hal tersebut berdampak pada (1) tidak efektifnya arah pembinaan terhadap kelompok UMKM, (2) tidak adanya indikator keberhasilan yang sama, hal ini dikarenakan setiap lembaga atau instansi yang memberikan pembinaan terhadap UMKM hanya mengejar target dan sasaran sesuai dengan acuan yang telah ditetapkan oleh lembaga atau instansi itu sendiri⁴¹. Adanya pembinaan terhadap pelaku UMKM yang dilakukan oleh para pengusaha besar dilakukan sesuai dengan kemampuan pengusaha besar. Jenis bantuan yang dilakukan kepada mitra binaan UMKM meliputi⁴²

1. Bantuan Informasi
2. Bantuan Teknik spesifikasi mengenai produk UMKM
3. Bantuan Keuangan untuk modal berusaha bisa berupa pinjaman lunak atau pembayaran uang muka)
4. Bantuan peremajaan alat/mesin ataupun bahan baku
5. Latihan Teknis mengenai manajemen UMKM dan juga organisasi

⁴⁰ Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara, Nomor KEP-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, dalam Afnar Meilyna, Analisis Pengaruh Pelaksanaan Program Kemitraan terhadap Perkembangan UKM Mitra Binaan PTPN III Kebun Bangun,

⁴¹ Mudrajat, Kuncuro. 2010. Masalah, Kebijakan Dan Politik Ekonomika Pembangunan (Yogyakarta: Erlangga)

⁴² Slamet P. Santoso. 2001. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemitraan Usaha PMA dengan UKM dalam rangka mengembangkan UKM

6. Bantuan pemasaran untuk mencari pasar target sebanyak-banyaknya

I.5.2 Konsep Kemitraan

I.5.2.1 Pengertian Kemitraan

Kemitraan dapat diartikan sebagai sesuatu hal yang di dalamnya terdapat sebuah kesepakatan ataupun perjanjian. Dalam konsep kemitraan, memerlukan dua atau lebih pihak untuk menjalani proses kemitraan. Dari proses kemitraan ini nantinya akan membawa keuntungan bagi kedua belah pihak sesuai yang disepakati bersama di awal perjanjian kemitraan itu bermula⁴³

Teori mengenai kemitraan organisasi pada awalnya dikemukakan oleh Riane Eisler dan Alfonso Montu. Dalam masa sekarang suatu organisasi akan tumbuh harus memperhatikan adanya kompleksitas lingkungan. Oleh karena itu, lingkungan menuntut adanya kemitraan. Dikutip dari Herawati model kemitraan dalam sebuah organisasi membutuhkan beberapa syarat sebagai berikut ⁴⁴

1. Memiliki struktur organisasi yang masih sederhana dan memiliki sedikit hierarki
2. Peranan managaer menjadi peran fasilitator dan pendukung
3. Adanya kerjasama
4. Memiliki kenakekaragaman produk

⁴³ Ambar Teguh Sulistiyani.2017. Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan, Edisi I (Yogyakarta: Gava Media)

⁴⁴ Augutin Rina Herawati.2011.Sistem Kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) - Usaha Besar Dengan Pemodelan System Archetype (Studi Kasus UMKM Mitra PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills).”

5. Adanya kreativitas dan jiwa kewiraswastaan (*creativity and entrepereneurship*)

Secara etimologis kalimat “kemitraan” diadaptasi dari bahasa inggris yakni “*partnership*” dan berasal dari kata “*partner*”. *Partner* jika diterjemahkan dalam bahasa indonesia memiliki arti pasangan, jodoh, sekutu maupun kompanyon. Sedangkan kalimat “*partnership*” jika diterjemahkan dalam bahasa indonesia memiliki arti persekutuan maupun perkongsian⁴⁵. Dari adanya pengertian kalimat diatas dapat diketahui bahwa kemitraan merupakan sebagai bentuk persekutuan yang terjadi di antara dua pihak maupun lebih yang nantinya hal ini akan membentuk suatu ikatan kerjasama yang didasari dengan rasa saling membutuhkan satu sama lain serta adanya kemitraan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas serta meningkatkan kapabilitas di suatu bidang tertentu, bisa juga adanya kemitraan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. Diharapkan dari adanya kemitraan ini bisa dapat memperoleh hasil yang lebih baik

Kemitraan dalam bidang ekonomi merupakan sebuah strategi bisnis yang dilakukan oleh dua orang pihak atau lebih yang dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu yang bertujuan untuk meraih keuntungan bersama dengan didasari sebuah prinsip saling membutuhkan dan juga saling membesarkan. Adanya kemitraan juga salah satu jalan alternatif untuk mengalahkan jurang kesenjangan antara usaha kecil, menengah dan usaha besar⁴⁶

⁴⁵ Ibid hal 46

⁴⁶ Rosmaladewi,Okke.2018. Manajemen Kemitraan Multistakeholder Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Yogyakarta: Deep Publish Publisher).

Menurut Liu kemitraan adalah suatu hubungan yang bergantung kepada prinsip bersama dan tindakan yang diambil dalam kemitraan berdasarkan rasa saling percaya, komitmen dan juga pemahaman bisnis yang sama⁴⁷

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata “mitra” memiliki arti teman, sahabat, kawan, pasangan kerja, rekan. Sedangkan kemitraan memiliki arti sebagai adanya perihal hubungan yang berisi jalinan kerjasama dan sebagainya.

Menurut Irawan Kemitraan dapat diartikan sebagai sebuah strategi bisnis yang berisi dua orang ataupun lebih yang dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bersama-sama serta mengedepankan prinsip saling membutuhkan dan juga saling membesarkan⁴⁸

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Kemitraan merupakan suatu hubungan kerjasama khususnya dalam keterkaitan usaha yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. kemitraan yang terjadi haruslah mengusung prinsip saling memerlukan, saling mempercayai, saling memperkuat dan juga saling menguntungkan yang melibatkan pelaku usaha mikro.kecil, menengah dengan usaha besar.

Menurut Anoraga dan Sudantoko mengemukakan bahwa kemitraan merupakan suatu bentuk ikatan jalinan kerjasama yang dilakukan oleh dua atau

⁴⁷ Liu.Hsian Ming.2021.Effect of Partnership Quality on SMEs Success: Mediating Role of Coordination Capability and Organisational Agility,” Total Quality Management and Business Excellence 32, no. 15–16 : 1786–1802, <https://doi.org/10.1080/14783363.2020.1773782>.

⁴⁸ Irawan,dandan. 2018. Pengembangan Kemitraan Koperasi,Usaha Mikro dan Kecil (KUMK) dengan Usaha Menengah/besar untuk Komoditi Unggulan Lokal. Jurnal Institut Manajemen Koperasi Indonesia

lebih pelaku usaha yang didasarkan pada tujuan yang sama dan bersifat saling menguntungkan kedua belah pihak yang bermitra⁴⁹

Adanya kemitraan diharapkan dapat memenuhi suatu kondisi yang meliputi

- a. Dapat memberdayakan usaha kecil yang mana hal ini bertujuan untuk mengurangi adanya kesenjangan sosial sekaligus adanya pemberdayaan bisa mendorong pemerataan
- b. Memperkuat struktur ekonomi nasional
- c. Mendorong partisipasi usaha besar agar bisa bermitra dengan usaha kecil sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi dari kedua belah pihak

Sehingga dapat dipahami bahwa kemitraan adalah sebuah jalinan antara dua pihak atau lebih yang berkerjasama untuk mencapai tujuan bersama yang menguntungkan pihak-pihak yang melakukan kemitraan dengan mengedepankan konsep saling percaya dan juga saling memperkuat diantara anggota yang melakukan kemitraan,

Adanya kemitraan yang dilakukan oleh dua pihak demi tujuan bersama akan membawa sebuah keuntungan. Berikut ini menurut Machfoedz⁵⁰ mengenai faktor positif dan juga faktor negatif dari adanya usaha bersama yang meliputi :

⁴⁹ Anoraga, P. dan D. Sudantoko. 2002. Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil. Cetakan Pertama. PT. Rineka Cipta. Jakarta.

⁵⁰ Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz, Kewirausahaan : Suatu Pendekatan Kontemporer, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2004).

1. Faktor Positif

a. Mudah didirikan

Adanya usaha bersama diperlukan sebuah *partner* yang satu pemikiran dan juga sependapat untuk mewujudkan bentuk usaha. Adanya *partner* tersebut mendukung usaha yang akan didirikan dinyatakan dalam bentuk perjanjian tertulis yang berisikan mengenai pembagian kewajiban dan hak masing-masing

a. Jaminan Ketersediaan Modal

Adanya *partnership* dalam sebuah usaha akan memudahkan dalam mendapatkan modal. Selain itu, kemampuan finansial *partner* juga mendukung peningkatan kemampuan agar mendapatkan pembiayaan modal yang lebih besar

b. Memiliki Keanekaragaman Kecakapan dan Keahlian

Usaha bersama terdiri dari banyak pihak yang terlibat. Pihak-pihak tersebut mempunyai latar belakang yang berbeda antar satu dengan yang lain. Keterpaduan kecakapan dan keahlian dari masing-masing pihak tersebut akan saling melengkapi satu sama lain yang akan menunjang keberhasilan usaha

c. Fleksibel

Partner usaha yang terlibat akan senantiasa aktif dalam mengelola perusahaan maka akan dengan cepat mengantisipasi perubahan lingkungan usaha

2. Faktor Negatif

a. Ketidakterbatasan Kewajiban

Partner yang tergabung dalam usaha bersama dapat melaksanakan kewajiban seorang diri atas utang semua *partner* yang tergabung dalam usaha bersama tanpa memandang siapapun di antara para *partner* yang menjadi penyebab. Hal ini sama halnya di usaha mandiri, kegagalan pada perusahaan dapat juga disebabkan oleh kerugian atas aset pribadi *partner* secara umum.

b. Potensi Konflik antar Partner

Partner yang terlibat dalam usaha bersama adalah wakil perusahaan. Sehingga setiap *partner* yang tergabung dapat melakukan sebuah tindakan untuk perusahaan tetapi pertanggungjawaban akan ditanggung oleh semua *partner*. Hal inilah yang dapat menjadi bibit konflik jika tidak dapat diatasi maka akan menjadi penyebab berakhirnya kerjasama

c. Pembagian Keuntungan

Untuk setiap *partner* yang terlibat dalam usaha patungan harus membagi keuntungan (laba) meskipun tidak dengan jumlah pembagian yang sama. Pengambilan keputusan pembagian keuntungan secara adil akan menjadi bibit konflik apabila jumlah kontribusi masing-masing *partner* bervariasi sehingga pembagian laba akan sulit

I.5.2.2 Hubungan Kemitraan

Menurut Sujana, hubungan kemitraan adalah suatu bentuk kerjasama dua orang atau lebih atau juga bisa dengan suatu lembaga yang bertujuan untuk berbagi biaya, risiko dan manfaat yang mana hal ini dilakukan dengan menggabungkan kompetensi masing-masing mitra.⁵¹ Dalam kemitraan yang terjadi harus mempunyai beberapa kaidah yang harus dibangun oleh pihak-pihak yang bermitra. Menurut Richardus terdapat beberapa kaidah-kaidah yang perlu dipegang ketika melakukan kemitraan⁵². Adapun kaidah-kaidah tersebut meliputi :

- a. Mempunyai tujuan yang sama (*common goal*)
- b. Saling menguntungkan kedua belah pihak (*mutual benefit*)
- c. Saling mempercayai kedua belah pihak (*mutual trust*)
- d. Bersifat terbuka (*transparent*)
- e. Mempunyai hubungan jangka panjang (*long term relationship*)
- f. Melakukan perbaikan mutu dan biaya (*continous improvement in quality and cost*)

Kemitraan memiliki sifat *dyadic* karena dalam kemitraan minimal terdiri dari dua aktor atau lebih. Adanya aktor tersebut akan menjalin sebuah kesepakatan yang nantinya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas dalam suatu bidang usaha sehingga tercapai sebuah tujuan. Dikutip

⁵¹ Sujana, Asep ST, Manajemen Minimarket, (Jakarta: 2012), cet. 1, Hal. 78

⁵² Richardus eko Indrajit, Richardus Djokopranoto, Proses Bisnis Outsourcing, (Jakarta: gerasindo) Hal, 51-54

dari Nurhalimah⁵³ agar kemitraan berlangsung dengan sempurna maka akan dibutuhkan sebuah mekanisme pengawasan dan sistem penyelesaian masalah ataupun sengketa yang telah disepakati kedua belah pihak. Adanya sistem seperti ini bertujuan untuk sebagai upaya pencegahan gagalnya terjadinya kemitraan yang nantinya terjalin nantinya.

Kemitraan yang terjalin antar dua pihak akan terbentuk apabila memenuhi persyaratan sebagai berikut :

- a. Terdapat dua pihak atau lebih
- b. Memiliki kesamaan visi dalam mencapai tujuan
- c. Adanya kesepakatan yang mengikat
- d. Kedua belah pihak saling membutuhkan

Adanya kemitraan yang terjalin bertujuan untuk bisa mencapai hasil yang lebih baik hal ini dilakukan dengan memberikan manfaat antara pihak yang melakukan perjanjian untuk bermitra. Oleh karena itu, kemitraan yang terjadi hendaknya bisa memberikan keuntungan antara kedua belah pihak yang melakukan kemitraan dan bukan malah merugikan salah satu pihak yang bermitra. Untuk memperkuat kemitraan yang terjalin dan bersifat saling menguntungkan antar dua pihak diperlukan yang komitmen yang seimbang di antara satu dengan yang lainnya⁵⁴. Kemitraan ini bisa dilakukan oleh pihak-pihak baik secara individu, perseorangan, badan hukum maupun kelompok-kelompok yang ingin melakukan kemitraan.

Menurut Ghasani agar kemitraan berjalan lancar baik kemitraan yang terjadi secara individu maupun badan hukum ataupun swasta dengan pemerintah

⁵³ Zulfaisya Nurhalimah.2020. Kemitraan dalam Pengembangan Potensi Pariwisata (Studi pada Dinad Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung. <https://jiap.ub.ac.id/index.php/jiap>

⁵⁴ Sulistiyani, Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan.

maka kemitraan tersebut haruslah didasarkan kepada kaidah-kaidah sebagai berikut⁵⁵

- a. Bersifat saling menguntungkan dan membutuhkan
- b. Memiliki orientasi pada aspek peningkatan daya saing. Memenuhi aspek-aspek berikut yang meliputi
 - Harga bersaing dengan kompetitor
 - Kualitas atau mutu yang lebih baik
 - Kuantitas, yakni dapat memenuhi jumlah yang diharapkan
 - *Delivery*, yakni pemenuhan dalam penyerahan barang/jasa secara tepat waktu
- Adanya kesediaan untuk melakukan pembinaan dari usaha besar ke usaha kecil sebagai mitra usahanya. Hal ini dimaksudkan agar terjadi hubungan yang sinergis serta tidak satu pihak yang dirugikan dalam proses kemitraan

Kemitraan menurut Fatmawati menjelaskan bahwa kemitraan memiliki karakteristik yang dicirikan sebagai berikut⁵⁶

- a. Sekurang-kurangnya terdapat dua lembaga yang berbeda yakni sektor publik dengan sektor privat maupun sektor *nonprovit*
- b. Adanya perjanjian tertulis yang menentukan bentuk kerangka kerja kemitraan
- c. Adanya tujuan bersama

⁵⁵ Nabila Ghassani.2015.Kemitraan Pengembangan UMKM” (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik),” Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik 3, no. 2: 142–51.

⁵⁶ Fatmawati.2011. “Kemitraan Dalam Pelayanan Publik : Sebuah Penjelajahan Teoritik,” Otoritas : Jurnal Ilmu Pemerintahan 1, no. 2 : 91–101, <https://doi.org/10.26618/ojip.v1i2.23>.

- d. Terdapat pembagian kerja yang meliputi dari pembagian risiko, pembagian sumber daya, pembagian biaya dan juga manfaat (baik *tangible* maupun *intangible*)

I.5.2.3 Unsur Kemitraan

Menurut Fatmawati mengemukakan bahwa terdapat unsur-unsur dari kemitraan yang meliputi⁵⁷

- a. Kesukarelaan
- b. Kerjasama
- c. Mengupayakan ke arah pembangunan yang berkelanjutan
- d. Pengalokasian yang efisien dari sumber daya yang digunakan
- e. Keterlibatan sektor perusahaan, kelompok masyarakat dan juga pemerintah

Sedangkan menurut Subanar mengemukakan terdapat beberapa unsur kemitraan yang meliputi⁵⁸

- a. Unsur kerjasama antara usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang berada di lain pihak
- b. Unsur kewajiban untuk memberikan pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha menengah atau pengusaha besar untuk usaha kecil maupun mikro

⁵⁷ Ibid. hal 55

⁵⁸ Subana.1997.Manajemen Usaha Kecil, (Yogyakarta, BPFE) hal. 14

- c. Usaha paling memerlukan, usaha yang saling memperkuat dan saling menguntungkan

I.5.2.4 Tujuan Kemitraan

Adanya kemitraan yang dibentuk adalah untuk meningkatkan pemberdayaan untuk usaha kecil khususnya dalam bidang manajemen, produk, pemasaran dan teknis lainnya. Selain itu, adanya kemitraan ini bertujuan untuk menciptakan kemandirian bagi usaha kecil agar bisa menjaga kelangsungan usahanya dan bisa melepaskan diri dari sifat ketergantungan⁵⁹

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam adanya kemitraan yang meliputi

- a. Meningkatkan pendapatan bagi usaha kecil dan juga bagi masyarakat
- b. Meningkatkan nilai tambah bagi pelaku kemitraan
- c. Meningkatkan pemerataan dan juga memberi pemberdayaan bagi masyarakat dan juga usaha kecil
- d. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- e. Memperluas kesempatan kerja bagi masyarakat
- f. Meningkatkan ketahanan ekonomi secara nasional

⁵⁹ M. Tohar.2000. Membuka Usaha Kecil, (Yogyakarta : kanisius,) hal. 109

I.5.2.5 Manfaat Kemitraan

Menurut Marsa, Manfaat yang didapat dari adanya kemitraan dapat dilihat dari 3 sudut pandang yakni⁶⁰

a. Sudut pandang bisnis

Adanya kemitraan menuntut terjadinya efisiensi, mendorong produktivitas, adanya peningkatan kualitas produk, menekan biaya yang dihasilkan dari proses produksi dan juga adanya kemitraan dapat meningkatkan daya saing.

b. Sudut pandang moral

Dari sudut pandang moral, adanya kemitraan menunjukkan aspek kebersamaan dan juga aspek kebersamaan

c. Sudut pandang sosial-politik

Kemitraan usaha akan dapat mencegah hal-hal negatif seperti mencegah adanya kesenjangan sosial, kecemburuan sosial dan juga gejolak sosial politik

Adanya manfaat dari adanya kemitraan akan dapat diperoleh jika sepanjang terjalannya proses kemitraan tersebut dilakukan dengan menekankan pada prinsip yang saling memerlukan, prinsip memperkuat dan didukung dengan adanya prinsip yang saling menguatkan. Keberhasilan dari adanya kemitraan ditentukan dari adanya kepatuhan masing-masing pihak yang bermitra. Sehingga untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan kemitraan dibutuhkan kesamaan akan sikap, norma dan perilaku dari para pihak yang ada dalam proses kemitraan tersebut.

⁶⁰ Widyani, Wanda Marsa. 2013. Pentingnya Pola Kemitraan Dalam Rangka Meningkatkan Peran Dan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Jawa Timur Periode 2006 – 2011. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya 2, no. 2.: 1–12.

Menurut Hafsah terdapat beberapa manfaat yang diperoleh dalam kemitraan⁶¹. Adapun beberapa di antaranya meliputi

- a. Adanya kemitraan dapat meningkatkan produktivitas organisasi
- b. Membantu organisasi mencapai tujuan dengan lebih efisien
- c. Adanya kemitraan dapat mengurangi beban resiko yang ditanggung organisasi. Hal ini dilakukan dengan cara membaginya dengan mitra lainnya
- d. Adanya kemitraan memberikan dampak sosial yang besar bagi masyarakat

Menurut Okke terdapat beberapa manfaat yang dapat diterima oleh masyarakat, pemerintah dan juga pihak swasta yang terlibat kemitraan. Adapun manfaat yang didapat meliputi⁶² :

1. Manfaat untuk Masyarakat

- a. Dapat meningkatkan pengetahuan, ketrampilan dan juga sikap masyarakat. Harapannya masyarakat bisa berdaya dan mandiri di masa yang akan datang
- b. Dapat menciptakan masyarakat yang bersifat *suistenable*. Artinya, dapat membentuk kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan juga mandiri

2. Manfaat untuk Pemerintah

- a. Program kemitraan dapat menjadi efektif karena sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini karena program kemitraan yang berjalan

⁶¹ Hafsah, M.J. 2002. Kemitraan Usaha : Konsepsi dan Strategi : Pustaka Sinar Harapan : Jakarta

⁶² Rosmaladewi. 2018. Manajemen Kemitraan Multistakeholder Dalam Pemberdayaan Masyarakat.

berisi banyak pihak sehingga isi program kemitraan bukan semata-mata dari pemerintah saja

- b. Adanya proses-proses kemitraan yang dilaksanakan secara bersama bisa mengetahui bagaimana perkembangan program yang sedang berjalan dan bagaimana dampaknya terhadap masyarakat
- c. Dapat meningkatkan partisipasi aktif masyarakat. Karena kemitraan adalah masalah bersama dari pihak-pihak yang terlibat kemitraan bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja

3. Manfaat bagi Perusahaan

- a. Kemitraan yang terjalin akan meningkatkan hubungan antar perusahaan dengan *stakeholder* yang terlibat
- b. Program kemitraan yang sedang berjalan dapat membawa dampak positif bagi peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga perusahaan akan menjadi lebih aktif dalam melaksanakan kewajiban di wilayah operasinya masing-masing.
- c. Perusahaan menjalankan kemitraan menjadi efisien karena sesuai dengan budaya perusahaan dan juga kebutuhan *stakeholder* yang tergabung dalam kemitraan
- d. Kemitraan yang berjalan akan membawa dukungan yang luas dari komunitas yang telah merasakan langsung manfaat yang didapat setelah mengikuti berbagai pelatihan dari proses kemitraan tersebut
- e. Karyawan akan merasa bangga karena memiliki reputasi perusahaan yang baik dan secara berkelanjutan membantu meningkatkan kesejahteraan lingkungan disekitarnya. Hal ini akan berdampak pada

loyalitas karyawan sehingga akan merasa termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan

Menurut Zimmer dan Scarborough yang dikutip dalam Herawati berpendapat mengenai faktor-faktor yang menjadi kelebihan kemitraan yang meliputi ⁶³:

a. Mudah Pendiriannya

Adanya kemitraan bisa dibentuk dengan cepat karena mudah serta murah pendiriannya. Pihak yang melakukan kemitraan harus memperoleh perizinan bisnis dan menyerahkan dokumen administrasi yang tidak banyak

b. Memiliki Ketrampilan yang saling melengkapi

Dalam kemitraan, adanya ketrampilan dan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing anggota yang ikut dalam bermitra akan saling melengkapi satu sama lain sehingga akan berdampak pada landasan manajemen perusahaan

c. Pembagian Laba

Peraturan mengenai pembagian laba untuk para anggota kemitraan tidak dibatasi sejauh konsisten dengan anggaran dasar kemitraan dan hal ini tidak melanggar hak anggota manapun yang terlibat dalam bermitra

d. Memiliki pengumpulan modal yang lebih besar

⁶³ Herawati, Augutin Rina. 2011. Sistem Kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) - Usaha Besar Dengan Pemodelan System Archetype (Studi Kasus UMKM Mitra PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills).”

Adanya bentuk kepemilikan pada skema kemitraan secara nyata memperluas kumpulan modal yang tersedia untuk suatu bisnis

e. Kemampuan menarik anggota-mitra terbatas

Mitra yang tergabung dalam skema kemitraan disebut sebagai mitra aktif. Adapun tugasnya adalah mengoperasikan dan mengelola suatu bisnis. Mitra aktif ini memiliki kewajiban yang tidak terbatas dan biasanya memiliki peran aktif dalam perusahaan

f. Tidak banyak peraturan pemerintah

Peraturan pemerintah mengenai skema kemitraan belum begitu banyak sehingga bentuk operasi kemitraan tidak dibebani oleh peraturan pemerintah

g. Keluwesan

Kemitraan suatu bisnis bereaksi cepat terhadap situasi pasar yang cenderung berubah. Hal ini dikarenakan tidak ada organisasi raksasa yang dapat cepat dalam memberi tanggapan kreatif terhadap peluang-peluang yang ada.

h. Pajak

Kemitraan tidak dibebani oleh pajak pemerintah. Kemitraan dinilai dari laba dan rugi yang dihasilkan baik pendapatan bersih atau kerugian masuk yang berasal dari pendapatan pribadi anggota kemitraan dan anggota yang tergabung dalam kemitraan yang membayar pajak penghasilan sesuai dengan biaya laba yang diterima. Kemitraan juga terhindar dari kelemahan pajak ganda sehubungan dengan bentuk kepemilikan perseroan.

Sedangkan kelemahan kemitraan meliputi hal-hal berikut :

a. Kewajiban yang terbatas pada seorang anggota kemitraan

Seorang anggota dari kemitraan harus termasuk kedalam mitra aktif.(paling sedikit satu orang anggota) Nantinya, mitra aktif akan memiliki kewajiban pribadi yang tak terbatas meskipun mitra aktif tersebut adalah anggota kemitraan yang memiliki kekayaan paling sedikit

b. Akumulasi modal

Dalam menarik modal, modal kepemilikan kemitraan lebih baik dari usaha perseorangan tetapi modal dalam kepemilikan kemitraan tidak efektif dalam bentuk kepemilikan perseroan

c. Kesulitan dalam menyingkirkan anggota kemitraan tanpa membubarkan kemitraan

Jika anggota kemitraan ingin melakukan pengunduran diri dari kemitraan maka kemitraan akan bubar. Oleh karena itu, jika terdapat anggota kemitraan yang keluar harus melakukan dengan menjual sahamnya kepada anggota lain. Hal ini tidak berlaku apabila ada keterangan khusus yang mengatur proses perubahan ini dengan lancar

d. Kurangnya kesinambungan

Apabila terdapat anggota kemitraan yang ikut serta meninggal maka saham tidak dapat dialihkan kepada ahli warisnya. Hal ini dimungkinkan karena anggota lain yang bermitra dengan orang yang mewarisi saham anggota kemitraan yang meninggal

e. Potensi adanya Konflik Pribadi dan Wewenang

Ketidakcocokan dalam kerjasama yang melakukan kemitraan tidak dapat dihindari. Untuk mengatasi hal ini, dapat dilakukan mekanisme perjanjian kerjasama dan komunikasi secara terbuka untuk menghadapi dan mengantisipasi hal ini.

I.5.2.6 Prinsip Kemitraan

Menurut Pertamina Foundation (2015)⁶⁴, Ketika membangun jaringan kemitraan diperlukan adanya prinsip-prinsip yang harus disepakati bersama agar kemitraan yang terjalin nantinya akan terjalin kuat dan berkelanjutan. Berikut prinsip-prinsip dalam kemitraan yang meliputi :

A. Kesamaan visi-misi

Kemitraan yang dibangun harus atas dasar visi-misi yang sama yang didukung oleh tujuan organisasi yang sama bagi organisasi yang bermitra. Adanya kesamaan ini akan menjadi motivasi serta perekat pola kemitraan tersebut

B. Kepercayaan (*trust*)

Adanya kepercayaan merupakan hal yang penting dan fundamental Hal ini dikarenakan adanya kepercayaan ini digunakan untuk membangun kemitraan yang strategis dan saling membawa keuntungan bagi pihak yang melakukan kemitraan

C. Saling menguntungkan

Asas saling menguntungkan adalah asas fondasi dalam membangun kemitraan. Jika terdapat satu pihak yang merasa dirugikan maka akan

⁶⁴ Pertamina Foundation. 2015. Membangun Jaringan Kemitraan (Program Restorasi dan Energi Baru Terbarukan). Jakarta.

mengganggu kesinergisan dan keharmonisan dalam kemitraan. Oleh karena itu, dalam kemitraan semua pihak harus memberi kontribusi terhadap pelaksanaan proses kemitraan

D. Efisiensi dan Efektivitas

Adanya kemitraan ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dimana hal ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi waktu, biaya dan tenaga dan juga meningkatkan tingkat efektivitas karena pencapaian tujuan menjadi lebih tinggi karena dilakukan melalui proses kemitraan

E. Komunikasi Dialogis

Adanya proses komunikasi dialogis ini dilaksanakan atas dasar saling menghargai. tanpa adanya komunikasi dialogis maka akan terjadi dominasi pihak satu dengan yang lain sehingga pada akhirnya akan merusak hubungan yang sudah dibangun sebelumnya

F. Komitmen yang kuat

Kemitraan harus dibangun atas dasar komitmen yang kuat dan bersifat permanen sehingga kemitraan akan berjalan kuat karena adanya komitmen yang dibangun atas dasar kesepakatan yang dibangun bersama

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi, Usaha Kecil, Mikro dan Menengah mengemukakan empat prinsip kemitraan. Adapun empat prinsip kemitraan dalam pengembangan UKM tersebut meliputi :

- a. Memerlukan
- b. Mempercayai

- c. Memperkuat
- d. Menguntungkan

Menurut Rosmaladewi mengemukakan bahwa prinsip kemitraan meliputi hal-hal berikut ⁶⁵:

a. Saling pengertian (*common understanding*)

Prinsip saling pengertian ini diartikan dengan cara meningkatkan pemahaman para pihak yang terlibat dalam kemitraan. Peranan antar pihak yang terlibat kemitraan sangatlah penting sehingga masing-masing pihak yang terlibat dalam kemitraan harus memahami kondisi yang sedang terjadi.

b. Kesepakatan bersama (*mutual agreement*)

Kesepakatan adalah hal yang paling vital ketika hendak melakukan kemitraan. Kesepakatan tidak akan dapat diraih ketika masing-masing pihak tidak saling pengertian satu sama lain seperti yang disebutkan diatas. Hal tersebut adalah sebagai dasar untuk dapat saling mempercayai dan saling memberi diantara pihak yang ikut kemitraan.

c. Tindakan bersama (*collective action*)

Tindakan bersama yang dimaksud disini adalah mengenai sebuah tekad bersama-sama untuk menjalankan kemitraan. Cara yang dilakukan antar pihak dalam kemitraan bisa berbeda satu sama lain tetapi tujuan hanya satu untuk memastikan kemitraan tetap berjalan

⁶⁵ Rosmaladewi.2018.Manajemen Kemitraan Multistakeholder Dalam Pemberdayaan Masyarakat.

I.5.2.7 Model Kemitraan

Model-model kemitraan yang terbentuk antara publik (pemerintah), swasta dan juga masyarakat. Adanya kemitraan didasari atas adanya keinginan untuk mencari keuntungan masing-masing pihak yang terlibat dengan kemitraan. Berikut ini adalah model-model kemitraan antar organisasi menurut Sulistiyani⁶⁶ yang meliputi :

a. Kemitraan Semu

Kemitraan yang terjadi antara dua pihak atau lebih tetapi dalam kemitraan semu tidak melakukan kerjasama secara seimbang antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya. Bahkan salah satu pihak belum mengerti serta memahami secara benar makna dari sebuah kemitraan yang telah dilakukan, apa tujuan kemitraan tersebut. Dalam kemitraan semu kedua belah pihak merasa penting untuk melakukan kerjasama, akan tetapi pihak-pihak yang terlibat dalam kemitraan belum tentu memahami substansi adanya kemitraan dan manfaatnya apa.

b. Kemitraan Mutualistik

Kemitraan yang terjadi antara dua pihak ataupun lebih yang dimana dalam kemitraan ini kedua belah pihak sama-sama menyadari pentingnya dalam melakukan kemitraan. Oleh karena itu kemitraan mutualistik lebih mudah dalam mewujudkan visi dan misi kemitraannya.

⁶⁶ Sulistiyani.2017. *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan*.

c. Kemitraan Konjugasi

Merupakan kemitraan yang terjadi ketika kedua belah pihak yang akan menjalin kemitraan menyadari memiliki kelemahan dalam melakukan usahanya atau bahkan kesulitan dalam mencapai tujuan organisasi sehingga kedua belah pihak menyadari hal tersebut dan melakukan kemitraan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masing-masing.

d.. *Subordinate Union of Partnership*

Kemitraan ini dibentuk atas dasar penggabungan dua pihak atau lebih yang melakukan hubungan secara subordinatif. Kemitraan semacam ini terjadi antara dua pihak atau lebih yang memiliki status dan kemampuan yang tidak seimbang satu sama lain

e. *Linear Union of Partnership*

Kemitraan yang dilakukan dengan penggabungan pihak-pihak secara linear / garis lurus. Dalam kemitraan ini, pihak-pihak yang tergabung adalah pihak-pihak yang memiliki persamaan secara relatif.

f. *Linear Collaboratif of Partnership*

Dalam kemitraan ini tidak membedakan berdasarkan besaran atau volume ,status atau kekuatan para pihak yang sedang melakukan kemitraan. Yang menjadi tekanan utama dalam kemitraan ini adalah visi dan misi yang saling mengisi dengan satu pihak dengan pihak lainnya. Dalam hubungan kemitraan ini terjalin secara linear yakni berada pada satu garis lurus dan tidak terjadi subordinatif .

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terdapat beberapa pola kemitraan yang terjadi yang meliputi :

a. Inti-plasma

Merupakan pola kemitraan yang dilakukan antara kelompok mitra usaha yang berperan sebagai plasma dengan perusahaan yang berperan sebagai inti. Tugas perusahaan inti menyediakan lahan, sarana produksi, bimbingan teknis, manajemen , mengelola dan memasarkan hasil produksi sedangkan mitra usaha sebagai plasma memenuhi kebutuhan perusahaan inti sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati

b. Subkontrak

Merupakan pola hubungan kemitraan yang terjadi antara perusahaan dengan kelompok mitra usaha. Cara kerja kemitraan ini, mitra usaha yang terlibat memproduksi kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan sehingga mitra usaha membuat komponen produksi untuk kebutuhan perusahaan. Adanya pola kemitraan subkontrak ini dapat mendorong terciptanya alih teknologi, modal keterampilan dan mendorong pemasaran produk kelompok mitra usaha

c. Waralaba

Merupakan salah satu pola kemitraan yang terjadi antara kelompok mitra usaha dengan perusahaan mitra usaha yang dilakukan dengan cara perusahaan mitra usaha memberikan hak atas lisensi, merek dagang dan juga termasuk bantuan bimbingan manajerial serta teknis

kepada kelompok mitra usaha sebagai penerima waralaba. Keuntungannya perusahaan waralaba dan mitra usaha waralaba sama-sama mendapatkan untung dari adanya pola kemitraan waralaba ini. Keuntungan meliputi adanya alternatif sumber dana, adanya penghematan modal serta juga efisiensi.

d. Perdagangan Umum

Pola kemitraan perdagangan umum merupakan pola kemitraan yang dilakukan dengan cara mitra usaha memasarkan hasil usaha sedangkan kelompok usaha berperan sebagai pihak yang melakukan pemenuhan kebutuhan yang dibutuhkan oleh perusahaan sesuai perjanjian yang telah disepakati sebelumnya.

Keuntungan dari adanya pola kemitraan perdagangan umum ini adalah adanya jaminan harga dari produk yang dihasilkan oleh kelompok usaha tetapi kelemahannya dari pola kemitraan ini adalah perlunya modal kerja yang kuat dalam menjalankan usahanya baik kelompok mitra usaha maupun perusahaan mitra usaha.

e. Distribusi dan Keagenan

Pola kemitraan keagenan merupakan salah satu bentuk kemitraan yang dilakukan dengan cara usaha kecil memasarkan hasil produksi baik barang maupun jasa yang didapat dari usaha menengah atau usaha besar yang berperan sebagai mitranya. Keuntungan dari adanya pola ini berbentuk komisi yang diberikan ke usaha kecil

f. Rantai Pasok

Sedangkan menurut Nurhalimah terdapat model-model kemitraan publik dengan swasta yang meliputi⁶⁷ :

- a. *Transfer Operate Build*
- b. *Build Operate Own*
- c. *Management Contract and Operation Maintenance*
- d. *Design Operate Build*
- e. *Finance Developer*
- f. *Lease Develop Center*
- g. *Lease/ Purchase*
- h. *Conventional Workshop*

I.5.2.8 Bentuk Kemitraan

Menurut Beryl dan Jean Mulroy (2005) yang dikutip dari Khamdan terdapat empat jenis atau tipe bentuk kemitraan yang meliputi ⁶⁸:

- a. *Potensi Kemitraan (Potential Partnership)*

Pada bentuk kemitraan ini pelaku kemitraan memiliki rasa saling peduli dengan pihak yang bermitra tetapi belum bekerja bersama secara lebih dekat

⁶⁷ Nurhalimah,Zulfaisya.2020.Kemitraan Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung),” *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)* 2, no. 1 : 58–67.

⁶⁸ Ali Khamdan.2018.Sistem Kemitraan Program Si Bule Albino Melalui Kelembagaan Bisnis Oleh Perusahaan Tambang Di Kec. Binuang Kab. Tapin,” *Jurnal AdBispreneur* 1, no. 1: 73–84.

b. Kemitraan yang baru lahir (*Nascent Partnership*)

Bentuk kemitraan yang terjadi berupa partner tetapi dalam bentuk kemitraan ini efisiensi kemitraan tidak maksimal

c. Kemitraan yang saling melengkapi (*Complementary Partnership*)

Pada bentuk kemitraan ini, mitra mendapatkan keuntungan dan penambahan pengaruh melalui ruang lingkup aktivitas bermitra seperti *program delivery* dan *resource mobilization*

d. Kemitraan Sinergis (*Synergistic Partnership*)

Pada bentuk kemitraan ini, memberikan mitra keuntungan , pengaruh yang dilakukan dengan cara pengembangan sistemik melalui penambahan ruang lingkup aktivitas baru seperti advokasi dan juga penelitian

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, terdapat beberapa bentuk kemitraan yang meliputi :

a. Bagi Hasil

Bentuk kemitraan bagi hasil merupakan suatu bentuk kemitraan yang dilakukan dengan membagi hasil yang didapatkan sesuai dengan kontribusi masing-masing pihak yang melakukan kemitraan. Besarnya pembagian keuntungan yang diterima didasarkan pada perjanjian yang telah disepakati sebelumnya

b. Kerjasama operasional

Bentuk kemitraan yang terjadi antara usaha kecil, mikro dan menengah yang bermitra dengan usaha besar. Bentuk kemitraan berupa menjalankan usaha yang bersifat sementara hingga pekerjaan selesai.

c. Usaha patungan (*joint venture*)

Bentuk kemitraan ini berupa usaha mikro, kecil dan menengah melakukan kemitraan dengan usaha besar maupun usaha asing dengan cara mendirikan badan usaha yang baru berbentuk badan hukum yang disesuaikan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku

d. Penyebarluasan (*outsourcing*)

Bentuk kemitraan penyebarluasan (*outsourcing*) dilakukan dengan usaha yang bermitra mengerjakan pekerjaan atau suatu bagian pekerjaan diluar pekerjaan utama usaha besar. Bentuk kemitraan ini dijalankan pada bidang dan jenis usaha yang bukan pekerjaan atau komponen pokok. Dari adanya penjelasan diatas dapat diketahui bahwa usaha besar sebagai pemilik pekerjaan dan usaha mikro, kecil dan menengah sebagai penyedia serta pelaksana dari jasa pekerjaan yang dibutuhkan sesuai dengan perjanjian kemitraan tersebut.

I.5.2.9 Peran Pihak dalam Kemitraan

Peran adalah sebuah serangkaian perilaku yang dilakukan oleh seseorang. Dalam sebuah organisasi, peran muncul akibat dari adanya suatu jabatan yang diemban oleh individu yang mana peran ini biasanya tertulis dalam suatu dokumen tertentu yang berisikan tugas dan tanggung jawab atas suatu pekerjaan⁶⁹

⁶⁹ Thoha, Miftah. (1997). Pembinaan Organisasi (Proses Diagnosa dan Intervensi). Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Menurut Porwadarminata, peran adalah suatu perilaku yang timbul dan dilakukan oleh individu maupun kelompok pada kondisi tertentu yang mana hal ini dilakukan karena tindakan tersebut diharapkan oleh individu yang berkedudukan atau memiliki jabatan tertentu di kehidupan yang bermasyarakat.⁷⁰. Adanya peranan tersebut bisa dilakukan untuk merencanakan sebuah intervensi perubahan yang diinginkan, ataupun bisa mengarahkan kepada perbaikan serta penyempurnaan organisasi

Ketika kemitraan berlangsung perlunya untuk merancang kontribusi bagi masing-masing aktor yang terlibat dalam kemitraan. Adapun aktor-aktor yang dimaksud disini adalah pemerintah, swasta dan juga masyarakat. Penjelasan dari adanya tiga aktor akan dijelaskan pada tabel di bawah ini

Tabel I.11 Peran Pihak dalam Kemitraan

Pihak yang Terlibat	Peran dalam Kemitraan	Bentuk Output Peran	Fasilitas
Pemerintah	Meliputi formulasi serta penetapan kebijakan, melakukan implementasi kebijakan serta monitoring dan kegiatan evaluasi kebijakan	Kebijakan yang dihasilkan dapat berupa kebijakan umum, khusus, deparmental maupun sektoral. Bisa juga penetapan juknis dan juklak, penetapan indikator keberhasilan, peraturan hukum serta penyelesaian sengketa	dana, jaminan, alat, teknologi, <i>network</i> , sistem manajemen informasi, edukasi
Swasta	Melakukan kontribusi pada formulasi, implementasi serta	- Melakukan konsultasi serta rekomendasi kebijakan - Donatur	Dana, alat, teknologi, tenaga ahli

⁷⁰ Poerwadarminta. (1995). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Gramedia

	monitoring dan evaluasi	• <i>Private Investment</i> • Pemeliharaan	
Masyarakat	Partisipasi dalam formulasi dan implementasi Melakukan monitoring dan evaluasi	• Memberikan saran,kritik dan juga masukan, rekomendasi atas program yang dilaksanakan • Menjadi obyek dan pelaku utama dalam menghidupkan fungsi <i>social control</i>	Tenaga terdidik,tenaga terlatih, tenaga setengah terdidik dan tenaga setengah terlatih

Sumber : Sulistiyani, Ambar (2017)

Dari adanya tabel diatas dapat diketahui bahwa peran pemerintah lebih banyak berperan kepada rambu-rambu atau aturan main secara umum. Disini pemerintah berperan sebagai wasit dalam proses kemitraan. Peran pemerintah merupakan peran paling penting hal ini dikarenakan pemerintah bisa mengambil pengambilan keputusan dan pendanaan. Tetapi mengingat adanya sengketa dalam proses kemitraan maka pemerintah memerlukan peran mediasi yang mana hal ini penting untuk mengontrol peran swasta supaya berjalan wajar dan tidak merugikan masyarakat.

Sedangkan peran swasta terjadi di proses implementasi kebijakan bersama masyarakat. Peran ini penting karena bisa melihat secara langsung bagaimana kendala yang terjadi di masyarakat. Dengan demikian kemitraan yang terjadi bisa disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, peran swasta juga mencakup kontribusi dana melalui investasi swasta dan swasta bisa ikut andil dalam proses monitoring serta evaluasi. Peran masyarakat dalam kemitraan ini adalah dengan partisipasi baik pada level formulasi hingga evaluasi kemitraan tersebut.

Menurut Setiawan dan Nurcahyanto mengemukakan bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam kemitraan adalah setiap individu yang ikut terlibat dan terpengaruh oleh keputusan serta tertarik pada hasil dari keputusan tersebut baik individu, kelompok atau keduanya yang berada di dalam ataupun luar organisasi. Adanya pihak yang terlibat dalam kemitraan ini berguna untuk memperlancar kemitraan yang sedang berjalan ⁷¹

Secara umum pihak-pihak yang terlibat dalam kemitraan dapat dibagi menjadi tiga yakni aktor publik, aktor privat dan juga aktor masyarakat (*civil society*). Adanya ketiga pihak ini saling berperan aktif dalam proses kemitraan yang sedang berjalan (Moore dalam Badjuri dan Yuwono, 2003:24). Para pihak yang terlibat memiliki karakteristik dan sifatnya masing-masing yang mempengaruhi lancar atau tidaknya proses kemitraan yang sedang berjalan.

Untuk mengetahui peran masing-masing pihak yang terlibat dalam kemitraan, menurut Nugroho yang dikutip dalam Susilo dkk⁷² mengemukakan peran pihak yang terlibat meliputi :

- a. *Policy Creator* : merupakan pihak yang terlibat sebagai pengambil keputusan dan juga penentu kebijakan yang akan diambil nantinya
- b. Koordinator : merupakan pihak yang berperan untuk melakukan koordinasi antar pihak yang terlibat dalam suatu kebijakan
- c. Fasilitator : merupakan pihak yang memiliki tugas untuk memfasilitasi dan memastikan terpenuhnya kebutuhan yang dibutuhkan oleh kelompok sasaran

⁷¹ Benny Setiawan dan Herbasuki Nurcahyanto. 2020. Analisis Peran Stakeholder dalam Implementasi Kebijakan Penganggulan Angka Kematian Ibu Studi Kasus Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. FISIP UNDIP. Hal 4.

⁷² David Adi Susilo dkk. 2019. Stakeholder Analysis dalam Pengaturan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima. Vol 7 Nomor 2 Tahun 2019. Hal 250.

d. Implementer : merupakan pihak yang melaksanakan kebijakan yang telah disepakati bersama. Yang termasuk didalamnya adalah kelompok sasaran

e. Akselerator : bertugas untuk mempercepat jalannya suatu program agar berjalan lebih cepat dari sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya

I.5.2.9.1 Peran Pemerintah

Untuk melaksanakan kemitraan yang efektif antara pemerintah, swasta dan juga masyarakat memerlukan manajemen kemitraan. Manajemen kemitraan nantinya akan berisi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, monitoring dan juga melakukan evaluasi secara bersama-sama. Dari adanya manajemen kemitraan tersebut, pihak yang terlibat dapat melakukan peranan masing-masing sesuai dengan peran masing-masing. Menurut Soerjono Soekanto (1982:26) yang dikutip oleh Rosmaladewi mengemukakan bahwa peranan adalah sebuah aspek dinamis dari sebuah kedudukan (status) di sebuah kemitraan yang sedang berjalan. Berikut ini adalah peran pemerintah meliputi⁷³

A. Pemerintah sebagai Regulator

Peran pemerintah sebagai regulator mempunyai beberapa kewenangan seperti mengeluarkan izin operasional, mengawasi pelaksanaan izin tersebut. Selain itu, peran pemerintah sebagai regulator tidak terlepas dari menyiapkan arah serta tujuan jangka panjang, menerbitkan peraturan-peraturan terkait untuk mengatur keberlanjutan pelaksanaan kemitraan dan juga pemerintah memiliki kewenangan untuk mengeluarkan sertifikat kelayakan/sertifikat kompetensi/ atau juga sertifikat kepatuhan pada regulasi

⁷³ Rosmaladewi.2018. *Manajemen Kemitraan Multistakeholder Dalam Pemberdayaan Masyarakat*.

B. Pemerintah sebagai Dinamisor

Menurut Suparjan (2012: 45) yang dikutip dari Rosmaladewi (2018) pemerintah sebagai dinamisor adalah untuk menggerakkan sumber daya yang ada dalam pembangunan yakni dengan cara menggerakkan partisipasi multi pihak dalam proses kemitraan yang sedang atau yang sedang berlangsung. Partisipasi multi-pihak yang dimaksud seperti menentukan masyarakat sasaran, memberikan bimbingan dan pengarahan kepada masyarakat agar ikut serta dan berperan aktif.

C. Pemerintah sebagai Fasilitator

Pemerintah dapat memfasilitasi lembaga yang berminat untuk turut serta dan berkontribusi dalam proses kemitraan yang kemudian disesuaikan dengan kapasitas dan potensi lembaga tersebut

I.5.2.10 Strategi Pengembangan Kemitraan

Untuk mengembangkan kemitraan yang bersifat berkelanjutan diperlukan beberapa strategi yang kuat. Menurut Hafsah terdapat berbagai strategi bisa diterapkan agar kemitraan bertahan lama⁷⁴. Berikut ini beberapa strategi yang dilakukan antara lain

1. Melakukan pengembangan terhadap usaha kecil dan koperasi menjadi lebih besar dan kuat

Strategi yang dapat digunakan antara lain :

A. Melakukan pembinaan yang berkala di bidang manajemen usaha

⁷⁴ Hafsah (2000), dalam Slamet Purwo Santoso, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemitraan Usaha Penanaman Modal Asing (PMA) dengan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), (Jakarta : 2001)

- B. Melakukan pengembangan fungsi kelompok masyarakat seperti kelompok tani, kelompok pengrajin dan juga kelompok lainnya agar menjadi suatu unit usaha yang bersifat menguntungkan
- C. Melakukan penyediaan fasilitas dengan harga yang terjangkau
- D. Memberikan peluang yang mudah dijangkau oleh pelaku usaha UMKM
- E. Melakukan pembinaan secara intensif terkait kualitas hasil produksi atau jasa yang dihasilkan oleh UMKM didasarkan pada mutu yang berlaku
- F. Menyediakan informasi teknologi serta informasi pasar yang mudah diakses oleh kalangan usaha

2. Menindaklanjuti mengenai penerapan Undang-Undang tentang Usaha Kecil dan Peraturan Pemerintah tentang Kemitraan. Adanya kedua peraturan ini sangatlah fundamental karena berperan sebagai payung hukum dan juga adanya hal ini mendorong tumbuh kembangnya usaha kecil dan juga koperasi

Berikut strategi yang dapat dilakukan antara lain :

- A. Melakukan sosialisasi dan juga penyuluhan mengenai Undang-Undang tentang Usaha Kecil dan juga Peraturan Pemerintah melalui berbagai acara seperti seminar, diskusi ilmiah, media elektronik
- B. Melakukan persiapan mengenai perangkat operasional yang dapat berupa seperti petunjuk teknis pelaksanaan
- C. Mempersiapkan tim yang handal dalam memberikan informasi serta penjelasan mengenai peraturan pemerintah maupun undang-undang terkait dengan kemitraan usaha
- D. Melakukan monitoring dan evaluasi terkait pelaksanaan kemitraan serta melakukan identifikasi kendala maupun hambatan apa yang dihadapi pada saat proses kemitraan itu berlangsung.

4. Menetapkan kelembagaan untuk Kemitraan. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan kelembagaan untuk kemitraan usaha yang terdiri dari dua pihak sehingga pihak-pihak yang melakukan kemitraan harus dipersiapkan dengan terencana serta terdata dengan baik

Strategi yang dapat ditempuh meliputi :

- A. Melakukan pengembangan pola kemitraan yang sukses agar mudah diterapkan
- B. Menyiapkan bahan-bahan mengenai kemitraan seperti pedoman pembinaan terkait kemitraan usaha. Sehingga hal ini dapat dijadikan dasar referensi untuk instansi maupun lembaga yang melakukan pembinaan maupun pelaku kemitraan itu sendiri
- C. Mempersiapkan layanan konsultasi berupa konsultan pelayanan kemitraan yang bertujuan untuk menghubungkan UMKM dengan sektor usaha besar.
- D. Melakukan pengembangan pola kemitraan melalui beberapa tahapan yang meliputi :
 - Mengidentifikasi bibit permasalahan dan juga peluang yang didapatkan apabila terjadinya kemitraan
 - Melakukan pendekatan kepada pengusaha besar agar mau melakukan kemitraan dengan sektor UMKM
 - Melakukan perumusan kegiatan yang berupa pembinaan kemitraan
 - Mengadakan temu usaha baik antar UMKM dan juga Usaha Besar (UB) dan juga mengadakan konsultasi yang diadakan secara teratur dan juga diadakan berkala. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan kemitraan dengan prinsip bisnis yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak

4. Meningkatkan Kemampuan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) merupakan hal yang sangat penting yang menentukan keberhasilan pada pelaksanaan kemitraan berlangsung. Karena dengan adanya sumber daya manusia yang cekatan akan berdampak pada penerapan strategis bisnis secara efisien pada yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun Strategi yang dapat ditempuh meliputi :

- A. Meningkatkan kualitas pendidikan bagi sumber daya manusia dengan cara memberikan pelatihan yang dilaksanakan melalui beberapa cara seperti perbaikan maupun penyesuaian kurikulum dan juga bisa melalui penataan silabus agar sesuai dengan perkembangan zaman, melakukan tata kelembagaan agar efektif, menyediakan sarana dan prasarana yang meningkatkan kualitas SDM
- B. Meningkatkan keterampilan serta kemampuan bagi tenaga penyuluh, fasilitator yang terlibat. Hal ini dilakukan melalui pelatihan dan juga pengembangan kapasitas maupun melalui studi banding ke berbagai wilayah yang memiliki kualitas SDM bagus serta handal
- C. Mengembangkan lembaga-lembaga inkubator dan menerapkan kurikulum terpadu yang diterapkan ke dunia usaha

5. Menerapkan Pemakaian Teknologi, Penerapan Standarisasi dan juga Akreditasi

Peran ini tidak akan terlepas ketika mengembangkan kemitraan. Penerapan teknologi menjadi penting karena dengan adanya teknologi memudahkan pekerjaan. Salah satunya keuntungan menggunakan teknologi dapat meningkatkan produktivitas dan juga mutu produksi yang dihasilkan. Sedangkan penerapan standarisasi dan adanya akreditasi ini bertujuan untuk menjamin peningkatan mutu kualitas dan juga harga. Adapun strategi di bidang teknologi yang dapat ditempuh melalui :

- A. Melakukan pengembangan terhadap lembaga penelitian. Bertujuan untuk dapat dengan mudah menemukan dan menghasilkan teknologi yang dapat segera diaplikasikan dan cocok dengan kriteria yang dimiliki oleh usaha
- B. Melakukan pengembangan teknologi khususnya terkait pada teknologi pengelolaan, teknologi penyimpanan dan juga alur distribusi agar dapat menghasilkan jaringan dari hulu ke hilir yang terjaga kualitasnya. Hal ini juga mendukung efisiensi dan juga bisa memberikan nilai tambah yang cukup tinggi
- C. Memberikan sosialisasi kepada para pelaku bisnis yang terlibat mengenai perkembangan teknologi yang digunakan dalam proses produksi
- D. Menyediakan tenaga SDM yang berperan sebagai fasilitator, penyuluh, dan juga mediator baik yang disiapkan pemerintah, swasta maupun LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat)

Sedangkan strategi yang dapat ditempuh pada bidang standarisasi dan akreditasi dapat ditempuh melalui :

- A. Melakukan perumusan terkait standar untuk hasil produksi dan menyusun pedoman pembinaan mengenai mutu produksi yang didasarkan pada standar nasional yang didasarkan pada sistem jaminan mutu yang berkembang secara internasional seperti adanya ISO-9000, ISO-14000 dan jaminan mutu internasional lainnya
- B. Melakukan pengembangan serta melakukan akreditasi pada lembaga-lembaga pengawasan mutu yang dilaksanakan melalui pengadaan laboratorium pengujian dan melakukan supervisi terhadap lembaga-lembaga sertifikasi seperti (lembaga sertifikasi sistem mutu, lembaga sertifikasi produk maupun jasa yang lain) yang diadakan secara berkala dan kontinyu

- C. Melakukan sosialisasi terkait standarisasi produk agar masyarakat mengerti mengenal mutu produk apakah terjamin kualitas produk yang dihasilkan
- D. Mempermudah alur birokrasi terkait pengajuan standarisasi mutu produk dan juga alur akreditasi berkala yang diajukan oleh para pelaku bisnis usaha

6. Mengembangkan Akses terhadap Pasar dan Mencari Informasi Pasar

Kedua hal ini merupakan hal yang mutlak yang harus dikuasai oleh pelaku yang terlibat kemitraan, Tanpa adanya kedua hal tersebut maka akses pasar akan sangat sulit sehingga berdampak pada kesulitan mendapatkan nilai tambah bagi produk yang dihasilkan. Selain itu, tanpa adanya informasi pasar maka tidak mempunyai informasi yang jelas mengenai perkembangan pasar. Adapun strategi yang dapat ditempuh meliputi

- A. Melebarkan sayap hingga ke pasar tahap internasional yang diselenggarakan melalui promosi, penyebaran informasi ke media elektronik dan juga melakukan temu usaha berbagai produk di level internasional
- B. Melakukan pengembangan di lingkup pasar domestik
- C. Mengembangkan informasi produk yang dihasilkan seperti pembuatan katalog dan yang lainnya sehingga membuat pembeli tertarik kepada produk yang dihasilkan

7. Meningkatkan tumbuh kembangnya investasi dan bantuan permodalan

UMKM seringkali mengalami kendala terkait kurangnya modal dan investasi yang mana hal ini berdampak pada posisi tawar yang dimiliki oleh UMKM. Oleh karena itu, dengan adanya hal ini merupakan isu penting yang harus difokuskan kepada

keberpihakan kepada UMKM. Dengan adanya keberpihakan ini diharapkan dapat meningkatkan posisi tawar dari UMKM itu sendiri.

Strategi yang dapat dilakukan antara lain

- A. Menyediakan informasi terkait dengan adanya potensi dan peluang usaha bagi para pelaku UMKM yang diperlukan untuk mengembangkan investasi oleh pelaku kemitraan
- B. Melakukan pemanfaatan dengan baik serta melakukan pengembangan yang dilakukan optimal terhadap sumber-sumber permodalan melalui peraturan dan juga kebijakan yang berlaku
- C. Memperluas sumber-sumber pendanaan demi keberlangsungan tumbuh kembang UMKM seperti kredit perbankan, lembaga keuangan non-bank, bank ventura dan lain sebagainya
- D. Melakukan sosialisasi terkait informasi permodalan kepada para pelaku bisnis khususnya pelaku yang terlibat dengan kemitraan.

8. Meningkatkan kualitas birokrasi

Peran pemerintah dalam hal ini adalah membuat lingkungan yang kondusif untuk menunjang keberhasilan kemitraan. Keberpihakan pemerintah dalam proses kemitraan merupakan salah satu wujud pelayanan yang harus dilaksanakan dengan konsisten dan berkelanjutan khususnya dalam mengembangkan UMKM.

Strategi yang dapat ditempuh meliputi :

- A. Meningkatkan kualitas aparatur sipil negara (ASN) untuk menjadi profesional sesuai fungsi dan tugasnya sehingga menjadi aparatur sipil negara yang handal, cekatan dan juga efektif
- B. Membuat lembaga pemerintah yang efisien sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang didukung dengan perkembangan teknologi terkini sehingga

dapat memberikan pelayanan secara efektif kepada masyarakat terkhusus kepada para pelaku dunia usaha

- C. Mengubah mental aparat menjadi kebiasaan “melayani” bukan “dilayani” sehingga dapat memberikan pelayanan yang prima

I.5.2.11 Faktor Kunci Keberhasilan Kemitraan

Kemitraan yang terjalin antara dua pihak harus bisa berkelanjutan. Untuk menjamin keberlangsungan dari adanya kemitraan perlu memperhatikan beberapa faktor kunci berikut ini yang meliputi⁷⁵ :

- A. Adanya kepercayaan dan bersungguh-sungguh ketika melakukan kemitraan itu berlangsung
- B. Memiliki rencana yang bersifat konsisten dan berlanjut, maksudnya dalam kemitraan tidak mudah menyerah atau sering mengganti pendekatan/ cara ketika menemukan permasalahan teknis
- C. Menerapkan rencana *check and balance* terhadap organisasi yang sedang bermitra sehingga akan muncul kemitraan yang transparan tidak ditutup-tutupi yang mana hal ini akan meminimalisir kekecewaan yang timbul akibat dari proses kemitraan
- D. Melakukan inovasi untuk selalu tumbuh kembang karena dengan adanya motivasi akan berkembang akan bermanfaat untuk kemitraan itu sendiri
- E. Mengedepankan proses kemitraan yang sedang berlangsung menjunjung tinggi tingkat profesional dan etika yang tinggi

I.5.3 Pemberdayaan Usaha Kecil,Mikro dan Menengah

I.5.3.1 Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Sudrajat Pemberdayaan Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah adalah salah satu langkah strategis yang bertujuan untuk

⁷⁵ Richardus Eko Indrajit, Ragam Model Bisnis Kemitraan Pemerintah-Swasta, (Jakarta : STIMIK Perbanas).

meningkatkan serta memperkuat dasar kehidupan perekonomian rakyat Indonesia khususnya melalui penyediaan lapangan kerja, mengurangi kesenjangan antar masyarakat dan juga mengurangi tingkat kemiskinan⁷⁶

Pemberdayaan UMKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro ,Kecil dan Menengah Pemberdayaan UMKM adalah serangkaian upaya sinergis yang dilakukan pemerintah pusat, daerah serta para pelaku dunia usaha untuk ikut serta dalam penumbuhan iklim dan pengembangan usaha UMKM sehingga diharapkan ke depan UMKM mampu tumbuh kembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri

Adanya pemberdayaan terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini merupakan salah satu wujud dari pembangunan yang bukan hanya ditargetkan di pembangunan tingkat pusat tetapi juga pemberdayaan UMKM merupakan bagian dari program pembangunan di tingkat daerah yang mana program pemberdayaan terhadap UMKM idelanya dimasukan kedalam rencana perencanaan pembangunan daerah⁷⁷

Adanya pemberdayaan UMKM harus disertai dengan strategi yang matang sehingga pemberdayaan UMKM nantinya bisa dilakukan secara terencana yang mana adanya pemberdayaan UMKM ini dikaitkan dengan peningkatan kapasitas kreativitas, ketrampilan dalam memecahkan masalah⁷⁸

⁷⁶ Sudrajat.2018.Pemberdayaan UMKM dalam Mewujudkan Tujuan Pembangunan Millenium (Penanggulangan Kemiskinan). Universitas Terbuka : UPBJJ-Denpasar

⁷⁷ Fatimah.2011.Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro,Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Menghadapi Globalisasi.Jurnal Ilmiah Econosains, 9(1). Hal 52. Doi :10.21009/econosains.0091.06

⁷⁸ Latifah dkk.2022.PKM Geo Deso Kenongo. Kota Sidoarjo. Jurnal Pemberdayaan : Publikasi Hasil Pengadiah kepada Masyarakat. Vol 3. Nomor 3 : Hal 259-266. DOI : <https://doi.org.10.12928/jp.v.3i.756>

Sehingga, Pemberdayaan UMKM adalah sebuah langkah strategis yang terdiri dari pemerintah pusat dan juga pemerintah daerah serta pelaku dunia usaha yang bertujuan untuk memperkuat dasar perekonomian rakyat dan penumbuhan iklim usaha dan pengembangan usaha sehingga diharapkan UMKM bisa menjadi usaha yang tangguh dan mandiri

Sedangkan menurut Hafsah mengemukakan bahwa terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan dalam mengembangkan UMKM. UMKM perlu dikembangkan karena keberlangsungan UKM merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan juga masyarakat. Adapun upaya pengembangan UMKM sebagai berikut :

A. Menciptakan iklim usaha yang kondusif.

Pemerintah harus dapat membuat ketentraman dan juga keamanan bagi para pelaku usaha. Pemerintah dapat menciptakan iklim yang kondusif seperti kemudahan izin usaha, pemberian keringanan pajak dan lain sebagainya

B. Bantuan permodalan

Banyak UKM yang mengalami kendala dibagian permodalan. Oleh karena itu, pemerintah harus mendukung keberlangsungan UMKM dengan cara melakukan perluasan pada skema kredit khusus yang dinilai tidak memberatkan UKM. Bantuan permodalan ini bisa dilakukan melalui beberapa cara seperti melalui sektor jasa finansial formal, sektor jasa finansial informal, leasing, skema penjaminan serta juga dana modal ventura

C. Perlindungan usaha

UKM merupakan jenis usaha ekonomi kerakyatan yang merupakan salah satu golongan ekonomi lemah yang tidak memiliki modal yang kuat. Oleh karena itu, pemerintah harus menjamin UKM untuk bisa mendapatkan perlindungan yang bisa dilakukan dengan pembuatan payung hukum yang kuat melalui undang-undang dan juga melalui peraturan pemerintah

D. Pengembangan skema kemitraan

Maraknya perdagangan global dan perdagangan bebas, UKM agar bisa tetap tumbuh harus melakukan skema kemitraan yang dilakukan dengan pengusaha besar maupun *e-commrece* yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Hal ini bertujuan untuk memperluas pangsa pasar UKM dan sebagai ajang promosi produk-produk UKM sehingga UKM akan mempunyai kekuatan bersaing dengan para pelaku bisnis lainnya.

E. Melakukan pelatihan

Dalam mengembangkan tumbuh kembang UKM, pemerintah harus memberikan pelatihan bagi para pelaku usaha UKM baik dalam aspek kewirausahaan, manajemen, administrasi pengetahuan dan juga peningkatan ketrampilan agar bisa bersaing dengan para pelaku usaha lain.

F. Membentuk lembaga khusus

Adanya permasalahan UKM yang begitu kompleks maka perlu dibangun suatu lembaga yang bertanggung jawab dalam mengembangkan UKM. Tidak hanya itu, adanya lembaga khusus ini juga dibentuk untuk mencari jalan keluar dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para UKM baik secara internal dan juga eksternal

G. Memperkuat asosiasi pelaku UKM

Asosiasi UKM merupakan hal yang penting bagi tumbuh kembang UKM. Adanya asosiasi ini bertujuan untuk mencari serta memperluas pengembangan informasi usaha bagi para pelaku UKM. Adanya asosiasi ini akan dibutuhkan oleh para pelaku usaha UKM dalam mendapatkan informasi yang berguna bagi tumbuh kembang UKM.

H. Mengembangkan promosi produk UKM

Produk-produk UKM harus dikenal oleh masyarakat maka dari itu promosi produk merupakan cara khusus untuk menarik minat masyarakat agar membeli produk-produk unggulan UKM.

I. Mengembangkan kerjasama yang setara

Kedepannya, para pelaku UKM harus melakukan kerjasama maupun koordinasi yang sinergis antar pemerintah dan UKM. Hal ini bertujuan agar bisa mengakomodir dan mencari solusi terhadap isu-isu terkini yang berhubungan dengan dunia usaha

I.6 Definisi Konsep

1. Kemitraan

Kemitraan adalah sebuah jalinan kerjasama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang akan membentuk suatu ikatan kerjasama dengan didasari dengan adanya kesamaan tujuan dan rasa saling membutuhkan satu sama lain sehingga bisa mencapai tujuan yang diharapkan bagi kedua belah pihak.

2. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Merupakan usaha yang dimiliki dan diatur oleh perorangan atau badan usaha yang memiliki struktur hierarki yang sangat sederhana, memiliki tenaga kerja

yang tidak banyak, pembagian pekerjaan yang sederhana serta biasanya jarang menggunakan perencanaan jangka panjang.

3. UMKM Mitra

Merupakan program kemitraan yang berfokus untuk memberikan pelatihan dan bantuan yang berguna dalam meningkatkan kualitas dan meningkatkan kemampuan bagi UMKM yang tergabung kedalam sistem kemitraan dengan perusahaan ataupun organisasi yang lebih besar

4. Peran Pihak Kemitraan

Merupakan serangkaian kegiatan atau serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat kemitraan dimana peran pihak dalam kemitraan biasanya dibagi kedalam peran pemerintah, swasta dan juga masyarakat.

5. Pemberdayaan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah

Merupakan sebuah proses untuk memberikan keberdayaan bagi Usaha Kecil, Usaha Mikro dan Usaha Menengah agar bisa mendapatkan kesempatan yang sama dalam mengakses sumber daya yang ada. Adanya pemberdayaan terhadap UMKM ini dilakukan secara terencana sehingga dengan adanya pemberdayaan ini UMKM bisa mendapatkan peningkatan kapasitas, kreativitas dan ketrampilan untuk memecahkan masalah.

I.7 Metode Penelitian

I.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian yang diteliti oleh penulis adalah penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan serta mendeskripsikan dari berbagai kondisi, fenomena dan situasi realitas sosial yang sedang terjadi di tengah-tengah masyarakat⁷⁹. Menurut Robert K. Yin penelitian deskriptif adalah suatu strategi penelitian yang berfokus pada suatu fenomena pada masalah tertentu yang ada di tengah-tengah masyarakat

⁷⁹ Bungin, Burhan. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

sehingga dengan menggunakan pendekatan studi kasus akan memungkinkan fokus penelitian yang teramat dalam pada apa yang sedang diteliti⁸⁰. Menurut Neuman menjelaskan tujuan dari penelitian deskriptif adalah sebagai berikut

- a. Dapat memberikan gambaran yang jelas dan juga rinci
- b. Menjelaskan rangkaian langkah dan juga tahapan
- c. Melakukan dokumentasi proses ataupun mekanisme sebab akibat
- d. Memberikan laporan mengenai latar belakang ataupun konteks situasi

Berdasarkan tujuan di atas, dalam penelitian ini memberikan deskripsi fenomena sosial di lapangan melalui pengalaman dan juga pandangan informan secara objektif yang disajikan secara sistematis dan juga komprehensif. Sehingga penelitian ini mampu menjelaskan dan mendeskripsikan mengenai kemitraan antara Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dengan Tokopedia dalam pengembangan UMKM di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat kondisi pandemi saat ini dan besar dampaknya terhadap sektor UMKM sehingga berkaitan juga dengan kemitraan yang sedang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dengan Tokopedia dalam pengembangan UMKM di masa pandemi Covid-19. Melalui adanya kemitraan tersebut dapat menggerakkan dan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Kota Surabaya.

I.7.2 Lokasi Penelitian

Berdasarkan analisis dan penjabaran latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka ditentukan lokasi penelitian yang berada di Kota Surabaya lebih tepatnya berada di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya, PT Tokopedia serta Bagian Hukum dan

⁸⁰ Yin, Robert K. 2011. Studi Kasus : Desain Dan Metode. : Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Kerjasama Pemerintah Kota Surabaya sebagai pihak yang melakukan kemitraan serta beberapa UMKM yang ada di Kota Surabaya. Alasan memilih Kota Surabaya dikarenakan Kota Surabaya sendiri memiliki pertumbuhan UMKM yang meningkat di era pandemi Covid-19. Dikutip dari Jawapos.com, Kota Surabaya di masa pandemi memiliki tambahan UMKM hingga 29 ribu UMKM baru⁸¹

I.7.3 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposif* yaitu menentukan informan yang sesuai dengan pertimbangan, tujuan serta kriteria dengan permasalahan penelitian yang sedang diteliti⁸². Kemudian, berkembang menjadi *snowball* yakni dengan mewawancarai kelompok UMKM mitra binaan. Menurut Moleong dalam Andi Prastowo, informan penelitian merupakan orang yang mengerti dan orang yang paham mengenai penelitian yang nantinya bertujuan untuk memberikan informasi mengenai kondisi penelitian. Dengan menggunakan teknik *purposif* akan memudahkan bagi peneliti. Hal ini dikarenakan adanya kesempatan dalam memilih informan yang akan diwawancarai sesuai dengan pembahasan peneliti.. Adapun dari beberapa informan yang dipilih yang dianggap paling memahami dan juga paling mengerti mengenai pemahaman tentang penelitian ini adalah :

⁸¹ Jawa Pos, “Selama Pandemi UMKM Di Kota Surabaya Melejit Hingga 40 Ribu Unit.”

⁸² Prastowo, A. (2011). Metode Penelitian Kualitatif Dalam Prespektif Rancangan Penelitian (Meita Sandra Ruzz Media

Tabel I.12 Daftar Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Alasan	Tugas
1.	Ibu Ratih S.E	PIC Kemitraan Tokopedia dengan Pemerintah Kota Surabaya Bidang Pemberdayaan Mikro Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya	Alasan dipilih karena menduduki jabatan strategi sebagai PIC sehingga memiliki kapasitas sebagai PIC Kemitraan yang terjalin dengan Tokopedia untuk pengembangan UMKM di Kota Surabaya	• Menjadi penanggung jawab pelatihan yang diberikan kepada UMKM • Memfasilitasi kebutuhan pelatihan terhadap UMKM • Ikut serta dalam perumusan perjanjian MoU
2.	Ibu Zhafira S.AB	PIC Kerjasama dengan Pemerintah Kota Surabaya – Divisi Kebijakan Publik dan Hubungan Pemerintah Daerah Tokopedia	Alasan di pilihnya informan karena menempati jabatan sebagai manager kebijakan publik di Tokopedia dan menjadi PIC kemitraan untuk	• Bertanggungjawab mengenai kemitraan yang telah berlangsung di Kota Surabaya • Bertanggung jawab dalam mengkonsep serta membuat acara

			Kota Surabaya serta terlibat langsung dalam proses perumusan kemitraan dengan Kota Surabaya	pelatihan di Kota Surabaya Ikut aktif ke dalam proses perumusan MoU dan Perjanjian dengan dinas terkait
3.	Ibu Alya S.H	Staff Bagian Hukum dan Kerjasama Pemerintah Kota Surabaya – PIC bersama Tokopedia	Alasan dipilihnya informan ini karena menempati jabatan strategis yang terlibat langsung kedalam perumusan dan pelaksanaan kemitraan Tokopedia di Kota Surabaya	- Bertanggung jawab untuk melakukan perumusan kemitraan dengan Tokopedia - Bertanggung jawab untuk mengawasi jalanya kemitraan - Membuat agenda evaluasi untuk semua pihak yang terlibat kemitraan

Selain itu, penelitian ini juga melibatkan pihak pelaku UMKM di Kota Surabaya. Adanya pihak UMKM ini sebagai informasi tambahan dan dukungan yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti juga mengalami kendala yakni tidak semua UMKM binaan yang tergabung dengan kemitraan berkenan untuk diwawancarai sehingga peneliti memutuskan untuk mewawancarai UMKM

berdasarkan dengan melakukan pengkategorian UMKM yang terlibat dengan kemitraan ini dan juga melalui rekomendasi kelompok UMKM sebelumnya, Adapun kategori UMKM tersebut meliputi UMKM kerajinan tangan, UMKM *fashion* dan juga UMKM makanan serta minuman.. Adapun pihak UMKM yang dipilih sebagai informan antara lain adalah :

Tabel I.13 Daftar Informan UMKM

No	Kategori UMKM	Nama Informan UMKM	Alasan
1.	Kerajinan Tangan	Ibu Vitri	Alasan dipilihnya informan ini adalah karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mengenai peran UMKM dalam kemitraan yang terjalin khususnya dalam bidang kerajinan tangan
2.	Kerajinan Tangan	Ibu Merlin	Alasan dipilihnya informan ini adalah karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mengenai peran UMKM dalam kemitraan yang terjalin khususnya dalam bidang kerajinan tangan
4.	Fashion	Ibu Amelia	Alasan dipilihnya informan ini adalah karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mengenai peran UMKM dalam kemitraan yang terjalin khususnya dalam bidang <i>fashion</i> . Serta informan ini merupakan salah satu

			mitra binaan yang mendapatkan keuntungan dari kemitraan bersama Tokopedia dengan Pemerintah Kota Surabaya
5.	Fashion	Ibu Sulaikah	Alasan dipilihnya informan ini adalah karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mengenai peran UMKM dalam kemitraan yang terjalin khususnya dalam bidang <i>fashion</i>
6.	Fashion	Ibu Sunarsih	Alasan dipilihnya informan ini adalah karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mengenai peran UMKM dalam kemitraan yang terjalin khususnya dalam bidang <i>fashion</i>
7.	Fashion	Ibu Wulan	Alasan dipilihnya informan ini adalah karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mengenai peran UMKM dalam kemitraan yang terjalin khususnya dalam bidang <i>fashion</i> . Selain itu, informan ini dipilih karena mendapatkan keuntungan dari adanya kemitraan yang telah berlangsung bersama Tokopedia
7.	Makanan dan Minuman	Ibu Dian	Alasan dipilihnya informan ini adalah karena memiliki kapasitas

			untuk memberikan informasi mengenai peran UMKM dalam kemitraan yang terjalin khususnya dalam bidang makanan dan minuman
8.	Makanan dan Minuman	Ibu Retno	Alasan dipilihnya informan ini adalah karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mengenai peran UMKM dalam kemitraan yang terjalin khususnya dalam bidang makanan dan minuman. Selain itu, informan ini dipilih karena aktif dalam event-event yang diselenggarakan oleh Tokopedia dengan Pemerintah Kota Surabaya
9.	Makanan dan Minuman	Ibu Sulasih	Alasan dipilihnya informan ini adalah karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mengenai peran UMKM dalam kemitraan yang terjalin khususnya dalam bidang makanan dan minuman
10.	Makanan dan Minuman	Ibu Astin Aftika	Alasan dipilihnya informan ini adalah karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mengenai peran UMKM dalam kemitraan yang terjalin khususnya

			dalam bidang makanan dan minuman
--	--	--	----------------------------------

I.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data serta informasi yang kredibel dan juga akurat. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam yang dibantu dengan alat perekam. Adanya alat perekam ini berfungsi untuk pengecek kebenaran informasi yang didapatkan ketika wawancara berlangsung. Adanya alat perekam ini akan membantu peneliti jika terdapat data, keterangan maupun informasi yang tidak tercatat oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara langsung dan mendalam serta melakukan pencatatan seluruh informasi yang didapatkan dari informan. Selanjutnya, data yang didapatkan dipergunakan untuk bahan penulisan laporan penelitian. Data yang diperoleh di penelitian ini berupa data primer dan juga data sekunder. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan oleh penulis secara langsung. Untuk mendukung proses pengumpulan data diperlukan suatu teknik agar memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data dari lapangan. Sehingga, teknik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu pengumpulan data yang dilakukan antara dua orang pihak yakni pewawancara yang memberikan pertanyaan dan orang yang sedang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan sehingga hasil wawancara tersebut dapat dibangun sebuah makna dalam sebuah topik tertentu⁸³ Dari adanya wawancara tersebut nantinya dilakukan dengan mengajukan langsung pertanyaan-pertanyaan kepada informan yang telah dipilih yang memiliki keterkaitan dengan topik serta masalah yang sedang diteliti. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini nantinya akan menggunakan pedoman wawancara / *interview guide*.

⁸³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D, Edisi ke 8 (Bandung: Alfabeta, 2010).

Adanya pedoman ini bertujuan agar wawancara nantinya sesuai dengan arah tujuan penelitian. Dengan adanya wawancara nantinya peneliti akan menangkap arti pengalaman dari informan. Pengalaman dan pendapat yang didapat dari informan tadi dapat menjadi menjadi sebuah jawaban dasar yang nantinya akan dianalisis. Wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam kemitraan pengembangan UMKM di Kota Surabaya

2. Observasi

Observasi atau yang lebih dikenal dengan sebutan pengamatan langsung adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan kepada objek yang sedang diteliti.. Data yang diambil dari kegiatan observasi ini bisa mengenai gambaran mengenai sikap, perilaku, tindakan dan juga keseluruhan interaksi antar manusia⁸⁴. Kemudian disertai dengan melakukan pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, menggunakan observasi yang testruktur di mana dalam hal ini peneliti ikut terlibat dalam kegiatan informan yang menjadi sebuah objek yang diteliti tanpa membuat perubahan pada aktivitas yang dilakukan oleh para informan. Selain itu, peneliti dalam mengamati informan tidak menutupi diri sebagai peneliti sehingga dapat mengetahui seluruh objek dan kondisi yang muncul di lapangan. Sehingga, dengan melakukan observasi tersebut peneliti dapat memperoleh data, informasi yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti dan juga dengan adanya observasi dapat menguatkan serta juga mendukung hasil wawancara yang telah dilakukan kepada informan. Dengan adanya kegiatan observasi, peneliti akan mendapatkan suatu fakta, realita yang ada di lapangan dan mendapatkan gambaran yang menyeluruh dan juga komperhensif⁸⁵

Teknik pengumpulan data berupa observasi ini dipilih oleh peneliti karena dapat menyempurnakan aktivitas pengamatan yang bersifat partisipatif. Sehingga

⁸⁴ Jozef Raco, 2018. Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya, <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>.

⁸⁵ Ibid. hal 95

dengan adanya observasi ini peneliti dapat mengikuti kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh informan dalam periode tertentu dan jangka waktu tertentu, mengamati apa yang sedang terjadi, mendengarkan apa yang disampaikan oleh informan, mempertanyakan informasi yang sesuai dengan topik yang diteliti serta mempelajari dokumen yang ada⁸⁶. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi pada beberapa kelompok UMKM yang menjadi mitra binaan. Adapun kelompok UMKM yang diobservasi meliputi kelompok UMKM binaan yang dibagi menjadi UMKM binaan *fashion*, UMKM binaan Makanan dan Minuman serta UMKM binaan kerajinan tangan dengan total sebanyak 10 UMKM.

3. Dokumentasi

Dalam teknik pengumpulan data, dokumentasi berfungsi sebagai sebuah pelengkap dari data-data yang diperoleh baik dari wawancara maupun dari observasi yang telah dilakukan oleh peneliti. Dokumentasi merupakan suatu bentuk cara yang dipakai untuk memperoleh data dan juga informasi baik dalam berbentuk buku, arsip, rekaman, tulisan, angka dan juga gambar yang berfungsi untuk mendukung penelitian⁸⁷. Dalam penelitian ini, peneliti akan mendokumentasikan kegiatan berupa gambar pada saat wawancara maupun observasi berlangsung, data dokumen dan lainnya. Adanya dokumentasi ini nantinya akan dipilih kemudian disesuaikan dengan topik penelitian peneliti.

1.7.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik Triangulasi Data. Menurut Lexy J. Moleong, triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain yang terdapat di luar data⁸⁸. Teknik Triangulasi data ini bertujuan untuk

⁸⁶ Idrus, Muhammad. 2009. Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta: Erlangga.

⁸⁷ Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cetakan 10. Alfabeta.

⁸⁸ Moleong J. Lexy, Metodologi Penelitian Kualitatif, ed. Tjun Surjaman (PT Remaja Rosdakarya, 2000).

mengecek atau sebagai pembandingan terhadap data-data yang telah didapatkan. Menurut Denzin Triangulasi data meliputi empat sumber yang meliputi yang meliputi pertama, triangulasi sumber, kedua, triangulasi metode, ketiga, triangulasi penyidik serta keempat, triangulasi teori⁸⁹. Teknik triangulasi data ini dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk membuktikan data agar dapat dipercayai yang mana hal ini disebut dengan keabsahan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pemeriksaan data dengan menggunakan teknik triangulasi dengan penggunaan sumber dan juga triangulasi dengan metode. Menurut Patton triangulasi dengan sumber dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang didapatkan melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif⁹⁰. Triangulasi sumber dapat ditempuh dengan beberapa strategi yang meliputi

1. Melakukan pembandingan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Melakukan pembandingan data dengan apa yang dikatakan informan di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi,
3. Membandingkan hasil wawancara dengan suatu dokumen yang berkaitan.

Dengan adanya triangulasi dengan sumber, peneliti nantinya akan melakukan pembandingan hasil wawancara yang didapatkan dari masing-masing informan penelitian yang digunakan sebagai pembandingan untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan untuk kepentingan peneliti. Sedangkan triangulasi metode menurut Patton dibagi menjadi dua strategi yang meliputi :

1. Melakukan pengecekan derajat kepercayaan pada penemuan hasil penelitian dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data

⁸⁹ Ibid.hal 91

⁹⁰ Ibid.hal 91

2. Melakukan pengecekan beberapa sumber data menggunakan metode yang sama. Dengan menggunakan triangulasi metode, peneliti nantinya akan melakukan pengecekan hasil penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda yakni dengan melakukan metode wawancara, observasi serta juga dokumentasi. Sehingga nantinya derajat kepercayaan data dapat dipertanggungjawabkan

Dalam penelitian ini,, pemeriksaan kebasahan data melalui triangulasi data akan dicapai dengan beberapa hal yang meliputi :

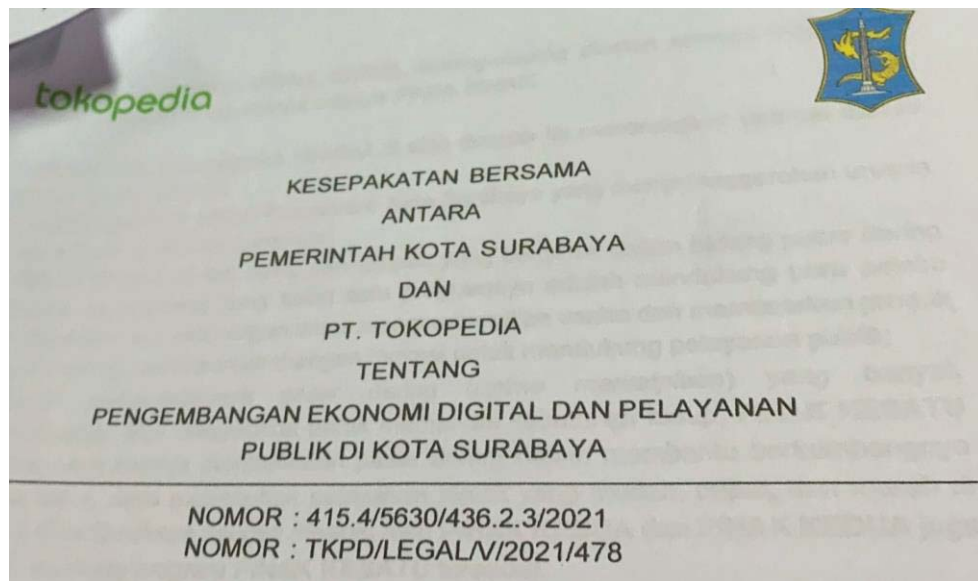
1. Melakukan perbandingan data hasil pengamatan yang diperoleh oleh peneliti dengan hasil wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti akan membandingkan data dari hasil yang diamati sebelumnya mengenai kemitraan yang terjalin mengenai pengembangan UMKM di Kota Surabaya kemudian dibandingkan dengan hasil wawancara pada informan.

2. Melakukan perbandingan data dari dokumen-dokumen tertulis dengan hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti akan membandingkan MoU (*Memorandum of Understanding*) yakni kesepakatan bersama antara Pemerintah Kota Surabaya dengan Tokopedia Tentang Pengembangan Ekonomi Digital dan Pelayanan Publik di Kota Surabaya Nomor 415.4/5630/436.2.3/2021 dan juga Perjanjian Kerjasama (PKS) nomor 415.4/98886/436.2.3/2021 Tentang Pelatihan, Pendampingan dan Digitalisasi bagi UMKM di Kota Surabaya mengenai kemitraan pengembangan UMKM di Kota Surabaya antara Tokopedia dengan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dan juga membandingkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah dengan pelaksanaannya di lapangan melalui wawancara yang telah dilakukan

3. Melakukan perbandingan data hasil wawancara dari berbagai informan yang telah diwawancarai sebelumnya, Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan

pembandingan data hasil wawancara terkait dengan kemitraan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dengan Tokopedia dengan informan kunci sebanyak 10 informan UMKM mitra binaan Dinas Perdagangan di Kota Surabaya.

4. Melakukan pembandingan serta pengecekan dari hasil wawancara yang didapatkan ketika turun lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti akan membandingkan informasi dengan cara yang berbeda seperti menggunakan wawancara terstruktur dengan observasi di lapangan untuk mengetahui keabsahan data.



Gambar I.4 Memorandum of Understanding Pemerintah Kota Surabaya dengan Tokopedia

Alasan dipilihnya triangulasi sumber dan metode sebagai uji keabsahan data karena peneliti ingin memberikan sebuah deskripsi secara komperhensif dan relevan mengenai model kemitraan yang terjalin dan juga peran pihak yang terlibat kemitraan antara Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya

dengan Tokopedia selama pandemi Covid-19. Dimana pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan juga dokumentasi dengan informan kunci. Sehingga hasil yang diperoleh dari proses pengumpulan data tersebut menjadi hasil yang akurat dan komprehensif mengenai kemitraan yang terjalin antara Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dengan Tokopedia dalam pengembangan UMKM di masa pandemi Covid-19

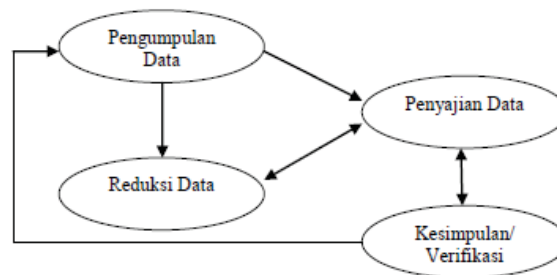
I.7.6 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan yang dikutip Prof Sugiyono teknik analisis data merupakan sebuah proses pencarian serta proses penyusunan yang disusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi lapangan, dokumentasi serta hal-hal lainnya yang dilakukan oleh peneliti⁹¹. Teknik analisis data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit yang ada, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola-pola, melakukan pemilihan mana yang penting dan yang akan dibutuhkan dalam penelitian serta diakhir membuat kesimpulan untuk penulisan penelitian. Menurut Miles dan Huberman, dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif serta berlangsung secara terus menerus hingga penelitian selesai⁹². Adapun teknik analisis data menurut Miles dan Huberman meliputi reduksi data, penyajian data dan juga penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data berarti melakukan perangkuman, memilih hal-hal pokok, memfokuskan kepada hal-hal penting yang kemudian menggolongkan hasil perangkuman tersebut ke dalam suatu pola atau temanya sesuai dengan penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti. Dengan adanya tahap reduksi data ini, akan memberikan gambaran serta memberikan kemudahan bagi peneliti untuk melakukan tahapan pengumpulan data selanjutnya. Tahap penyajian data merupakan suatu tahap penyusunan informasi yang bisa disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan juga dapat berupa teks naratif. Dengan adanya penyajian data ini bertujuan untuk

⁹¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.

⁹² Miles and Huberman, Analisis Data Kualitatif Buku Tentang Sumber-Sumber Metode Baru, SAGE Publications, Second Edi (London, 1994).

memudahkan serta memahami apa yang terjadi dan merencanakan apa yang dikerjakan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Tahap ketiga adalah tahapan kesimpulan. Tahap ini merupakan tahap untuk menarik kesimpulan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, temuan kesimpulan nantinya akan berupa deskripsi atau gambaran dari suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas. Kesimpulan dikatakan kesimpulan yang kredibel jika kesimpulan tersebut didukung dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti turun ke lapangan. Sehingga adanya analisis data secara kualitatif ini akan memperoleh hasil yang sistematis dan juga keteraturan⁹³. Sehingga gambaran analisis data akan saling berkaitan yang dijelaskan pada gambar dibawah ini :



Gambar I.5. Analisis Data

Sumber : Miles dan Huberman

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data adalah sebuah langkah atau proses pemusatan perhatian, pemilihan, melakukan abstraksi serta melakukan perubahan data-data kasar yang muncul dan pada catatan tertulis yang ada serta ditemukan pada lapangan⁹⁴. Data-data kasar yang tersebut muncul dari hasil wawancara yang kemudian disajikan dalam bentuk transkrip wawancara. Kemudian, dari transkrip wawancara tersebut disederhanakan ke dalam bentuk tabel yang sesuai dengan analisis yang digunakan

⁹³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.

⁹⁴ Miles and Huberman, Analisis Data Kualitatif Buku Tentang Sumber-Sumber Metode Baru.

dalam penelitian. Dengan adanya tabel-tabel tersebut akan membantu memperjelas lingkup masalah yang sedang diteliti dan memberi kemudahan dalam bentuk penyajian data, penampilan dan menarik kesimpulan sementara dari hasil tabel yang telah disajikan tersebut. Adanya data reduksi ini adalah sebuah langkah analisis yang digunakan untuk mempertajam, mengurutkan serta mengorganisasi data agar menjadi data yang pasti dan bisa verifikasi derajat kebenarannya⁹⁵

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Proses penyajian data adalah sebuah langkah dalam melakukan pengorganisasian data yang dipergunakan sebagai sekumpulan informasi dipergunakan untuk penarikan kesimpulan maupun pengambilan tindakan dalam sebuah penelitian⁹⁶. Dalam tahap, penyajian data ini, akan menyajikan kutipan-kutipan dari hasil wawancara yang dilakukan bersama informan yang telah dipilih sebelumnya. Kutipan-kutipan yang disajikan nantinya akan diberkaitan dengan topik pembahasan tiap sub bab penelitian serta kutipan-kutipan tersebut akan dalam bentuk tabel. Hal ini bertujuan untuk memudahkan para pembaca untuk memahami penelitian. Setelah itu, akan dilakukan interpretasi yang bersifat teoritik untuk dapat memahami mengenai keseluruhan pembahasan mengenai topik apa yang sedang dibahas oleh penelliti. Selain itu, menurut Miles dan Huberman penyajian data juga bisa berupa matriks, grafik dan juga tabel. Semua penyajian data tersebut bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang ada menjadi sebuah informasi terstruktur sehingga bisa dianalisis dan juga menarik kesimpulan yang tepat dari data yang diperoleh⁹⁷.

c. *Conclusion Drawing* (Menarik Kesimpulan atau Melakukan Verifikasi)

Dalam tahap penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif. Pertama, dilakukan melalui penarikan kesimpulan yang ada pada variabel penelitian dalam

⁹⁵ Ibid.hal 101

⁹⁶ Ibid Hal 95

⁹⁷ Ibid. hal 101

permasalahan yang ditemukan oleh peneliti pada saat dilapangan atau ketika penelitian sedang berlangsung baik ketika melakukan penggalian data ataupun ditahapan penyajian data. Kedua, peneliti akan melakukan pengecekan terhadap data-data yang ditemukan beserta bukti-bukti yang didapatkan oleh peneliti baik dari data primer maupun data sekunder. Ketiga, hasil kesimpulan nantinya yang ditarik dan didapatkan oleh peneliti merupakan jawaban dari permasalahan yang ada diangkat dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan tiga unsur tersebut berinteraksi sampai mendapatkan kesimpulan yang benar