

## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun di daerah. Peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UKM. Peranan UKM terutama sejak krisis moneter tahun 1998 dapat dipandang sebagai katup penyelamat dalam proses pemilihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja. Pentingnya keberadaan UKM di negara berkembang, yaitu pertama karena kinerja UKM cenderung lebih baik dalam hal melahirkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, sebagian bagian dari dinamikanya, UKM sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga adalah karena sering diyakini bahwa UKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas daripada usaha besar. Lebih lanjut, usaha kecil dan usaha rumah tangga di Indonesia telah memainkan peran penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha, dan mendukung pendapatan rumah tangga.<sup>1</sup>

Keberadaan pelaku UKM di Indonesia memiliki dasar yang kuat, yaitu ” (1) Setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapatkan pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia.(2) Setiap orang berhak untuk memajukan dirinya dalam memperjuangkan haknya secara kolektif untuk membangun masyarakat, bangsa dan negaranya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup><http://ukmkecil.com/ukm/definisi-ukm> (Diakses tanggal 07 mei 2015)

<sup>2</sup> UUD 1945 Pasal 28 C ayat 1 dan 2 Tentang hak asasi manusia

Dengan adanya dasar yang kuat, pemerintah Indonesia juga memiliki kriteria/standar sebuah usaha kecil yang dimiliki masyarakat untuk menjadi kriteria UKM. Kemudian telat di atur di dalam Undang-undang, kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut:

1. Mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha
2. Mempunyai hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah)
3. Milik Warga Negara Indonesia
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar
5. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.<sup>3</sup>

Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.”<sup>4</sup>

Pertumbuhan minat masyarakat terhadap Usaha Kecil Menengah berpengaruh terhadap beberapa aspek baik sosial maupun ekonomi, pada aspek sosial masyarakat menjadi lebih kreatif dan inovatif di dalam menciptakan kreatifitas yang terbentuk dalam hasil karya produk – produk yang menjanjikan. Dengan mulai tumbuhnya UKM di Indonesia yang telah banyak memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia, perkembangan penyerapan tenaga kerja melalui UKM mengalami peningkatan yang cukup signifikan, dapat dilihat pada tabel perkembangan jumlah penyerapan tenaga kerja UKM dari tahun 2013 – 2013.

<sup>3</sup> UU No. 9 tahun 1995 tentang kriteria usaha kecil

<sup>4</sup> Keputusan Presiden RI no.99 tahun 1998 tentang pengertian usaha kecil

**Tabel I.1****Perkembangan Jumlah Penyerapan Tenaga Kerja Tahun 2012 – 2013 (menurut skala)**

No	Skala Usaha	Jumlah	Jumlah	Perkembangan	persentase
		2012	2013	Jumlah	%
1	usaha mikro	75.453.589	77.061.669	1.608.080	2.13
2	usaha kecil (UK)	9.599.480	9.970.644	371.164	3.87
3	usaha menengah (UM)	4.494.693	4.720.005	225.312	5.01
	usaha kecil dan menengah (UMKM)	89.547.762	91.752.318	2.204.556	2.46
4	usaha besar (UB)	2.445.595	2.520.707	75.112	3
	<b>Jumlah</b>	<b>91.993.57</b>	<b>94.273.025</b>	<b>75.112</b>	<b>3</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2013 (data diolah)

Dari tabel diatas terlihat bahwa selama tahun 2012-2013 sektor usaha mikro, kecil dan menengah mampu menyerap tenaga kerja yang lebih banyak dari pada usaha besar yakni untuk usaha mikro mencapai 2,13% , usaha kecil 3,87%, usaha menengah 5,01% , dan usaha kecil menengah 2,46% jauh lebih besar dari usaha besar yang hanya mencapai 3,07%. Dengan begitu maka pemberdayaan UKM menjadi salah satu cara pembangunan ekonomi yang bisa menjadi alternatif meningkatkan sumber daya manusia yang dimiliki setiap daerah di Indonesia.

**Tabel I.2****Perkembangan Jumlah UKM di Indonesia Tahun 2006 – 2013**

Tahun	Jumlah UKM	Pertumbuhan	Prosentase %
2006	37.913.608	-	-
2007	38.725.960	812.352	2,107
2008	38.906.774	180.814	0,46
2009	40.766.742	1.859.968	4,56
2010	42.390.749	1.624.007	3,83
2011	43.224.007	833.258	1,93
2012	47.109.555	3.885.548	8,85
2013	488.936.480	18269.253	3,73
<b>Rata-rata</b>	-	<b>1.574.696</b>	<b>3,55</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik , 2013( data diolah )

Pada tabel I.2 menunjukkan perkembangan jumlah UKM di Indonesia mulai tahun 2006-2013. Pada tahun 2006 jumlah UKM di Indonesia adalah 37.913.608 unit usaha. Angka tersebut terus tumbuh hingga tahun 2009 yang jumlahnya mencapai 40.766,742 unit usaha, dengan prosentase pertumbuhan 4,56 persen. Pertumbuhan tersebut tidak hanya berhenti pada tahun 2009, hal itu terbukti dengan data pertumbuhan UKM pada tahun 2013 yang mencapai angka 48.936.480 unit usaha dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 1.574.696 unit dan prosentase pertahunnya mencapai 3,55 persen.

Pemberdayaan adalah tugas yang menjadi tanggung jawab pemerintah. Pemberdayaan dilakukan untuk mengangkat serta memberi dukungan kepada masyarakat secara nyata agar mereka memiliki kemampuan untuk mengaktualisasi potensinya. Dengan basis kemandirian lokal serta adanya pemberdayaan dari pemerintah, maka diharapkan terjadi sinergi yang positif dan berkesinambungan untuk keluar dari gejolak-gejolak sosial tersebut. Dalam konteks ini penting sekali untuk menekankan kepada masyarakat bahwa pengembangan kewirausahaan yang berbasis pada kemandirian lokal perlu dikembangkan, karena hal tersebut akan tercipta lapangan pekerjaan untuk mereka, serta mengembangkan inovasi-inovasi mereka untuk secara mandiri berusaha memenuhi kebutuhan ekonominya. Pengembangan kewirausahaan untuk mewujudkan kemandirian lokal tersebut bisa diupayakan dalam bentuk Usaha Kecil dan Menengah / UKM. Kemandirian lokal, melalui pengembangan produk unggulan dan pengembangan UKM saat ini dapat menjadi strategi yang efektif dalam pengembangan ekonomi daerah karena dari produk unggulan tersebut mampu mengangkat martabat suatu daerah yang berdampak pada sumber keuangan daerah.<sup>5</sup>

Bahwa sehubungan dengan perkembangan lingkungan perekonomian yang semakin dinamis dan global, Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yang hanya mengatur Usaha Kecil perlu diganti, agar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia

---

<sup>5</sup> Jurnal Administrasi Publik (JAP), vol 2, No.1, Hal 95-101

dapat memperoleh jaminan kepastian dan keadilan usaha. Menurut UU Nomor 20 tahun 2008 tentang pemberdayaan UMKM, yaitu :

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
3. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Kebijakan pengembangan terhadap UKM juga telah diatur di dalam Peraturan Pemerintah nomor 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan usaha kecil.<sup>6</sup> Kemudian pada pemerintahan reformasi, dan juga telah diperjelas dan diatur didalam perubahan peraturan menteri Nomor 07/Per/M.KUKM/XI/2012 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Program Bantuan Sosial Dalam Rangka Pengembangan Koperasi, Usaha Mikro Dan Kecil.<sup>7</sup>

Kebijakan pemberdayaan UKM secara umum diarahkan untuk mendukung upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan daya saing, serta revitalisasi pertanian dan perdesaan yang menjadi prioritas pembangunan nasional.<sup>8</sup>

Kontribusi UKM sangat besar terhadap perekonomian Indonesia terutama dalam hal PDB dan penyediaan lapangan kerja. Hampir 90% usaha di Indonesia didominasi UKM. Artinya, UKM bisa dikatakan pilar penting dalam perekonomian di Indonesia, tapi sayangnya pemerintah bisa di bilang masih belum pro UKM. Hal ini bisa dilihat dari daya serap KUR atau Kredit Usaha Rakyat yang masih rendah dan kebijakan-kebijakan yang belum mampu

<sup>6</sup> PP nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil.

<sup>7</sup> PERMEN 03/PER/M.KUKM/VII/2012

<sup>8</sup> <http://www.bappenas.go.id/get-file-server/node/6173>. 'Pemberdayaan Koperasi Serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.' ( Diakses tanggal 07 meil 2015)

mendukung UKM untuk bersaing di tingkat global. Tentu sangat berbahaya apabila membiarkan para pelaku bisnis ASEAN ( *Association Of South East Asian Nations* ) masuk begitu saja dan menghantam pelaku bisnis dalam negeri. Para pelaku UKM yang belum memiliki modal dan kekuatan bisnis yang kuat akan kesulitan menghadapi persaingan global ini. Tanpa adanya persiapan khusus dari pemerintah, seperti saat ini, hal ini akan sangat mungkin terjadi dan membuat banyak UKM Indonesia akan gulung tikar karena tidak sanggup bersaing lagi. Kekhawatiran ini sangat mungkin terjadi mengingat para pelaku usaha tingkat ASEAN terutama di Malaysia dan Singapura sangat kuat, sedangkan para pelaku UKM Indonesia masih sangat banyak yang belum bersiap untuk menghadapi AFTA 2015. Jika hal ini terjadi, pemerintahlah yang sangat dirugikan karena salah satu pilar penting ekonomi Indonesia bisa runtuh sewaktu-waktu dan stabilitas ekonomi akan terguncang akibat peningkatan pengangguran sekaligus penurunan PDB.<sup>9</sup>

AFTA yang merupakan akronim dari ASEAN *Free Trade Area* sejatinya merupakan kesepakatan dari negara - negara di asean untuk membentuk sebuah kawasan bebas perdagangan. Tujuannya agar bisa meningkatkan daya saing ekonomi kawasan ASEAN di dunia. Perjanjian perdagangan bebas AFTA dicetuskan ketika terjadi pertemuan tingkat Kepala Negara ASEAN ( *Association Of South East Asian Nations* ) summit ke-4, yang dilakukan pada tahun 1992. Pada pertemuan itu kemudian para kepala negara mengumumkan akan membentuk sebuah kawasan perdagangan bebas di ASEAN dalam jangka waktu 15 Tahun. Kalau dihitung seharusnya akan efektif berjalan secara penuh pada tahun 2007. Namun kenyataannya, AFTA ini akan aktif pada tahun 2015, 22 tahun kemudian.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> <http://manadopostonline.com/read/2014/09/02/AFTA-2015-Perdagangan-Bebas-dan-Kesiapan-SDM-Indonesia/5408> (Diakses tanggal 07 mei 2015)

<sup>10</sup> <http://sosbud.kompasiana.com/2014/02/27/tantangan-dan-keuntungan-afta-2015-untuk-indonesia-636151.html> (Diakses tanggal 07 mei 2015)

Penduduk Indonesia adalah ke-4 terbesar didunia, oleh karena itu Negara Indonesia akan selalu menjadi sasaran empuk target pasar dari berbagai produk Negara-negara dunia. Pada saat ini, karena daya beli masyarakat kita lemah, maka aneka jenis produk yang datang, adalah berbagai produk kualitas rendah (kw) yang berasal dari China dengan harga sangat murah. Bahkan jaring pemasarannya sudah sampai pada pedagang kaki lima diseluruh Indonesia. Akibatnya, semua produksi sejenis yang ada didalam negeri menjadi hancur terbukti banyaknya berbagai pabrik berbahan plastik dan tekstil serta alat-alat pertukangan, mainan anak-anak gulung tikar. Ini semua adalah dampak dari berlakunya *ASEAN-China Free Trade Area (ACFTA)* sejak 2010. Belum terjadinya *AFTA (Asean Free Trade Area)* 2015, para produsen di Indonesia sudah tidak mampu bersaing di pasar dalam negerinya sendiri menghadapi barang-barang impor dari China. Negara-negara China, Jepang, India, Thailand, Singapore, Malaysia, Vietnam telah melakukan serangan produksinya ke Indonesia jauh sebelum AFTA 2015.

Karena Indonesia target pasar dunia nomor empat dunia, maka Negara-negara ASEAN akan dijadikan pintu masuk berbagai hasil aneka jenis produksi dunia yang harganya sangat bersaing. Terutama Singapore akan menjadi ajang agen distributor dunia untuk menjual barang produksi Negara-negara dunia ke Indonesia. Karena para pejabat di Indonesia sangat mudah di sumpal dengan uang, maka pengawasan yang sangat lemah terhadap kualitas produksi barang-barang impor akan dijadikan ajang pembuangan produksi gagal yang dampaknya membuat industri DN berkepanjangan semakin tidak berdaya. Apalagi jika manajemen pemerintahan 2014-2019 masih seperti gaya manajemen kepemimpinan SBY, kondisi kita akan lebih parah.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> <http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2014/04/05/afta-2015-kehancuran-ekonomi-indonesia-646709.html> (Diakses tanggal 07 mei 2015)

Salah satu kebijakan yang akan diterapkan pada AFTA adalah Membebaskan bea cukai bagi negara-negara ASEAN sehingga jika suatu negara hendak mengekspor suatu produk negara lain yang merupakan anggota ASEAN tidak akan mendapat hambatan tarif dan tidak ada batasan berapa banyak produk yang akan masuk ke negara tersebut.

Sebagai salah satu negara yang cukup strategis untuk berinvestasi, tentu Indonesia memiliki berbagai keuntungan seperti Meningkatnya devisa negara karena tak perlu lagi membayar bea cukai kepada negara pengimpor juga banyak potensi yang dapat dijadikan sebagai Sumber Daya yang akan mendatangkan keuntungan bagi Indonesia, seperti Pariwisata, Kuliner, dan lain-lainnya.

Namun, selain keuntungan yang ditawarkan, ada juga hal yang perlu dipersiapkan oleh Indonesia sebelum memasuki era AFTA ini, diantaranya :

1. Kesiapan para pengusaha UKM untuk menghadapi derasnya produk impor yang nantinya akan masuk ke Indonesia
2. Kesiapan pemerintah untuk menjaga dan melindungi perekonomian Indonesia melalui kebijakan-kebijakan yang efektif sehingga perekonomian dapat lebih optimal
3. Mental masyarakat untuk mencintai dan mengembangkan produk dalam negeri sehingga Indonesia mampu menjadi negara pengekspor bukan negara pengimpor<sup>12</sup>

Di satu sisi hal itu merupakan tantangan dan kendala yang membatasi. Namun disisi lain hal itu merupakan peluang baru yang dapat dimanfaatkan untuk keberhasilan pelaksanaan pembangunan nasional. Peluang inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh industri kelas menengah dan kecil. Sektor usaha kecil dan menengah (UKM) telah dipromosikan dan dijadikan sebagai agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia.

Dunia ekonomi internasional, salah satunya AFTA mengakui tentang pentingnya UKM dalam pembangunan ekonomi negara-negara yang sudah maju dan semakin besar

<sup>12</sup> ibid (Diakses tanggal 07 mei 2015)



perannya bagi negara-negara berkembang. Peran UKM di ASEAN dalam bidang ekonomi juga dinilai sangat besar. Dalam masyarakat ekonomi ASEAN 2015 perhatian terhadap UKM pasti akan semakin besar. Dinamika ekonomi dunia saat ini memberi kepercayaan kepada negara-negara berkembang untuk mengambil peran yang semakin penting.

Indonesia juga sudah semakin maju, perubahan-perubahan ini akan memberikan peluang bagi UKM untuk dapat mencapai kemajuan. Perkembangan UKM di daerah belakangan ini menjadi sebuah kebanggaan tersendiri bagi Indonesia. UKM hadir sebagai suatu solusi dari system perekonomian yang sehat. Hingga saat ini UKM dikabarkan telah menyerap tenaga kerja sangat signifikan yakni sekitar 107 juta orang. UKM banyak mengalami kemajuan dari segi kualitas produksi maupun kuantitasnya.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin terbukanya pasar di dalam negeri, merupakan ancaman bagi UKM dengan semakin banyaknya barang dan jasa yang masuk dari luar akibat adanya globalisasi. Pertemuan AFTA terakhir di Vietnam menjadi sebuah momentum dalam penguatan system perdagangan multilateral untuk meningkatkan sektor ekonomi dan industri kecil seperti UKM di negara sedang berkembang.

Persaingan produk di Indonesia saat ini sangat ketat. Selain harus bersaing dengan produk lokal, harus bersaing dengan produk-produk luar negeri, berbarengan dengan AFTA 2015, dalam segi teknologi UKM harus terus bertransformasi dari teknologi konvensional menjadi teknologi modern yang bisa memproduksi melebihi jumlah dari teknologi konvensional. Adapun hal yang berkaitan dengan teknologi ini adalah *Research and Development* dari UKM itu sendiri yang memang masih kurang, sehingga masyarakat merasa bosan dengan produk yang tidak beragam.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> <http://majalah.ukm.com/tantangan-ukm-menghadapi-afta-2015/> (Diakses tanggal 07 mei 2015)

Di Indonesia Sendiri keberadaan UKM banyak sekali ragam dan jenisnya dan ini lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti budaya daerah setempat, kondisi alam dan geografis daerah, maupun dari pihak pemerintah itu sendiri karena tak jarang banyak hasil produksi dari UKM itu menjadi ciri khas dari daerah itu sendiri. Untuk jenis hasil produksi UKM sendiri ada beberapa produk unggulan yang selama ini menyumbangkan nilai ekspor yang cukup tinggi.

**Tabel I.3**  
**Produk Unggulan Ekspor UKM Tahun 2013**

No	Jenis Produk	Presentase
1	kerajinan tangan dan barang seni	29,71%
2	garmen	23,20%
3	makanan dan minuman	18,84%
4	Furnitur	7,98%
5	tas, sandal dan sepatu	7,97%
6	Aksesoris	5,07%
7	emas, perak dan mutiara	5,07%
8	alat rumah tangga	2,17%

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2013 (data diolah)

Visi pembangunan Industri Nasional sebagaimana yang tercantum dalam Peraturan Presiden Nomor 28 Tahun 2008 tentang Kebijakan Industri Nasional adalah Indonesia menjadi Negara Industri Tangguh pada tahun 2025.<sup>14</sup> Dengan visi antara pada tahun 2020 sebagai Negara Industri Maju Baru, karena sesuai dengan Deklarasi Bogor tahun 1995 antarpara Kepala Negara APEC pada tahun tersebut liberalisasi di negara-negara APEC sudah harus terwujud. Sebagai negara industri maju baru, sektor industri Indonesia harus mampu memenuhi beberapa kriteria dasar antara lain, 1) Memiliki peranan dan kontribusi tinggi bagi perekonomian Nasional. 2) IKM memiliki kemampuan yang seimbang dengan Industri Besar. 3) Memiliki struktur industri yang kuat (Pohon Industri lengkap dan dalam). 4) Teknologi maju telah menjadi ujung tombak pengembangan dan penciptaan pasar. 5) Telah memiliki jasa industri yang tangguh yang menjadi penunjang daya saing internasional

<sup>14</sup> PP Nomor 28 tahun 2008 tentang kebijakan industri nasional

industri, dan 6) Telah memiliki daya saing yang mampu menghadapi liberalisasi penuh dengan negara-negara APEC.

Diharapkan tahun 2020 kontribusi industri non-migas terhadap PDB telah mampu mencapai 30%, dimana kontribusi industri kecil (IK) ditambah industri menengah (IM) sama atau mendekati kontribusi industri besar (IB). Selama kurun waktu 2010-2020 industri harus tumbuh rata-rata 9,43% dengan pertumbuhan IK, IM, dan IB masing-masing minimal sebesar 10,00%, 17,47%, dan 6,34%.

Dalam rangka merealisasikan target-target tersebut, Kementerian Perindustrian telah menetapkan dua pendekatan guna membangun daya saing industri nasional yang tersinergi dan terintegrasi antara pusat dan daerah. Pertama, melalui pendekatan *top-down* dengan pengembangan 35 klaster industri prioritas yang direncanakan dari Pusat (*by design*) dan diikuti oleh partisipasi daerah yang dipilih berdasarkan daya saing internasional serta potensi yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Pengembangan kompetensi inti di tingkat provinsi disebut sebagai Industri Unggulan Provinsi dan di tingkat kabupaten/kota disebut Kompetensi Inti Industri Kabupaten/Kota. Pendekatan kedua ini merupakan pendekatan yang didasarkan pada semangat Otonomi Daerah. Penentuan pengembangan industri melalui penetapan klaster industri prioritas dan kompetensi inti industri daerah sangat diperlukan guna memberi kepastian dan mendapat dukungan dari seluruh sektor di bidang ekonomi termasuk dukungan perbankan.<sup>15</sup>

Beberapa skema pembinaan telah pernah diluncurkan oleh Pemerintahan setempat, antara lain memberikan kesempatan kepada UKM tertentu mengikuti pameran-pameran dagang, baik didalam maupun luar negeri. Dimanapun tujuan keikutsertaan UKM pada pameran-pameran tersebut agar ukm yang ada di Jawa Timur dapat memanfaatkan peluang transaksi-transaksi dagang dengan pihak lain, baik disisi keperluan perluasan pasar

---

<sup>15</sup> <http://www.kemenperin.go.id/artikel/19/Kebijakan-Industri-Nasional/> (Diakses tanggal 07 mei 2015)

(*market share*), maupun penyediaan bahan baku, dan akses-akses lain yang diperlukan. Pemberdayaan UKM di Jawa timur memang sedang digencarkan sebagai produk unggulan yang dijadikan contoh UKM untuk provinsi lain, hal tersebut tertera jelas pada Peraturan Daerah (PERDA) Provinsi JATIM No.6 Tahun 2011 Tentang Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.<sup>16</sup>

Usaha Kecil Menengah yang terdapat di Jawa timur merupakan suatu usaha kecil yang berfungsi sebagai wadah usaha bagi sebagian besar masyarakat yang ada di Jawa timur, selain itu usaha kecil yang ada di Jawa Timur juga mampu tumbuh dan berkembang secara mandiri dengan memberikan andil besar serta menduduki peran yang sangat strategis dalam perkembangan pembangunan ekonomi yang ada di Provinsi Jawa Timur. Pemerintah Provinsi Jawa Timur terus memfokuskan pada percepatan pembangunan bidang infrastruktur ekonomi, sosial dan administrasi. Infrastruktur dalam arti luas tidak hanya mengedepankan fisik, tapi juga dapat meningkatkan daya saing.<sup>17</sup>

Dari Jumlah penyebaran usaha UKM yang terdapat pada sektor perdagangan, bisa terlihat bahwa jumlah Penyebaran UKM di Surabaya cukup banyak. Hal ni membuktikan bahwa Kota Surabaya mempunyai kekuatan ekonomi yang cukup potensial dan sebagai barometer untuk kawasan Jawa Timur khususnya, dan Indonesia Timur. Selain itu juga mempunyai peran yang cukup penting dan diperhitungkan dalam menentukan arah kebijakan pembangunan provinsi Jawa Timur. Kekuatan ekonomi dengan segala aktivitas ekonomi yang ada, merupakan salah satu penggerak utama ekonomi Jawa Timur serta memberikan kontribusi yang paling besar dari 38 kabupaten di Jawa Timur.<sup>18</sup>

<sup>16</sup> Peraturan Daerah (PERDA) Provinsi Jatim No 6 Tahun 2011 Tentang Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

<sup>17</sup> <http://bappeda.jatimprov.go.id/2015/04/14/konektivitas-menjadi-optimisme-jawa-timur-menyambut-mea-2015/>(Diakses tanggal 23 april 2015)

<sup>18</sup> <http://endahgf.blogspot.com/2007/09/belajar-melihat-potensi-wilayah-dengan.html>. `Sekilas tentang Surabaya`. (Diakses tanggal 23 April 2015)

**Tabel I.4**  
**Jumlah UKM di Jawa Timur Tahun 2012**  
**( Berdasarkan Sektoral )**

No	KOTA/KAB	SEKTOR-SEKTOR YANG ADA PADA UKM					JUMLAH
		PERTANIAN	PERTAMBANGAN	INDUSTRI&P. OLAHAN	PERDAG	JASA	
1	Surabaya	-	-	11.749	76.624	30.347	116720
2	Gresik	18,466	660	3,298	26,38	17,147	65950
3	Sidoarjo	32,682	1,167	39,366	46,688	30,347	150250
4	jombang	21,84	780	3,9	31,2	20,28	78000
5	mojokerto	14,322	512	2,558	20,48	13,299	51150
6	kota Mojokerto	3,738	134	668	5,34	3,471	13350
7	Bojonegoro	19,824	708	3,54	28,32	18,408	70,8
8	Lamongan	20,412	729	3,645	29,16	18,954	72900
9	Tuban	19,67	703	3,513	28,1	18,265	70250
10	Pamekasan	13,678	489	2,443	19,54	12,701	48850
11	Bangkalan	14,448	531	2,655	21,24	13,806	53100
12	Sampang	14,448	516	2,58	20,64	13,416	51600
13	Sumenep	16,036	573	2,864	22,908	14,89	57720
14	Kediri	22,736	812	4,06	32,48	21,112	81200
15	Kota Kediri	6,04	216	1,079	8,628	5,608	21570
16	Blitar	21,21	758	3,788	30,3	19,695	75750
17	Kota Blitar	3,976	142	710	5,68	3,692	14200
18	Tulungagung	18,598	664	3,321	26,568	17,269	66420
19	Nganjuk	19,67	703	3,513	28,1	18,265	70250
20	Trenggalek	13,51	483	2,413	19,3	12,545	48250
21	Malang	36,988	1,321	6,605	52,48	34,346	132100
22	Kota Malang	14,574	521	2,603	20,82	13,533	52050
23	Pasuruan	23,212	829	4,145	33,16	21,554	82900
24	Kota Pasuruan	4,9	175	875	7000	4,55	17500
25	Kota Probolinggo	5,04	180	900	7,2	4,68	18000
26	Probolinggo	18410	658	3,288	26,32	17,108	65800
27	Lumajang	18,424	658	3,29	26,32	17,108	65800
28	Madiun	13,384	478	2,39	19,12	12,428	47800
29	Kota Madiun	13,384	478	2,39	19,12	12,428	47800
30	Ponorogo	14728	526	2,63	21,24	13,676	52,6
31	Pacitan	11,312	404	2,02	16,16	10,504	40400
32	Ngawi	16,884	603	3,015	24,12	15,678	60300
33	Magetan	13860	495	2475	19800	12870	49500
34	Bondowoso	13,622	487	2,433	19,46	12,469	48,65
35	Banyuwangi	27,72	990	4,95	39,6	25,74	99000
36	Situbondo	12,138	434	2,168	17,34	11,271	43350
37	Jember	33,194	1,186	5,928	47,42	30,823	118550
38	Kota Batu	8,266	295	1,476	11,808	7,675	29,52
	JUMLAH	607.533	21.702	130.530	942.530	617.731	2320000

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2012 ( Data diolah )

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa jumlah UKM tahun 2012 yang ada di 40 Kota/Kabupaten yang terdapat di Jawa Timur sudah bisa dikatakan hampir mengalami pemerataan di setiap sektoralnya, hal ini terlihat dengan sektor-sektor yang sudah terjumlah UKM diantaranya adalah, sektor pertanian, pertambangan ,industri dan pengolahan, perdagangan, serta jas. Dengan jumlah masing masing sektor tersebut, sebesar 607.533 unit usaha untuk industri dan pengolahan, 942.530 unit usaha unutk perdagangan,serta 617.731 unit usaha untuk sektor jasa.

Melihat betapa pentingnya peranan UKM di Jawa Timur maka evaluasi terhadap kinerja UKM peserta pameran yang ada di Jawa Timur menjadi hal yang sangat penting, terutama sebagai suatu parameter tolak ukur untuk mengetahui apakah dengan diadakannya pameran sangat berpengaruh terhadap UKM baik pada skala ekonomi, permodalan yang dimiliki maupun bahan baku yang tersedia. Sehingga mampu mendapat respon dari mitra dagang baik yang ditemuinya selama pameran berlangsung maupun mitra dagang usaha secara simultan. Dalam arti UKM dapat memenuhi pesanan permintaan baik dalam skala domestik maupun skala luar negeri, yang secara tidak langsung akan berdampak pada tingkat perkembangan serta keberlangsungan UKM di Jawa Timur.

Dominasi sektor perdagangan sebagai tombak perekonomian di Jawa Timur telah menjadi senjata yang ampuh untuk menggerakkan perekonomian masyarakat jawa timur, pengembangannya di ikuti dengan bersamaan sektor hotel dan restoran dengan pajak dan retribusinya sebagai pendapatan asli daerah (PAD). Bukti sektor perdagangan, hotel, dan restoran sebagai bagian penting dari perekonomian Jawa Timur, dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel I.5**  
**Struktur Perekonomian Provinsi Jawa Timur 2013**

NO	LAPANGAN USAHA	PRESENTASE(%)
1	Pertanian	15.42
2	Pertambangan dan Penggalan	2.08
3	Industri Pengolahan	27.11
4	Listrik, Gas dan Air Bersih	1.35
5	Konstruksi	4.55
6	Perdagangan, Hotel dan Restoran	30.40
7	Pengangkutan dan Komunikasi	5.70
8	Keuangan, Real Estat dan Jasa Perusahaan	5.05
9	Jasa-Jasa	8.35

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2013

Tiga Sektor yang paling mendominasi pembentukan ekonomi provinsi Jawa Timur adalah sektor perdagangan, hotel, dan restoran (30,40%), sektor industri pengolahan (27,11%) dan sektor pertanian (15,42%). Ketiga sektor tersebut menyumbang 72,93 % dari perekonomian Jawa Timur.

Dimana pada jumlah masing-masing sektor tersebut menunjukkan bahwa jumlah UKM yang paling banyak terdapat pada sektor perdagangan, dengan melihat pemaparan diatas cukup terlihat bahwa UKM yang ada di Jawa timur bisa dikatakan merupakan suatu jenis usaha yang mempunyai potensi/peleuang besar untuk menjadi suatu bentuk usaha yang maju dengan produk-produknya yang berkualitas dan harga yang dapat bersaing(murah), serta mampu menjadi penopang keberlangsungan perekonomian masyarakat, khususnya golongan masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Sebab UKM merupakan suatu jenis usaha yang banayak menyerap tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi permasalahan pengangguran yang semakin tinggi dalam masyarakat.

Bukti kehebatan sektor ini tidak berlangsung akhir – akhir ini saja. Jiwa kewirausahaan masyarakat telah melekat sejak lama. Sepanjang sejarah bangsa UKM muncul sebagai motor penggerak dan penyelamat perekonomian Indonesia. Salah satu momen krusial

yang perlu dicatat misalnya dalam krisis ekonomi tahun 1997/1998. UKM mampu menopang sendi-sendi perekonomian bangsa dimasa sulit dan krisis. Usaha besar satu persatu pailit karena bahan baku impor meningkat secara drastis, biaya cicilan utang meningkat sebagai akibat dari nilai tukar rupiah terhadap dolar yang menurun dan berfluktuasi. Berbeda dengan UKM yang sebagian besar tetap bertahan, bahkan cenderung bertambah. Saat krisis global yang terjadi tahun 2008, UKM hadir sebagai suatu solusi dari sistem perekonomian yang sehat. UMKM merupakan salah satu sektor industri yang sedikit bahkan tidak sama sekali terkena dampak krisis global yang melanda dunia.

Pemkot Surabaya terus berupaya mendorong agar produk-produk yang dihasilkan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Industri Kecil Menengah (IKM) agar mampu bersaing di ritel modern. Dikenal masyarakat luas sebagai kota pahlawan, Surabaya ternyata tidak hanya menjadi bagian penting dalam sejarah kemerdekaan RI, namun juga memiliki banyak potensi bisnis yang memiliki nilai jual cukup tinggi di pasaran. Menjadi kota terbesar kedua setelah Ibu Kota Jakarta, sekarang ini Surabaya termasuk salah satu kawasan metropolitan dengan jumlah penduduk lebih dari 3 juta jiwa.<sup>19</sup>

Berada di tepi pantai utara Provinsi Jawa Timur, letak Kota Surabaya berbatasan langsung dengan Selat Madura di bagian utara dan timur, Kabupaten Sidoarjo di sebelah selatan, serta Kabupaten Gresik di bagian Barat. Dengan luas wilayah sekitar 333,063 km<sup>2</sup>, pada tahun 2010 silam jumlah penduduk Surabaya berkisar 2.765.908 jiwa dan sekarang ini jumlahnya sudah mencapai 3,7 juta jiwa. Tumbuh sebagai kota metropolitan, sekarang ini bisa dikatakan Surabaya telah berkembang cukup pesat dan berhasil menjadi pusat perekonomian di sekitar wilayah Provinsi Jawa Timur. Kemajuan UKM di Surabaya belakangan ini juga menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Salah satunya saja seperti

---

<sup>19</sup> <http://www.kabarbisnis.com/read/2846066/dorong-produk-ukm--pemkot-surabaya-gandeng-tiga-ritel-modern> (Diakses tanggal 08 mei 2015)



sektor industri rumahan yang memproduksi aneka jenis produk kerajinan yang memiliki daya saing cukup tinggi di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.<sup>20</sup>

Dengan berbagai manfaatnya, sektor UKM pun menjadi amunisi handal dalam upaya pemberdayaan masyarakat di Surabaya. Oleh karena itu, perhatian banyak dicurahkan kepada pengembangan sektor ini. Banyaknya Dinas yang dilibatkan membuat banyak program yang diupayakan dalam pengembangan UKM, tentu masih dalam satu benang merah yaitu demi kesejahteraan masyarakat.<sup>21</sup>

Kota Surabaya memiliki potensi unggulan yang dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian daerah. Potensi unggulan yang dimiliki Kota Surabaya merupakan produk yang berasal dari usaha mikro, kecil dan menengah (UKM). Masyarakat Kota Surabaya telah berupaya untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya, hal tersebut dapat dilihat melalui data pada tabel produk domestik regional bruto Kota Surabaya pada tahun 2013.

**Tabel I.6**  
**Produk Domestik Regional Bruto Kota Surabaya Tahun 2013**

NO	Lapanagn Usaha	Presentase(%)
1	Pertanian	0.27
2	Pertambangan dan Penggalian	0.02
3	Industri Pengolahan	18.85
4	Listrik, Gas dan Air bersih	0.00
5	Konstruksi	5.18
6	Perdagangan, Hotel dan Restoran	58.21
7	Angkutan dan Komunikasi	6.51
8	Keuangan, Jasa Persewaan dan Jasa Perusahaan	3.80
9	Jasa-jasa	7.17
TOTAL PDRB UKM		100.00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Surabaya ( data diolah )

Sektor Perdagangan di Kota Surabaya mencapai 58,21 persen, sektor industri pengolahan (18,85%), Jasa-jasa (7,17%), Angkutan dan Komunikasi (6.51%). Data tersebut

<sup>20</sup> <http://bisnisukm.com/potensi-bisnis-kerajinan-di-kota-surabaya.html> (Diakses tanggal 08 mei 2015)

<sup>21</sup> <http://dinkop-umkm.surabaya.go.id/index.php/web/view/ukm-sektor-andalan-tahan-krisis.html> ( Diakses tanggal 23 april 2015)

menunjukkan bahwa perekonomian di Kota Surabaya sangat mendominasi kestabilan pembentukan ekonomi di Kota Surabaya tersebut dapat dilihat pada tabel produk domestik regional bruto Kota Surabaya di tahun 2013.

Di Surabaya UKM juga berkembang dengan pesat, data BPS menunjukkan bahwa selama 12 tahun terakhir jumlah unit usaha kecil menengah di Kota Surabaya terus meningkat hingga dua kali lipat. Dimana pada awal tahun 2000 jumlah UKM di Surabaya baru sekitar 2369 unit dengan jumlah tenaga kerja yang mampu terserap hanya 56.595 jiwa. Empat tahun kemudian UKM semakin tumbuh hingga menembus jumlah lebih dari 3000 unit dengan jumlah tenaga kerja yang terserap sebanyak 63.690 jiwa. Sedangkan pada tahun 2012 jumlah UKM di Surabaya sudah mencapai 4835 unit usaha. Dengan semakin banyaknya usaha kecil menengah, maka kebutuhan akan proteksi hasil karya mereka menjadi semakin tinggi, yang kemudian memunculkan wacana pentingnya perlindungan Hak Paten Merek bagi produk UKM di Kota Surabaya.

**Tabel 1.7**  
**Data Pelaku UKM di Kota Surabaya**  
**Tahun 2005 - 2014**

Tahun	Jumlah UKM
2005	3.458
2006	3.710
2007	3.945
2010	4.031
2011	4.376
2012	4.550
2013	4.673
2014	4.835

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2014

Perlindungan hak kekayaan intelektual / hak paten merek bagi Usaha Kecil Menengah menjadi hal penting yang kemudian diwujudkan dengan kegiatan fasilitasi perolehan hak

merek oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya. Kegiatan fasilitasi perolehan hak paten merek ini merupakan realisasi dari program kerja. Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dimiliki oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya. Program kerja tersebut merupakan perwujudan dari Peraturan Walikota Surabaya No. 42 tahun 2011 tentang tugas dan fungsi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya.<sup>22</sup>

Jika merujuk pada asas perdagangan bebas, Pemkot Surabaya tidak bisa serta-merta melarang orang asing yang membuka usaha di Surabaya. Yang bisa dilakukan yakni melindungi hak paten merek lokal serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) agar mampu bersaing. Upaya proteksi merek sudah dijalankan Disperdagin Kota Surabaya. Keuntungan para pemegang sertifikat merek adalah mereka dapat memperkarakan bilamana ada pihak lain yang berupaya menjiplak atau meniru hasil produknya.<sup>23</sup>

Pelaksanaan program sertifikasi Hak Paten Merek produk UKM yang terwujud karena adanya Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 1 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Usaha di Bidang Perdagangan dan Perindustrian, pelaksanaan tersebut dilakukan untuk melahirkan dan mengembangkan potensi UKM yang ada di Kota Surabaya.<sup>24</sup>. Dengan demikian pengembangan dan memberdayakan UKM sebagai ujung tombak agar dapat bersaing dalam era-AFTA melalui program kemudahan pengurusan sertifikasi Hak Paten Merek / *Legalitas Brand* produk UKM yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya menjadi langkah penting dalam mempersiapkan para pelaku UKM agar memiliki hasil produksi yang berkualitas dan dapat dipercaya oleh masyarakat luas.

<sup>22</sup> Peraturan Walikota Surabaya no.42 tahun 2011 tentang tugas dan fungsi Dinas

<sup>23</sup> <http://www.lensaIndonesia.com/2014/10/08/disperindag-surabaya-permudah-sertifikasi-bagi-pelaku-ukm.html> (Diakses tanggal 19 mei 2015)

<sup>24</sup> Instruksi Walikota Surabaya Nomor 1 tahun 2010 tentang penyelenggaraan usaha perdagangan dan perindustrian

## **I.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat dibuat oleh peneliti adalah sebagai berikut :

“ Bagaimanakah Upaya Pemberdayaan Produk UKM Melalui Program Sertifikasi Hak Paten Merek / *Legalitas Brand* Yang Dilakukan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya Untuk Menghadapi Era – AFTA 2015 “.

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan umum penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran dari Upaya Pemberdayaan Disperdagin Kota Surabaya yang berupa program kemudahan fasilitas pengurusan Sertifikasi Hak Paten Merek Produk UKM untuk menghadapi era – AFTA 2015, yaitu :

- Upaya Pemberdayaan UKM yang dilakukan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya. Serta Program Fasilitas kemudahan proses Sertifikasi Hak Paten Merek Produk UKM yang dilakukan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya dalam menghadapi era - AFTA yang dimulai akhir tahun 2015.

## **I.4 Manfaat Penelitian**

### **I.4.1 Manfaat akademis**

Dapat menjadi bahan perbandingan dalam rangka penelitian dan pengembangan lebih lanjut bagi bidang studi Ilmu Administrasi Negara mengenai kajian tentang Kebijakan Disperdagin dalam Program Sertifikasi Produk UKM di Kota Surabaya, dan untuk menyempurnakan hasil penelitian Betsy Setiono Mahasiswa Ilmu Administrasi Negara Universitas Airlangga Surabaya yang menulis Skripsi tentang Peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya Dalam Memperoleh Hak Paten Merek Bagi UKM, serta

diharapkan mampu menambah referensi kepada pihak-pihak yang terkait mengenai hal tersebut.

#### **I.4.2 Manfaat Praktis**

Memberikan gambaran bagi aparat instansi perdagangan dan perindustrian pemerintah maupun komponen masyarakat agar dapat mengetahui program pemberdayaan yang dilakukan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya dalam upaya kemudahan fasilitas pengurusan Sertifikasi produk UKM untuk menghadapi AFTA yang mulai diberlakukan pada akhir tahun 2015.

### **1.5 Tinjauan Teori**

#### **1.5.1 Pemberdayaan**

##### **1.5.1.1 Pengertian Pemberdayaan**

Pemberdayaan merupakan upaya memberdayakan (mengembangkan klien dari keadaan dari keadaan tidak atau kurang berdaya menjadi mempunyai daya) guna mencapai kehidupan yang lebih baik. Pemberdayaan masyarakat adalah upaya mengembangkan masyarakat dari keadaan kurang atau tidak berdaya menjadi punya daya dengan tujuan agar masyarakat tersebut dapat mencapai / memperoleh kehidupan yang lebih baik. Sebagai bagian dari proses pengembangan diri dan potensi masyarakat yang di kelola serta mendapat dukungan dari pemerintah, pemberdayaan masyarakat menjadi pilihan utama untuk mengembangkan masyarakat.<sup>25</sup>

Payne, mengatakan sebagai berikut :

*“to help clients gain power of decision and action over their own lives by reducing the effect of sosial or personal blocks to exercising cacity and self-confidence to use power and by transferring power from the environtment to clients.”*

<sup>25</sup> www.id.shvoong.com (diakses tanggal 25 Agustus 2015)

Artinya bahwa tujuan pemberdayaan masyarakat adalah untuk membantu masyarakat memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan mereka lakukan yang terkait dengan diri mereka sendiri, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi sosial dalam melakukan tindakan.<sup>26</sup> Menurut Chambers, pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat “*people centred, participatory, empowering and sustainable.*”<sup>27</sup>

Shardlow menjelaskan bahwa pengertian mengenai pemberdayaan pada intinya membahas bagaimana individu, kelompok maupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka. Gagasan ini mengartikan pemberdayaan sebagai upaya mendorong klien untuk menentukan sendiri apa yang harus ia lakukan dalam kaitannya dengan upaya mengatasi permasalahan yang ia hadapi sehingga klien mempunyai kesadaran dan kekuasaan penuh dalam membentuk hari depannya.<sup>28</sup>

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka pemberdayaan memiliki dua kecenderungan, antara lain :

**Pertama** : kecenderungan primer, yaitu kecenderungan proses yang memberikan atau mengalihkan sebagai kekuasaan, kekuatan, atau kemampuan (*power*) kepada masyarakat atau individu menjadi lebih berdaya. Proses ini dapat dilengkapi pula dengan upaya membangun asset material guna mendukung pembangunan kemandirian mereka melalui organisasi.

**Kedua** : kecenderungan sekunder, yaitu kecenderungan yang menekankan pada proses memberikan stimulasi, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai

<sup>26</sup> Ibid (www.id.shvoong.com) (tanggal 25 Agustus 2015)

<sup>27</sup> www.suniscome.50webs.com (Diakses tanggal 25 Agustus 2015)

<sup>28</sup> www.id.shvoong.com (Diakses tanggal 25 Agustus 2015)

kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog.<sup>29</sup>

Pemberdayaan masyarakat ini muncul karena adanya kegagalan sekaligus harapan. Kegagalan yang dimaksud adalah gagalnya model-model pembangunan ekonomi dalam menanggulangi masalah kemiskinan dan lingkungan yang berkelanjutan. Sedangkan harapan, muncul karena adanya alternatif pembangunan yang memasukkan nilai-nilai demokrasi, persamaan gender, dan pertumbuhan ekonomi yang memadai.<sup>30</sup>

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan kata lain, pemberdayaan adalah memampukan dan memandirikan masyarakat.<sup>31</sup>

Sedangkan menurut pendapat dari Sumodiningrat, secara konkrit pemberdayaan masyarakat diupayakan melalui pembangunan ekonomi rakyat. Sementara itu, pembangunan ekonomi rakyat harus diawali dengan usaha pengentasan produk dari kemiskinan. Kemudian Sumodiningrat, mengatakan bahwa upaya pemberdayaan masyarakat sebagaimana tersebut diatas paling tidak harus mencakup lima hal pokok yaitu bantuan dana sebagai modal usaha, pembangunan prasarana sebagai pendukung pengembangan kegiatan, penyediaan sarana, pelatihan bagi aparat dan masyarakat seperti bantuan yang diberikan kepada masyarakat yang suatu saat harus digantikan dengan tabungan yang dihimpun dari surplus usaha.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> [www.suniscome.50webs.com](http://www.suniscome.50webs.com) (Diakses tanggal 25 Agustus 2015)

<sup>30</sup> Ibid ([www.suniscome.com](http://www.suniscome.com)) (Diakses tanggal 25 Agustus 2015)

<sup>31</sup> Ibid ([www.suniscome.com](http://www.suniscome.com)) (Diakses tanggal 25 Agustus 2015)

<sup>32</sup> <http://2framenit.com> (Diakses tanggal 27 Agustus 2015)

Dalam upaya memberdayakan masyarakat dapat dilihat dari tiga sisi, yaitu:

1. *Pertama, enabling*, yaitu menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Disini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya, karena jika demikian akan sudah punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.<sup>33</sup>
2. *Kedua, empowering*, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat. Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Perkuatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi berdaya. Dalam rangka pemberdayaan ini, upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf pendidikan, dan derajat kesehatan, serta akses ke dalam sumber-sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja dan pasar.

Masukan berupa pemberdayaan ini menyangkut pembangunan prasarana dan sarana dasar fisik, seperti irigasi, jalan, listrik, maupun sosial seperti sekolah dan fasilitas pelayanan kesehatan, yang dapat dijangkau oleh masyarakat pada lapisan paling bawah, serta ketersediaan lembaga-lembaga pendanaan, pelatihan, dan pemasaran di pedesaan, dimana terkonsentrasi penduduk yang keberdayaannya amat kurang. Untuk itu, perlu ada program khusus bagi masyarakat yang kurang berdaya,

---

<sup>33</sup> [www.repository.usu.ac.id](http://www.repository.usu.ac.id) (Diakses tanggal 27 agustus 2015)



karena program-program umum yang berlaku tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini.<sup>34</sup>

3. *Ketiga, protecting*, memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kurang berdayaan dalam menghadapi yang kuat. Oleh karena itu, perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi, karena hal itu justru akan mengkerdikan yang kecil dan melunglaikan yang lemah. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah. Pemberdayaan masyarakat bukan membuat masyarakat menjadi makin tergantung pada berbagai program pemberian (*charity*). Karena, pada dasarnya setiap apa yang dinikmati harus dihasilkan atas usaha sendiri (yang hasilnya dapat dipertikarkan dengan pihak lain). Dengan demikian tujuan akhirnya adalah memandirikan masyarakat, memampukan dan membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik secara berkesinambungan.<sup>35</sup>

Pemberdayaan bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat. Tetapi juga pranata-pranatanya. Menanamkan nilai-nilai budaya modern, seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, dan kebertanggungjawaban adalah bagian pokok dari upaya pemberdayaan ini. Demikian pula pembaharuan dari institusi sosial dan pengintegrasian ke dalam kegiatan pembangunan serta peranan masyarakat di dalamnya. Yang terpenting disini adalah peningkatan partisipasi dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut diri dan

<sup>34</sup> [www.repository.usu.ac.id](http://www.repository.usu.ac.id) (Diakses tanggal 27 agustus 2015)

<sup>35</sup> [www.repository.usu.ac.id](http://www.repository.usu.ac.id) (Diakses tanggal 27 Agustus 2015)

masyarakatnya. Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat amat erat kaitannya dengan pemantapan. Pembudayaan, pengamalan demokrasi.<sup>36</sup>

Dari berbagai definisi diatas dapat dipahami bahwa pemberdayaan merupakan suatu upaya untuk mengembangkan suatu potensi yang dimiliki oleh individu ataupun kelompok guna meningkatkan taraf hidupnya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada guna mewujudkan hasil yang diinginkan dari suatu pemberdayaan yaitu berupa output dan outcome. Output adalah hasil langsung dari proses pemberdayaan yang dilakukan, sedangkan outcome adalah dampak perubahan yang diharapkan setelah adanya pemberdayaan.

### **I.5.1.2 Proses Pemberdayaan**

Upaya pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari sisi keberadaannya sebagai suatu program ataupun sebagai suatu proses. Pemberdayaan sebagai suatu proses dapat dilihat dari tahapan-tahapan kegiatan guna mencapai suatu tujuan yang biasanya telah ditentukan jangka waktunya. Namun, ada pula yang melihat pemberdayaan sebagai suatu proses. Sebagai suatu proses pemberdayaan merupakan proses yang berkesinambungan sepanjang hidup seseorang (*on going process*). Menurut Hogan, proses pemberdayaan individu sebagai suatu proses yang realtive terus berjalan sepanjang usia manusia yang diperoleh dari pengalaman individu tersebut dan bukannya suatu proses yang berhenti pada suatu masa saja (*empowering is not an end state, but a process that all human experience*).

Hogan menggambarkan proses pemberdayan yang berkesinambungan sebagai suatu siklus yang terdiri dari lima tahapan utama yaitu .<sup>37</sup>

- 1) Menghadirkan kembali pengalaman yang dapat memberdayakan suatu hal (*recall depowering/empowering experience*).

---

<sup>36</sup> ibid

<sup>37</sup> ibid

- 2) Mendiskusikan alasan mengapa terjadi pemberdayaan dan penidakberdayaan (*discuss reasons for depowerment/empowerment*).
- 3) Mengidentifikasi suatu masalah ataupun proyek (*identify one problem or project*).
- 4) Mengidentifikasi basis daya yang bermakna untuk melakukan perubahan (*identify useful power bases*).
- 5) Mengembangkan rencana-rencana aksi dan mengimplementaiskannya (*develop and implement action plans*).

Dalam melaksanakan pemberdayaan terhadap masyarakat ini, tentunya tidak terlepas dari peran pelaku pemberdayaan, baik oleh pemerintah maupun nonpemerintah. Pelaku pemberdayaan ini nantinya yang akan bekerja sebagai *community worker* ataupun *enabler*.

Menurut ife, sebagai *community worker*, ife melihat ada empat peran dan keterampilan utama yang nantinya secara lebih spesifik akan mengarah kepada keterampilan seseorang sebagai *community worker* sebagai pemberdaya masyarakat. Peran dan keterampilan tersebut adalah :

- 1) Peran dan keterampilan fasilitatif (*facilitative roles and skills*);
- 2) Peran dan keterampilan edukasional (*educational roles and skills*);
- 3) Peran dan keterampilan perwakilan (*representational roles and skills*);
- 4) Peran dan keterampilan teknis (*technical and skills*).<sup>38</sup>

Jadi dalam hal ini, prose pemberdayaan di tujukan guna memperoleh daya untuk menumbuhkan kemandirian melalui sumberdaya yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhannya dengan merumuskan suatu program yang di dahulukan pelaksanaannya untuk membangun dan membentuk masyarkat yang mandiri.

---

<sup>38</sup> Ibid ([www.repository.usu.ac.id](http://www.repository.usu.ac.id)) diakses tanggal 27 agustus 2015

## **I.5.2 Usaha Kecil dan Menengah (UKM)**

### **I.5.2.1 Pengertian Usaha Kecil dan Menengah (UKM)**

Pengertian industri kecil di Indonesia pada umumnya memiliki banyak pengertian. Berbagai lembaga pemerintah menggunakan definisi industri kecil yang berbeda-beda. Definisi yang paling sering digunakan adalah definisi dari BPS (Badan Pusat Statistik) yang menggunakan jumlah pekerja sebagai kriteria untuk membedakan antara berbagai kategori industri. Menurut definisi BPS, suatu industri dapat digolongkan sebagai industri kecil diukur dengan menggunakan ukuran jumlah tenaga kerja yaitu sebanyak 5-19 orang.

Ukuran ini sama dengan kriteria dari John Naibitt yang dikutip oleh Jusuf Irianto (1996:13), menyebutkan bahwa suatu industri dikatakan kecil apabila karyawannya berjumlah dibawah 20 orang. Sedangkan untuk industri rumah tangga, BPS menetapkan jumlah pekerjanya tidak lebih dari 5 orang.

Departemen perdagangan lebih menitik beratkan pada aspek permodalan, bahwa suatu usaha dikatakan usaha kecil apabila permodalannya kurang dari Rp 25 Juta, dan Departemen perindustrian melalui SK Menteri Perindustrian No 13/M/SK-1/1990 menjelaskan bahwa kriteria bidang usaha industri kecil adalah industri dengan nilai asset tidak lebih dari Rp 600 juta, tidak termasuk nilai tanah dan rumah yang ditempati dan dimiliki warga negara Indonesia.

Selain BPS dan Departemen Perindustrian, instansi pemerintah lainnya menetapkan standar tertentu untuk mendefinisikan industri kecil. BI (Bank Indonesia) misalnya menggolongkan industri/pengusaha kecil berdasarkan kriteria omzet usahanya tidak lebih dari 2 Milyar dari kekayaan (tidak termasuk tanah dan bangunan). Sedangkan KADIN mendefinisikan industri kecil sebagai sektor usaha yang memiliki asset minimal Rp 250 Juta, tenaga kerja paling banyak 300 orang dan nilai penjualannya dibawah Rp 100 juta.

Menurut UU No. 9/1995 tentang usaha kecil adalah sebagai berikut :

Pertama, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Kedua, memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1 Milyar. Ketiga, milik Warga Negara Indonesia. Keempat, berdiri sendiri bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar. Kelima, berbentuk badan usaha orang perseorangan, tidak berbadan hukum, atau berbadan hukum, termasuk koperasi.

Industri kecil adalah badan usaha yang menjalankan proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dalam skala kecil. Apabila dilihat dari sifat dan bentuknya, maka industri kecil bercirikan :

1. Berbasis pada sumber daya lokal sehingga dapat memanfaatkan potensi secara maksimal dan memperkuat kemandirian.
2. Dimiliki dan dilaksanakan oleh masyarakat lokal sehingga mampu mengembangkan sumber daya manusia.
3. Menerapkan teknologi lokal (*indigenous technology*) sehingga dapat dilaksanakan dan dikembangkan oleh tenaga local.
4. Tersebar dalam jumlah yang banyak sehingga merupakan alat pemerataan pembangunan yang efektif (Haeruman, 2001)

Definisi lain menyebutkan bahwa yang dimaksud Usaha kecil adalah suatu usaha yang memiliki total aset maksimum Rp 600 juta yang tidak termasuk tanah dan rumah yang ditempati. Pengertian usaha kecil ini meliputi usaha perseorangan, badan usaha swasta dan koperasi, sepanjang aset yang dimiliki tidak melebihi nilai Rp 600 juta (Bank Indonesia: 1993).

Pengertian industri kecil pada tiap-tiap negara tidak sama, terutama mengenai penggunaan tenaga kerja dan modal yang digunakan. Sebagai gambaran, jumlah tenaga kerja maksimum yang digunakan industri kecil di AS, Jepang, Korea Selatan dan Philipina masing-masing 1000 orang, 300 orang, 200 orang dan 100 orang (Rahardjo,1984:160).

Ciri-ciri industri kecil yang lengkap dapat dilihat dari surat keputusan menteri menteri perindustrian, yaitu :

1. Investasi modal untuk mesin-mesin dan peralatan Rp 70 juta kebawah.
2. Investasi tenaga kerja Rp 625 juta kebawah.
3. Pemilik usaha adalah warga negara Indonesia.

Pembagian industri kecil berdasarkan keterampilan tradisional, seni dan penggunaan teknologi tepat guna adalah sebagai berikut :

1. Industri yang mempunyai kaitannya dengan industri menengah dan besar.
2. Industri kecil yang berdiri sendiri.
3. Industri yang mempunyai pasar lokal.

Departemen perindustrian dalam pelita IV menetapkan kriteria prioritas bagi industri kecil yang akan dikembangkan sebaai berikut :

1. Industri yang ketersediaannya bahan bakarnya terjamin dan teknologi dasar untuk memproduksi telah dikuasai serta nilai tambahnya dapat ditingkatkan.
2. Industri yang menunjang ekspor.
3. Industri yang mempunyai keterkaitan luas, baik dengan industri besar/menengah mapun dengan sektor ekonomi lain.
4. Industri yang padat karya.
5. Industri yang dapat menunjang pengembangan/ pemerataan kegiatan ekonomi wilayah.
6. Industri yang berkaitan dengan nilai-nilai budaya.

Adapun UU yang mengatur industri kecil di Indonesia, UU No. 5 tahun 1984 tentang perindustrian menyebutkan bahwa (1) Pemerintah menetapkan bidang usaha industri yang masuk ke dalam kelompok industri kecil yang dapat diusahakan hanya oleh WNI dan (2) Pemerintah menetapkan jenis industri yang khusus dicadangkan bagi kegiatan industri yang dijalankan oleh masyarakat pengusaha dari golongan lemah.

UU No. 9 tahun 1995 tentang usaha industri kecil memberikan dasar hukum bagi pemberian fasilitas kemudahan dana, keringanan tarif, tempat usaha, bidang dan kegiatan usaha dan pengadaan barang dan jasa untuk usaha industri kecil.

Cabang-cabang industri dalam lingkup kelompok industri kecil yaitu :

1. Cabang industri Makanan dan Minuman;
2. Cabang industri Sandang dan Pangan;
3. Cabang industri Kerajinan Umum;
4. Cabang industri Kimia dan Bahan Bangunan;
5. Cabang industri Logam.

Menurut hasil studi Lembaga Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, menunjukkan bahwa di Indonesia kriteria UKM sangat berbeda-beda, tergantung pada fokus permasalahan yang dituju dan instansi yang berkaitan dengan sektor ini. Secara umum sektor UKM memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak up to date, sehingga sulit untuk menilai kinerja usahanya;
2. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi;
3. Modal terbatas
4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas;

5. Skala ekonomi yang terlalu kecil, sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang;
6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas;
7. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana di pasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti. Sistem administrasi standar dan harus transparan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Adapun usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum antara lain petani penggarap, industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima, dan pemulung. Sedangkan usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun-temurun, dan berkaitan dengan seni dan budaya.

Walaupun usaha kecil menengah digolongkan pada suatu usaha yang berskala kecil, tapi sektor usaha kecil dan menengah merupakan suatu jenis usaha yang mampu memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto sebesar 56 persen. Selain itu usaha kecil menengah juga merupakan suatu sektor usaha yang banyak menyerap tenaga kerja. Hal ini cukup terlihat dari data yang dipublikasikan oleh kementerian Negara Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa tenaga kerja yang bekerja pada sektor ukm mencapai 96 persen (2000-2006) relatif terhadap total tenaga kerja yang tersebar di sembilan sektor ekonomi Indonesia (Elvira Tjandrawinata, 2007).



### I.5.2.2 Jenis kegiatan Industri Kecil dan Menengah

Dikutip dari Jusuf Irianto (1996;13), Steinhoff (1978) mengidentifikasi sedikitnya ada lima bidang kegiatan industri kecil yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Pabrik (*manufacturing*)
2. Pertambangan (*Mining*)
3. Perkulakan grosir (*wholeselling*)
4. Perdagangan Eceran (*Retailing*)
5. Jasa Pelayanan (*Service*)

#### 1. Pabrik (*manufacturing*)

Industri kecil dengan bidang kegiatan pabrik industri ini umumnya menghasilkan produk yang dapat dimanfaatkan langsung oleh konsumen misalnya cangkul yang dimanfaatkan oleh petani, alat-alat pertukangan kayu, industri kerajinan, dan sebagainya. Selain itu mereka juga mendukung kegiatan industri besar dengan membuat produk yang dapat dimanfaatkan untuk melengkapi hasil produksi industri besar, misalnya komponen-komponen untuk sepeda, kendaraan bermotor atau mobil dan sebagainya.

#### 2. Pertambangan (*Mining*)

Pertambangan yang dimaksud dalam industri kecil bukan jenis pertambangan berat seperti pertamina, melainkan industri kecil yang memanfaatkan bahan-bahan mentah yang berasal dari perut bumi (*the bowls of earth*) untuk dijual langsung kepada konsumen sebagai kegiatan utamanya atau dijual ke perusahaan besar yang akan mengolah kembali hasil produksinya, misalnya para penambang garam dan penambang pasir.

### 3. Perkulakan Grosir (*Wholeselling*)

Pengusaha kecil yang bergerak di bidang perkulakan ini biasanya disebut sebagai pedagang perantara, mereka berada di antara pengusaha industri besar yang memproduksi barang dengan pengusaha kecil yang menjual secara eceran produk pengusaha besar. Peranan pedagang grosi sangat penting sebagai saluran utama distribusi hasil produksi kepada konsumen, karena dapat mengurangi biaya distribusi barang (*the cost distribution are greatly reduced*).

### 4. Pedagang Eceran (*Retailing*)

Bidang kegiatan ini merupakan presentase terbesar dari semua industri kecil. Mereka dapat dijumpai pada setiap perdagangan berbagai macam barang dan jasa sebagaimana yang ada di bayangan, pengusaha eceran membeli barang dagangannya dari pedagang perantara (*wholesalers*), pemborong (*jobbers*) atau para penyalur utama (*main distributors*). Pedagang eceran tersebar dimana-mana dan dapat dijangkau oleh konsumen dimanapun berada.

### 5. Jasa Pelayanan (*Service*)

Karakteristik utama dari perusahaan jasa pelayanan adalah tidak menghasilkan barang yang dikonsumsi, namun memberi pelayanan yang sifatnya non material dan tentunya menerima imbalan dari si pemakai jasa pelayanan.

Dalam kaitannya dengan industri pelayanan jasa (*service industries*). Broom dan Longenecker (1979) yang dikutip oleh Jusuf Irianto (1996:15) mengkalsifikasikan industri pelayanan jasa dalam bentuk 5 kegiatan sebagai berikut :

- a) Jasa Pelayanan Usaha (*Business Service*)
- b) Jasa Pelayanan Pada Perorangan (*Personal Service*)
- c) Jasa Pelayanan Reparasi (*Repair Service*)

- d) Hiburan dan Dekorasi (*Entertainment and Recreation Service*)
- e) Hotel dan Motel<sup>39</sup>

### **I.5.2.3 Tingkat Permodalan Usaha Kecil Menengah**

Usaha kecil menengah merupakan suatu jenis usaha yang sanagtlah minim akan tingkat permodalan yang dimiliki, dimana dalam UU UKM dijelaskan bahwa kategori usaha kecil berkisar Rp 50 juta- Rp 500 juta dan usaha menengah Rp 599 juta – Rp 10 Milyar, dimana aset tersebut tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Sedangkan tingkat penjualan tahunan bagi usaha kecil Rp 300 juta – Rp 2,5 Milyar dan usaha menengah Rp 2,5 milyar – Rp 50 Milyar. Hal ini cukup terlihat bahwa tingkat permodalan yang dimiliki usaha kecil memanglah sangat terbatas, bila dibandingkan dengan jenis-jenis usaha lain yang memiliki tingkat cakupan skala usaha yang cukup luas.

### **I.5.2.4 Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah**

Dalam Peraturan Pemerintah nomor 20 tahun 2005 ditetapkan kewenangan Pemerintah di bidang perkoperasian bertujuan untuk memfasilitasi sistem distribusi bagi pengusaha kecil dan menengah serta memfasilitasi kerjasama bagi pengusaha kecil dengan badan usaha lain.<sup>40</sup> Dilihat dari pengertian pemberdayaan, maka pemberdayaan Usaha kecil (UKM) dan Menengah adalah upaya untuk meningkatkan produktivitas potensi yang sudah dimiliki sendiri oleh Usaha kecil dan Menengah (UKM) itu sendiri. Jadi pendekatan pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) titik beratnya adalah penekanan pada pentingnya Usaha kecil dan menengah (UKM) yang mandiri sebagai suatu sistem yang mengorganisir diri mereka sendiri. Pendekatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah (UKM) yang demikian dapat diharapkan memberi peranan kepada individu sebagai objek,

<sup>39</sup> Jusuf Irianto. 1996 . *Industri Kecil Dalam Perspektif Pembinaan dan Pengembangan* : Cetakan Pertama. Suarabaya : UA Press. Hal 13-17

<sup>40</sup> [www.repository.usu.ac.id](http://www.repository.usu.ac.id) (Diakses tanggal 27 agustus 2015)

tetapi justru sebagai subjek pelaku pembangunan yang ikut menentukan masa depan dan kehidupan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Untuk meningkatkan produktifitas yang dimiliki oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) maka perlu adanya prinsip pemberdayaan usaha kecil dan menengah sebagai berikut :

- a. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha kecil dan menengah untuk berjaya dengan prakarsa sendiri.
- b. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel dan berkeadilan.
- c. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi usaha kecil dan menengah.
- d. Peningkatan daya saing usaha kecil dan menengah.
- e. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian secara terpadu.<sup>41</sup>

Proses pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tidak jauh berbeda dari pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan usaha kecil dan menengah sebagai suatu kebijakan yang harus tetap direalisasikan secara serius dan lebih memfokuskan pada upaya-upaya yang membuat pelaku-pelaku usaha kecil dan menengah agar dapat lebih pandai dan mampu mengembangkan komunikasi antar mereka sehingga pada akhirnya mereka dapat saling berdiskusi secara konstruktif dan mengatasi permasalahan yang ada. Jadi, ketika agen pengubah, baik yang berasal dari lembaga pemerintah maupun nonpemerintah telah menyelesaikan kebijakan pemberdayaan usaha kecil dan menengah (UKM) tersebut, pemberdayaan usaha kecil dan menengah sebagai suatu proses dapat terus berlangsung.

---

<sup>41</sup> [www.repository.usu.ac.id](http://www.repository.usu.ac.id) (Diakses tanggal 27 agustus 2015)

### 1.5.3 Program

#### 1.5.3.1 Pengertian Program

Kata program berasal dari bahasa Inggris “*programe*” yang artinya acara atau rencana. Secara konseptual dalam kamus besar bahasa Indonesia, program diartikan sebagai rancangan mengenai asas serta usaha yang akan dijalankan oleh seseorang atau sekelompok tertentu. Suatu organisasi, betapapun besarnya baik secara material maupun nonmaterial akan selalu memerlukan pedoman dalam setiap gerak langkahnya termasuk dalam melaksanakan segala kegiatan organisasi. Ketika suatu organisasi memiliki cita – cita untuk mewujudkan aoa yang menjadi keinginan pendiri serta anggota organisasi maka pematangan konsep yang dimaksud adalah kunci keberhasilannya. Kematangan konsep yang dimaksud adalah mempertimbangkan segala hal yang menjadi faktor pendukung dan penghambat kinerja sebuah organisasi. Sebelum kita merencanakan suatu kegiatan yang tepat bagi organisasi tersebut, keinginan-keinginan, serta tatacara membangun, organisasi tentunya berbeda antara orang yang satu dengan yang lainnya, dan cara untuk mencapai cita-cita organisasi yang telah direncanakan bersama, sebaiknya terjabarkan dalam suatu program kerja sesuai dengan konstitusi organisasi (AD/ART). Program kerja berarti suatu rancangan kegiatan dari suatu organisasi yang terarah, terpadu dan sistematis yang dibuat untuk rentang waktu yang telah ditentukan oleh suatu organisasi. Program kerja ini akan menjadi pegangan bagi organisasi dalam menjalankan segala kegiatan organisasi dan digunakan juga sebagai sarana untuk mewujudkan cita-cita organisasi.

Kemudian menurut pendapat yang dikutip perserikatan bangsa-bangsa (PBB) dalam bukunya yang berjudul “*administration of development programs and project, some major issues*” menyatakan rumusan konseptual tentang program tersebut dalam Tjokroamijoyo (1990) yaitu :

“ Program merupakan aktivitas sosial yang terorganisasi dengan tujuan tertentu dalam ruang dan waktu yang terbatas dan yang terdiri dari berbagai proyek dan biasanya terbatas pada satu atau lebih organisasi atau aktivitas.”<sup>42</sup>

Selain pengertian diatas, program merupakan perangkat dari kegiatan-kegiatan atau paket dari kegiatan yang di organisasikan untuk tujuan pencapaian sasaran yang khusus. Sedangkan program menurut kunarjo yang disebut dengan program merupakan perangkat dari kegiatan-kegiatan atau paket dari kegiatan yang diorganisasikan untuk tujuan pencapaian sasaran yang khusus. Menurut Kunarjo, suatu program memiliki cita-cita sebagai berikut :

1. Tidak mempunyai titik awal dan titik akhir.
2. Program merupakan seperangkat kegiatan, yang masing-masing kegiatan itu mempunyai hubungan yang berkaitan satu dengan yang lain mencapai sasaran yang dikehendaki.
3. Sering tidak direncanakan dan tidak mempunyai waktu penyelesaian menurut jangka waktu tertentu.
4. Keberhasilan program tidak mutlak tergantung dari output masing-masing kegiatan, tetapi bahkan sering berkelanjutan, misalnya program imunisasi.<sup>43</sup>

Sedangkan dalam pandangan Tjokroamidjoyo (1990) mengemukakan bahwa suatu program yang baik harus mempunyai paling sedikit ciri-ciri sebagai berikut :

- Tujuan yang dirumuskan harus jelas
- Penentuan peralatan kebijaksanaan yang konsisten atau proyek-proyek yang paling berkaitan untuk mencapai tujuan program seefektif mungkin.
- Pengukuran dengan ongkos-ongkos yang diperkirakan dan keuntungan-keuntungan yang diharapkan akan dihasilkan program tersebut.
- Hubungan dengan kegiatan dalam usaha pengembangan dan program pembangunan lain, suatu program pembangunan tidak berdiri sendiri.

<sup>42</sup> Tjokroamidjoyo, Bintoro, 1990. *Pengantar administrasi pembangunan*. Jakarta: LP3SE, Hal.95.

<sup>43</sup> Kunarjo, 2002. *Perencanaan dan Pengendalian Program Pembangunan*. Jakarta: UI Press, Hal 86

- Berbagai upaya di bidang manajemen termasuk penyediaan tenaga. Pembiayaan dan lain-lain untuk melaksanakan program tersebut.<sup>44</sup>

Demikian penjelasan mengenai konsep Program yang telah diuraikan diatas. Maka dari itu dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Program adalah sebuah rancangan atau rencana kegiatan yang dibuat oleh sebuah organisasi berdasarkan kesepakatan bersama yang ditujukan untuk mencapai suatu tujuan khusus dari organisasi itu sendiri.

#### **1.5.4 Hak Paten Merek / *Legalitas Brand***

##### **1.5.4.1 Pengertian Hak Paten Merek**

Menurut David A. Aaker, merek adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan baik berupa logo, cap atau kemasan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual/kelompok penjual tertentu.<sup>45</sup>

Berdasarkan pasal 1 Undang – undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek, merek adalah tanda yang berupa gambar, nama kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Merek dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

##### **1. Merek Dagang**

Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.

<sup>44</sup> Tjokroamidjoyo, 1990, *Ibid.* Hal. 195-196.

<sup>45</sup> Allen, David Aaker.1995. *Building Strong Brands*. New York:Free Press

## 2. Merek Jasa

Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

## 3. Merek Kolektif

Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang/jasa sejenis lainnya.

Merek dapat menjadi motif pendorong konsumen memilih suatu produk, karena merek bukan hanya apa yang tercetak di dalam produk atau kemasannya, tetapi merek termasuk apa yang ada di benak konsumen dan bagaimana konsumen mengasosiasikannya. Merek merupakan kekayaan industri yang termasuk kekayaan intelektual. Secara Konvensional, merek dapat berupa nama, kata, logo, frasa, lambang, desain, gambar, atau kombinasi dua atau lebih unsur tersebut.

Fungsi merek adalah sebagai alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan, sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau nama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenis, serta sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peroderan untuk barang/jasa sejenis.

### I.5.4.2 Pendaftaran Hak Paten Merek

A. Pihak – pihak yang dapat mengajukan pendaftaran merek adalah :

- Orang ( *Persoon* )
- Badan Hukum ( *Recht Persoon* )
- Beberapa orang atau badan hukum ( *Pemilikan bersama* )



**B. Prosedur Permohonan Pendaftaran Merek berdasarkan Undang-undang merek No. 15**

Tahun 2001 :

- Permohonan pendaftaran merek diajukan dengan cara mengisi formulir yang telah disediakan untuk itu dalam bahasa Indonesia dan diketik rangkap 4
- Pemohon wajib melampirkan : a). Surat pernyataan di atas kertas bermaterai cukup yang ditandatangani oleh pemohon (bukan kuasanya), yang menyatakan bahwa merek yang dimohon adalah miliknya, b). Surat kuasa khusus, apabila permohonan pendaftaran diajukan melalui kuasa, c). Salinan resmi akta pendirian badan hukum atau fotokopinya yang dilegalisasi oleh notaris, apabila pemohon badan hukum, d). 24 lembar etiket merek yang dicetak di atas kertas, e). Fotokopi kartu tanda penduduk pemohon, f). Bukti prioritas asli dan terjemahannya dalam Bahasa Indonesia, apabila permohonan dilakukan dengan hak prioritas, dan, g). Bukti pembayaran dari pemohon.
- Hal-hal yang harus diperhatikan sebelum mendaftarkan merek :  

Sebelum mengajukan aplikasi pendaftaran hak merek, sebaiknya dilakukan terlebih dahulu pencarian bahwa hak paten merek yang akan diajukan belum pernah terdaftar di Dirjen HKI. Setelah terdapat konfirmasi bahwa hak merek tersebut masih bisa didaftarkan, maka selanjutnya proses pendaftaran bisa dilakukan. Lama proses dari pendaftaran hingga terbitnya sertifikat hak paten merek adalah sekitar 2-3 tahun.
- Hal-hal yang menyebabkan suatu merek tidak dapat didaftarkan :
  - 1) Didaftarkan oleh pemohon yang tidak beritikad baik.

- 2) Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas keagamaan, kesusilaan, atau ketertiban umum.
- 3) Tidak memiliki daya pembeda.
- 4) Tidak menjadi milik umum.
- 5) Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

➤ Jangka waktu perpanjangan Hak Paten Merek :

- I. Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu tersebut dapat diperpanjang.
- II. Permohonan perpanjangan diajukan secara tertulis oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu 12 bulan sebelum berakhir waktu perlindungan merek terdaftar tersebut.

Permohonan perpanjangan disetujui :

- 1) Bila merek yang bersangkutan masih dihunikan pada barang/jasa sebagaimana yang disebut pada merek tersebut.
- 2) Barang atau jasa dari merek tersebut masih diproduksi dan diperdagangkan.

Perpanjangan ditolak :

- 1) Permohonan ditolak apabila permohonan perpanjangan di ajukan kurang dari 12 bulan dari masa berakhirnya perlindungan hukum merek tersebut.
- 2) Apabila mempunyai persamaan pada pokoknya atau merek terkenal milik orang lain.<sup>46</sup>

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Hak paten merek adalah tanda pembeda yang digunakan suatu badan usaha sebagai penanda identitasnya dan produk barang atau jasa yang menghasilkan kepada konsumen, dan untuk membedakan usaha tersebut maupun

---

<sup>46</sup> Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Prosedur pendaftaran permohonan Hak Merek

barang atau jasa yang dihasilkannya dari badan usaha lain serta telah terdaftar secara resmi di Kementerian Hukum Dan HAM Republik Indonesia.

## 1.6 Definisi Konsep

Definisi konsep yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

### 1. Pemberdayaan

Pemberdayaan adalah suatu upaya untuk mendapatkan suatu hal yang memiliki daya, kekuatan dan kemampuan dan akses terhadap sumber daya untuk memenuhi kebutuhannya serta dalam upaya pengembangan potensi diri yang dimiliki dengan memanfaatkan potensi yang ada serta meningkatkan kualitas Sumber Daya.

### 2. Pemberdayaan Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kota Surabaya.

Pemberdayaan Produk Usaha kecil dan menengah adalah upaya yang dilakukan oleh Disperdagin Kota Surabaya untuk mengembangkan kekuatan, kemampuan, dan akses pelaku Usaha Kecil Menengah secara terencana untuk memperoleh Sertifikasi serta peningkatan kualitas produk melalui identifikasi potensi, analisis kebutuhan, rencana kerjasama, pelaksanaan, dan monitoring evaluasi.

### 3. Program Fasilitas Sertifikasi Hak Paten Merek Produk UKM Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya.

Dalam program fasilitasi perolehan hak merek bagi UKM yang diprakasai oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian kota Surabaya diketahui bahwa bentuk pemberian yang diterima oleh pelaku UKM adalah dalam bentuk pemberian pembebasan biaya pengurusan, dimana dana tersebut diambil dari Anggaran Pendapatan dan Belanja kota Surabaya dalam bidang perdagangan. Sehingga dengan adanya subsidi tersebut maka pelaku UKM tidak perlu lagi mengeluarkan biaya karena seluruh biaya pendaftaran permohonan ditanggung oleh

Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya. Perlindungan hak kekayaan intelektual bagi usaha kecil menengah diwujudkan dengan kegiatan fasilitasi perolehan merek oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian kota Surabaya. Kegiatan fasilitasi perolehan sertifikasi ini merupakan realisasi dari program kerja Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dimiliki oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya.

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat (tipe) Deskriptif, Menurut Nazir (1988:63) dalam Buku Contoh Metode Penelitian, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat - sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. karena dimaksudkan untuk menggambarkan kebijakan Disperdagin dalam pemberdayaan usaha kecil menengah untuk dapat memiliki hasil produksi yang berkualitas dan memiliki sertifikasi.

### **1.7.2 Ruang Lingkup Dan Lokasi Penelitian**

Dengan adanya fenomena AFTA Yang mulai diberlakukan pada akhir tahun 2015, Pemerintah Kota Surabaya mulai mempersiapkan diri agar tetap dapat bersaing, khususnya di dalam Bidang Perdagangan. Melalui Disperdagin Kota Surabaya, Pemerintah Kota Surabaya akan berupaya memberdayakan UKM lokal yang ada. Kebijakan pemberdayaan UKM yang melahirkan beberapa program pemberdayaan sedang gencar dilaksanakan. Dengan fokus pemberdayaan UKM yaitu Program Sertifikasi produk UKM, maka peneliti akan menetapkan

Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya, pelaku UKM binaan, serta pelaku UKM yang telah tersertifikasi sebagai *stakeholder* dalam penelitian kali ini. Lokasi penelitian ini ditetapkan secara purposive di Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya dan Pelaku UKM di Kota Surabaya. Adapun informan yang akan digali informasinya yaitu :

1. Bidang Perdagangan Disperdagin Kota Surabaya dan Disperindag Pemprov Jatim
2. Bidang Promosi Dan Pendaftaran Perusahaan Disperdagin Kota Surabaya
3. Seksi Perdagangan Dalam Negeri Disperdagin Kota Surabaya
4. Seksi Promosi Dan Pendaftaran Perusahaan Disperdagin Kota Surabaya
5. Pelaku UKM lokal di Kota Surabaya (Binaan dan Bersertifikat Merek)

### 1.7.3 Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian tentang kebijakan Disperdagin dalam bentuk program untuk pemberdayaan usaha kecil menengah di wilayah Kota Surabaya, peneliti menggunakan teknik penentuan informan metode purposive. Peneliti menggunakan cara ini karena peneliti telah memiliki informan yang memiliki informasi tentang objek penelitian serta mengetahui pihak-pihak mana saja yang dinilai memiliki informasi yang memadai tentang objek penelitian ini, sehingga bisa digali informasi darinya melalui observasi maupun wawancara secara mendalam. Dalam pemilihan informan, Spardley yang dikutip oleh Faisal (1990:57), di dalam buku Dasar – dasar dan Aplikasi mengajukan beberapa kriteria, antara lain :

1. Mereka yang cukup lama dan intensif ”menyatu” dengan suatu kegiatan atau “medan aktifitas” yang menjadi sasaran perhatian dan penelitian. Subyek tidak hanya sekedar memberi informasi, tetapi juga telah menghayati secara sungguh sabagai akibat dari keterlibatannya yang telah cukup lama pada lingkungan yang bersangkutan. Hal ini di tandai dengan kemampuan memberikan informasi yang “diluar kepala” tentang suatu yang ditanyakan.
2. Mereka yang masih terlibat secara penuh/ aktif pada lingkungan/ kegiatan yang menjadi sasaran/ perhatian penelitian.

3. Mereka yang mempunyai cukup banyak waktu atau kesempatan untuk di mintai informasi.
4. Mereka yang dalam memberikan informasi tidak cenderung”diolah” atau “dikemas: terlebih dahulu. Persyaratan ini cukup penting terutama bagi peneliti pemula yang biasanya masih cukup sukar mengatasi informan yang cenderung menegmas informasi dengan bias pribadinya. Persyaratan ini berhubungan dengan upaya untuk mendapatkan informasi yang lebih deskriptif/ faktual.
5. Mereka yang sebelumnya tergolong masih “asing” dengan peneliti, sehingga peneliti dapat merasa lebih tertantang untuk belajar sebanyak mungkin dari subyek yang semacam guru baru bagi dirinya. Dalam banyak pengalaman, persyaratn ini terbukti merupakan faktor yang cukup penting bagi produktifitas perolehan informasi dilapangan.

#### **1.7.4 Teknik Pengumpulan Dan Analisi Data**

Dalam penelitian ini, untuk pengumpulan data penulis akan menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam (*indepth interview*) baik dari sumber primer maupun sekunder yang dapat berupa instansi instansi terkait yang berwenang dan berhubungan dengan topik dalam penelitian ini serta tokoh-tokoh masyarakat di daerah tempat penelitan akan berlangsung. Penulis juga tidak menutup kemungkinan akan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi.

Pada penelitian ini, peneliti akan mencari dan menganalisis gambaran kebijakan Disperdagin dalam pemberdayaan usaha kecil menengah di wilayah Kota Surabaya dan menggambarkan hubunganya dengan peningkatan kualitas produk UKM di wilayah Kota Surabaya sendiri. Peneliti akan menganalisis data-data dari instansi yang bersangkutan, wawancara mendalam dengan tokoh - tokoh masyarakat setempat, dan data-data dari media, karena itu penelitian akan menggunakan teknik analisis kualitatif. Untuk memperoleh data yang kredibel dan teratur maka dilakukan melalui 3 kegiatan yang saling berkaitan, yaitu :

## 1. Reduksi Data

Mereduksi dapat diartikan sebagai proses merangkum, memilih hal-hal pokok dan fokus pada hal-hal penting sehingga ada penyederhanaan data dan proses ini dilakukan terus menerus selama penelitian berlangsung. Proses mereduksi data yang dilakukan peneliti dalam hal ini mengelompokkan hasil wawancara dalam format table menurut nama informan dan pelaksanaan wawancara berdasar pedoman wawancara yang digunakan. Setelah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk transkrip wawancara.

## 2. Penyajian Data

Yaitu merupakan sekumpulan informan yang telah tersusun secara terpadu dan mudah dipahami yang memberi kemungkinan dilakukannya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pada proses ini peneliti mentransformasikan data kasar menjadi bentuk uraian.

## 3. Verifikasi

Yaitu merupakan sebagian dari seluruh konfigurasi kegiatan penelitian yang utuh dan dapat dilakukan selama penelitian berlangsung. Kesimpulan ini mungkin dapat dilakukan sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran peneliti selama ia menulias, meninjau ulang catatan lapangan, atau mungkin lebih seksama dan memakan waktu yang lebih besar, untuk menggambarkan program pemberdayaan ukm yang dilakukan Disperdagin Kota Surabaya.<sup>47</sup>

### **I.7.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Agar suatu penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan secara praktis dan ilmiah, maka diperlukan suatu pemeriksaan keabsahan data. Hal ini dikarenakan banyaknya penelitian kualitatif yang diragukan karena kunci penelitian terletak pada subjektifitas peneliti

<sup>47</sup> Mathew, J.Miles, dan A.Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif : Metode Baru*. Jakarta: UI Press. Hal.15-20

dan instrumen penelitian dalam mendapatkan data yang dianggap terlalu terbuka dan tanpa kontrol. Dalam mengatasi keraguan tersebut, berbagai ahli telah membangun sistem pengujian keabsahan hasil penelitian. Moleong dengan mengacu pada Denzin menawarkan metode triangulasi dalam menguji keabsahan data penelitian. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu<sup>48</sup>. Terdapat 2 macam triangulasi sebagai teknik untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian kali ini. Teknik tersebut adalah :

### 1. Triangulasi sumber

Metode ini membandingkan dan melakukan pemeriksaan balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan data obeservasi dengan data wawancara. Apakah terdapat kejanggalan dan perbedaan informasi. Selain itu informan juga dapat memberikan informasi yang berbeda antar di depan umum dengan wawancara pribadi. Maka dari itu perlu dilakukan pemeriksaan yang lebih detail.

### 2. Triangulasi dengan teori

Menurut Lincoln dan Guba teori ini berasumsi bahwa dalam melakukan penelitian terdapat fakta tertentu yang tidak dapat dijelaskan dengan satu atau lebih teori. Sedangkan Patton memiliki pemikiran yang berbeda. Beliau berasumsi bahwa hal tersebut dapat dilaksanakan dengan menyebutnya penjelasan banding (*rival explanation*). Triangulasi dengan teori dapat dilakukan dengan menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembanding.<sup>49</sup>

<sup>48</sup>Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kulitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002, hlm 178

<sup>49</sup>Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik*, dll, Prenada Media Group, Jakarta, 2007, hlm 256-257