

SKRIPSI

**STRATEGI DINAS PERDAGANGAN DAN KOPERASI USAHA
KECIL DAN USAHA MENENGAH (UU NO. 20 TAHUN 2008)
DI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH
MELALUI RETRIBUSI PELAYANAN PASAR DI
DOLOKSANGGUL KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN
(STUDI KASUS: DINAS KOPERASI, PERINDUSTRIAN, DAN
PERDAGANGAN KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Adminitrasi Publik*

OLEH

ANNA MARIA SIMAMORA

NPM : 20230019



**PROGRAM STUDI ADMINITRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN
MEDAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Anna Maria Simamora
NPM : 20230019
Program Studi : Administrasi Publik
Judul : Strategi Dinas Perdagangan dan koperasi Usaha Kecil dan Usaha Menengah (UU No. 20 Tahun 2008) Di Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Melalui Retribusi Pelayanan Pasar di Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan (Studi Kasus: Dinas Koperasi, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Humbang Hasundutan

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas HKBP Nommensen Medan.

Dengan demikian skripsi ini maka telah dilengkapi syarat-syarat akademis untuk menempuh ujian skripsi untuk menyelesaikan studi.

SARJANA ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STRATA SATU (S-1)

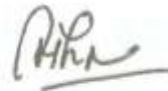
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

Pembimbing I



Jonson Rajagukguk, S.Sos, SE,MAP

Pembimbing II



Dra. Artha Lumban Tobing, MSP

Ketua Program Studi



Dra. Artha Lumban Tobing, MSP

Dekan



Dr. Drs. Nalom Siagian, MM

UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
MEDAN INDONESIA

Panitia Ujian Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Strata Satu (S1) Terakreditasi berdasarkan keputusan BAN-PR No. 527/DE/A.5/AR.10/VII/2023, menyatakan bahwa:



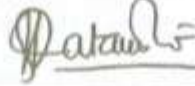


Nama : Anna Maria Simamora

Npm : 20230019

Program Studi : Administrasi Publik

Telah mengikuti Ujian Skripsi dan Lisan Kompherensive Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis Program Strata Satu (S1) pada hari Sabtu, 21 September 2024, Dinyatakan LULUS

Panitia Penguji

- | | | |
|---------------------|-------------------------------------|--|
| 1. Ketua | : Dr. Drs. Nalom Siagian, MM | 1.  |
| 2. Sekretaris | : Drs. Kepler Sinaga, MM | 2.  |
| 3. Penguji Utama | : Dra. Natalia E.T Sihombing, MSi | 3.  |
| 4. Anggota Penguji | : Dra. L. Primawati Degodona, MSP | 4.  |
| 5. Pembimbing Utama | : Jonson Rajagukguk, S.Sos, SE, MAP | 5.  |

Diketahui









Dekan



Dr. Drs. Nalom Siagian, MM

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Anna Maria Simamora
PM : 20230019
Program Studi : Administrasi Publik
Pembimbing I : Jonson Rajagukguk, S.Sos, SE,MAP
Pembimbing II : Dra. Artha Lumban Tobing, MSP
Judul : Strategi Dinas Perdagangan dan Koperasi Usaha Kecil dan Usaha Menengah (UU No. 20 Tahun 2008) Di Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Melalui Retribusi Pelayanan Pasar di Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan (Studi Kasus: Dinas Koperasi, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Humbang Hasundutan

Tari/Tanggal	Berita Acara	Paraf	Dosen
5/10/2023	ACC Judul Skripsi		Dra. Artha Lumban Tobing, MSP
5/04/2024	ACC Proposal Pembimbing I		Jonson Rajagukguk, S.Sos, SE,MAP
1/05/2024	ACC Proposal Pembimbing II		Dra. Artha Lumban Tobing, MSP
2/08/2024	ACC Skripsi I		Jonson Rajagukguk, S.Sos, SE,MAP
30/09/2024	ACC Skripsi II		Dra. Artha Lumban Tobing, MSP
5/08/2024	ACC Abstrak		Jonson Rajagukguk, S.Sos, SE,MAP
2/09/2024	ACC Periksa Buku		Dra. Artha Lumban Tobing, MSP
6/09/2024	Skripsi Diterima Oleh Dekan		Dr. Drs. Nalom Siagian, MM

Medan, September 2024

Diketahui :

Mahasiswa



Anna Maria Simamora

Ketua Prodi



Dra. Artha Lumban Tobing, MSP

Dekan



Dr. Drs. Nalom Siagian, MM



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul adalah "Strategi Dinas Perdagangan Dan Koperasi Usaha Kecil Dan Usaha Menengah (UU No. 20 Tahun 2008) Di Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Melalui Retribusi Pelayanan Pasar Di Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan (Studi Kasus: Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Humbang Hasundutan)" adalah benar hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan Skripsi Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas HKBP Nommensen Medan. Semua Sumber data dan informasi yang diperoleh telah dinyatakan jelas dan benar apa adanya. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh pihak Universitas HKBP Nommensen Medan.

Medan, Agustus 2024
Penulis



Anna Maria Simamora
20230019

ABSTRAK
**STRATEGI DINAS PERDAGANGAN DAN KOPERASI USAHA KECIL
DAN USAHA MENENGAH (UU NO. 20 TAHUN 2008) DI DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH MELALUI
RETRIBUSI PELAYANAN PASAR DI DOLOKSANGGUL KABUPATEN
HUMBANG HASUNDUTAN (STUDI KASUS: DINAS KOPERASI,
PERINDUSTRIAN, DAN PERDAGANGAN KABUPATEN HUMBANG
HASUNDUTAN)**

Nama : Anna Maria Simamora

NPM 20230019

Dosen Pembimbing (1) : Jonson Rajagukguk,S.Sos,SE,MAP

Dosen Pembimbing (2) : Dra.Artha Lumban Tobing,MSP

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Humbang Hasundutan serta peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam meningkatkan sektor ini sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. UMKM dianggap sebagai tulang punggung ekonomi daerah karena mampu membuka peluang usaha baru dan bertahan saat krisis ekonomi dengan koneksi langsung kepada masyarakat. Penelitian ini mengidentifikasi keunggulan UMKM seperti inovasi teknologi, fleksibilitas pasar, dan peran dalam penyerapan tenaga kerja. Namun, berbagai kendala seperti proses perizinan yang rumit dan akses pasar yang terbatas masih menjadi hambatan utama. Melalui metode penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara dengan pelaku UMKM dan pihak terkait. Analisis mendalam mengungkapkan bahwa retribusi pelayanan pasar berpotensi menjadi instrumen yang signifikan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan pengembangan UMKM. Penelitian ini menyimpulkan pentingnya dukungan strategis dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk mengatasi kendala-kendala yang ada, serta merekomendasikan strategi pengembangan yang lebih efektif guna memajukan perekonomian lokal di Kabupaten Humbang Hasundutan.

Kata kunci : Strategi DISPERINDAG dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, Retribusi Pelayanan Pasar

ABSTRACT
**THE STRATEGY OF THE TRADE AND COOPERATIVE OFFICE OF
SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (UU NO. 20 OF 2008) IN
INCREASING LOCAL REVENUE THROUGH MARKET SERVICE FEES
IN DOLOKSANGGUL HUMBANG HASUNDUTAN DISTRICT (CASE
STUDY: COOPERATIVE, INDUSTRY, AND TRADE OFFICE OF
HUMBANG HASUNDUTAN REGENCY)**

Nama : **Anna Maria Simamora**

NPM : **20230019**

Supervisor (1) : **Jonson Rajagukguk, S.Sos, SE, MAP**

Supervisor (2) : **Dra.Artha Lumban Tobing, MSP**

This research aims to examine the development strategy of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Humbang Hasundutan Regency as well as the role of the Industry and Trade Office in improving this sector in accordance with the provisions of Law No. 20 of 2008. MSMEs are considered the backbone of the regional economy because they are able to open new business opportunities and survive the economic crisis with direct connections to the community. This research identifies the advantages of MSMEs such as technological innovation, market flexibility, and role in employment. However, various obstacles such as complicated licensing processes and limited market access are still the main barriers. Through qualitative research methods, data was collected through direct observation and interviews with MSME players and related parties. In-depth analysis revealed that market service levy has the potential to be a significant instrument in increasing local own-source revenue (PAD) and MSME development. The study concludes that strategic support from the Industry and Trade Office is essential to overcome the constraints, and recommends a more effective development strategy to advance the local economy in Humbang Hasundutan Regency.

Keywords : *DISPERINDAG strategy in increasing local revenue, market service levy*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus, dimana atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Strategi Dinas Perdagangan dan koperasi usaha kecil dan Menengah (UU no 20 tahun 2008) Di dalam Meningkatkan pendapatan Asli Daerah Melalui Retribusi Pelayanan Pasar di Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan (Studi kasus: Dinas koperasi, perindustrian dan perdagangan Kabupaten Humbang Hasundutan). Di dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menghadapi tantangan dan mengalami hambatan, namun begitu banyak pihak yang telah berpartisipasi secara aktif membantu di dalam menyelesaikan skripsi ini dan bisa sejauh ini.

Oleh karena itu ijinlah penulis mengucapkan rada terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan sumbangsih baik berupa moril sampai pada materi bukan hanya itu mampu memberikan arahan, bimbingan, dan memotivasi sampai semua hambatan itu dapat teratasi dengan sangat baik dengan segala keikhlasan dan kesediannya yang telah memberikan waktu, arahan, motivasi, serta bimbingan dan ilmu yang tidak terhitung kepada penulis di dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu di dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Orang Tua yang Terkasih, Mama T. Pasaribu dan Almarhum Bapak S. Simamora, yang selalu menjadi alasan utama saya untuk bertahan dan berjuang hingga sejauh ini. Mama, dengan cinta yang tak pernah pudar, selalu mendoakan dan mendukung setiap langkah saya. Bapak, meskipun engkau telah

tiada, kenangan dan semangatmu terus mengalir dalam diri saya. Terima kasih atas cinta dan pengorbanan kalian yang tak terhingga, yang menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup saya. Kepada Saudara dan Saudari saya, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi tanpa henti, terima kasih telah menjadi penyemangat dan pilar kekuatan yang selalu dapat saya andalkan.

2. Bapak Dr. Drs. Nalom Siagian, M.M., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas HKBP Nomensen Medan, atas segala bimbingan dan arahannya selama saya menempuh pendidikan di fakultas ini. Kehangatan dan kebijaksanaan Bapak telah membimbing saya dalam memahami dunia akademik dengan lebih baik.
3. Bapak Jonson Rajagukguk, S.Sos, SE, MAP, selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, dan koreksi yang berharga dalam proses penulisan skripsi ini. Bapak selalu memberikan waktu dan perhatian, meski sibuk dengan banyak tanggung jawab. Terima kasih atas dedikasi dan dukungan yang tak ternilai.
4. Ibu Dra. Artha Lumban Tobing, MSP, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan dorongan yang tulus sepanjang penulisan skripsi ini. Kehangatan dan kebijaksanaan Ibu sangat berarti bagi saya, dan saya sangat menghargai setiap masukan serta motivasi yang Ibu berikan.
5. Ibu Dra. Artha Lumban Tobing, MSP, selaku Ketua Program Studi Administrasi Publik, yang selalu memberikan dukungan dan dorongan selama saya menempuh studi di program ini. Kehadiran Ibu sebagai pemimpin dan pendidik telah menjadi inspirasi bagi saya.

6. Ibu Dra. Natalia E. Sihombing, M.Si, selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang selalu memberikan perhatian dan dukungan selama proses akademik ini berlangsung. Terima kasih atas panduan dan dukungannya yang tak ternilai.
7. Sardi, kekasih saya tercinta, yang menjadi sahabat sejati dan penyemangat dalam perjalanan ini. Terima kasih atas cinta, kesabaran, dan kehadiranmu yang tak pernah absen, serta untuk selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan nasihat bijak. Tanpamu, perjalanan ini mungkin terasa lebih sulit.
8. Segenap Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di HKBP Nomensen, yang telah membekali saya dengan ilmu dan wawasan selama masa studi. Setiap kuliah dan bimbingan yang Bapak/Ibu berikan telah menjadi pijakan penting dalam perjalanan akademik saya.
9. Segenap Staf dan Karyawan di Lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas HKBP Nomensen Medan, yang selalu memberikan dukungan administratif dan operasional yang tak terlihat namun sangat berharga. Terima kasih telah memfasilitasi proses belajar dan penulisan ini dengan segala keramahannya.
10. Teman-teman Administrasi Publik Stambuk 2020, yang telah menjadi sahabat dan rekan perjuangan selama masa kuliah hingga akhir penulisan skripsi ini. Kebersamaan kita telah menumbuhkan banyak kenangan dan pelajaran berharga. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, berbagi suka dan duka, serta saling mendukung hingga detik terakhir.

11. Diri Saya Sendiri, atas keteguhan hati dan keberanian untuk melangkah maju meskipun dalam keadaan yang sulit. Terima kasih telah bertahan dalam melewati segala tantangan, belajar dari setiap kesalahan, dan tidak menyerah meskipun banyak rintangan menghadang. Saya bangga pada diri saya sendiri atas usaha, kerja keras, dan tekad yang telah saya lakukan untuk mencapai titik ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masi jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritikan ataupun saran dari pembaca yang bersifat membangun di dalam penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangsih yang besar bagi penulis ataupun pembaca hingga masyarakat luas.

‘Kedua Tangan Yang Melipat Di Malam Hari Tidak Akan Datang Dengan Tangan Kosong.’

Medan, Agustus 2024

Penulis

Anna Maria Simamora
20230019

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
11.2.....	Latar
Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi	6
2.1.1 Pengertian Strategi	6
2.1.2 Proses Manajemen Strategi	9
2.1.3 Tahap-tahap Perencanaan Strategi	15
2.1.4 Strategi Pembangunan Ekonomi Daerah	17
2.2 Tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)	19
2.2.1 Pengertian UMKM.....	19
2.2.2 Karakteristik UMKM	22
2.2.3 Pengembangan UMKM.....	24
2.2.4 Pemberdayaan dalam memberikan kekuatan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	27
2.3 Retribusi Pasar.....	32
2.3.1 Pengertian Retribusi Daerah.....	32
2.3.2 Retribusi Pasar	33
2.4 Penelitian Terdahulu	34

2.5 Kerangka Berpikir	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
3.3 Informan Penelitian.....	46
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Data Primer	48
3.4.2 Data Sekunder	50
3.5 Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Sejarah Singkat Lembaga/Lokasi Penelitian	54
4.1.1 Gambaran umum Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Humbang Hasundutan.....	54
4.1.2 Struktur Organisasi.....	60
4.1.3 Tugas Pokok dan Fungsi	61
4.2 Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Penciptaan Iklim Usaha yang Baik.....	72
4.2.2 Pembuatan Informasi Terpadu.....	75
4.2.3 Hambatan dan Tantangan.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran/ Rekomendasi Kebijakan	85
DAFTAR PUSTAKA.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian	45
Tabel 3. 2 Informan Penelitian.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	43
Gambar 3. 1 Skema Teknis Analisis Data.....	52
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Humbang Hasundutan	60

BAB I

PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), ditegaskan bahwa penting untuk memberdayakan UMKM guna membuka peluang usaha baru dengan cara menciptakan iklim usaha yang mendukung untuk pembinaan dan pengembangan UMKM. Meskipun UMKM dianggap sebagai bisnis kecil, namun mereka memiliki keunggulan yang membuatnya mampu bertahan, terutama saat krisis ekonomi melanda, karena UMKM memiliki keterhubungan langsung dengan masyarakat dan langsung dirasakan oleh mereka. UMKM memiliki keunggulan tertentu dalam perekonomian rakyat, seperti kemampuan untuk mengembangkan inovasi dan teknologi, hubungan yang akrab di lingkungan bisnis kecil, kemampuan penyerapan tenaga kerja yang cukup besar, fleksibilitas dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang cepat, dan dinamika manajerial dan peran kewirausahaan yang kuat.

Kehadiran Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Humbang Hasundutan dianggap memiliki peran yang sangat signifikan dalam mempromosikan dan mengembangkan usaha kecil menengah (UKM) atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di daerah tersebut, yang pada gilirannya berdampak positif pada perekonomian masyarakat. Langkah ini mencerminkan respons positif dari pemerintah daerah terhadap pertumbuhan dan perkembangan UKM/UMKM di Kabupaten Humbang Hasundutan. Dengan adanya dukungan dari

Dinas Perindustrian dan Perdagangan, diharapkan UKM/UMKM di wilayah tersebut dapat berkembang lebih baik dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat Humbang Hasundutan.

Penelitian melalui observasi langsung menyoroti beragam kendala yang dihadapi oleh pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Humbang Hasundutan dalam upaya mengembangkan usahanya. Salah satu kendala utama adalah terkait dengan pengembangan pasar dan proses perizinan. Pelaku UKM sering kali mengeluhkan kompleksitas prosedur perizinan yang disertai dengan biaya tinggi dan waktu yang lama, membuat mereka kesulitan untuk mengembangkan usaha mereka. Hal ini berdampak pada keterbatasan akses pasar, terutama pasar internasional, sehingga produk-produk hanya dapat beredar di pasar lokal. Kendala lainnya adalah minimnya peluang untuk berpartisipasi dalam pameran daerah atau nasional yang didukung oleh pemerintah. Terdapat kecenderungan dimana pemerintah lebih memprioritaskan pelaku UKM yang sudah dikenal atau memiliki hubungan akrab, sehingga peluang bagi pemula untuk memamerkan produknya menjadi terbatas. Beberapa UKM yang mendapat kesempatan untuk berpartisipasi dalam pameran adalah yang telah dikenal secara luas, sedangkan pelaku pemula sering kali terpinggirkan.

Kondisi ini dapat mengurangi daya saing UKM itu sendiri dan berpotensi menghambat perkembangan usaha kecil, terutama bagi pemula. Hal ini tentu berdampak pada pendapatan dan perekonomian masyarakat di Kabupaten Humbang Hasundutan secara keseluruhan. Untuk mengatasi masalah ini, perlu adanya komitmen dan perhatian yang lebih tinggi dari semua pihak terkait,

termasuk pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta stakeholder lainnya. Pembinaan dan pengembangan UKM yang lebih kondusif dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat serta memajukan sektor ekonomi daerah. Dalam konteks ini, peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) sangatlah strategis sebagai leading sector dalam menggerakkan kemajuan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Humbang Hasundutan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk menyelidiki lebih lanjut mengenai strategi yang diterapkan oleh lembaga yang bertanggung jawab atas pengembangan usaha kecil dan menengah, yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Oleh karena itu, judul proposal ini adalah **“Strategi Dinas Perdagangan Dan Koperasi Usaha Kecil Dan Usaha Menengah (UU No. 20 Tahun 2008) Di Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Melalui Retribusi Pelayanan Pasar Di Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan (Studi Kasus: Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Humbang Hasundutan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Kehadiran Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Humbang Hasundutan dinilai memiliki peran yang penting dalam kemajuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang digeluti oleh penduduk setempat. Namun, pengelolaannya tidak selalu optimal. Oleh karena itu, diperlukan proses perumusan strategi yang efektif guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Secara umum, rumusan masalah yang ingin diteliti adalah

1. Bagaimana strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Humbang Hasundutan?
2. Bagaimana kontribusi retribusi pelayanan pasar untuk mengembangkan UMKM di Kabupaten Humbang Hasundutan

1.3 Tujuan Penelitian

Masalah yang dijelaskan di atas mencerminkan paradigma tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta kinerja Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Humbang Hasundutan yang belum sepenuhnya optimal dalam memberikan layanan kepada masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah dan strategi untuk memperbaiki pelaksanaan kebijakan serta kinerja Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Humbang Hasundutan. Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memahami strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.
2. Untuk memahami kontribusi retribusi pasar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pembaruan ilmu pendidikan yang sesuai dengan tuntutan zaman, khususnya melalui strategi pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah

(UMKM) di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemikiran baru yang dapat memperkaya literatur ilmiah dalam bidang ini.

2. Manfaat Praktis bagi Masyarakat: Melalui penelitian ini, diharapkan dapat disediakan informasi yang berguna bagi masyarakat sekitar terkait peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam konteks mereka. Hal ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kontribusi UMKM dalam perekonomian lokal dan potensi dampaknya terhadap masyarakat di Kabupaten Humbang Hasundutan.
3. Manfaat bagi Peneliti: Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sarana bagi peneliti untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan pemahaman mengenai masalah yang diteliti. Dengan demikian, peneliti dapat memperluas cakupan pengetahuannya dan mengembangkan kemampuan analisis serta pemecahan masalah dalam konteks UMKM di Kabupaten Humbang Hasundutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi

2.1.1 Pengertian Strategi

Asal-usul kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*,” yang merujuk pada serangkaian tindakan yang dilakukan untuk mengalahkan musuh selama pertempuran, atau dengan kata lain, kumpulan strategi yang digunakan untuk mengatasi musuh dalam pertempuran. Awalnya, istilah ini digunakan dalam konteks militer dan sering kali dijelaskan sebagai “taktik yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan pertempuran.” Namun, saat ini istilah “strategi” telah diadopsi oleh berbagai jenis organisasi, sementara prinsip-prinsip intinya tetap ada, meskipun disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya. Suatu strategi memiliki dasar atau rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Meskipun banyak ahli telah memberikan definisi strategi dengan perspektif yang berbeda, namun pada intinya semua definisi tersebut mengacu pada upaya mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Salah satu pandangan umum yang diutarakan oleh para ahli adalah bahwa strategi merupakan suatu proses yang bertujuan untuk mencapai tujuan di masa depan melalui interaksi dalam konteks persaingan. Dengan kata lain, strategi dapat dianggap sebagai alat atau metode untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Stephanie K. Marrus yang dikutip dalam Lusi (2012), strategi didefinisikan sebagai proses di mana para pemimpin organisasi menetapkan rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, serta merancang cara

atau langkah-langkah untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, strategi menjadi landasan bagi upaya mencapai kesuksesan organisasi melalui pengaturan langkah-langkah yang terencana dan terarah. Berdasarkan buku “Perencanaan Strategik Untuk Organisasi Sosial” karya Bryson, strategi didefinisikan sebagai pola dari tujuan, kebijakan, program, tindakan, keputusan, atau alokasi sumber daya yang menetapkan identitas, ruang lingkup, dan tujuan organisasi, serta mengapa organisasi tersebut harus melakukan aktivitas tersebut (dikutip dalam Jhon, M. 2005).

Menurut pandangan Ari Yusuf Hamali (2018), strategi telah menjadi perbincangan umum yang penting bagi perusahaan atau organisasi dalam meraih tujuan mereka. Pengertian strategi diartikan sebagai serangkaian langkah yang direncanakan untuk mengalokasikan sumber daya dan menyesuaikan kompetensi perusahaan dengan kebutuhan eksternal di dalam suatu industri tertentu. Menurut Itami, strategi tidak hanya sekadar penentuan kerangka kerja bagi aktivitas bisnis perusahaan, melainkan juga memberikan arahan dalam mengoordinasikan berbagai kegiatan agar perusahaan dapat beradaptasi dan memengaruhi lingkungan yang dinamis. Strategi dengan jelas menetapkan visi perusahaan dan jenis organisasi yang ingin dijalankan (Kuncoro, 2005:01). Di sisi lain, Andrews menggambarkan strategi sebagai suatu pola yang mencakup sasaran, tujuan, dan kebijakan umum yang dirancang untuk mencapai target yang telah ditetapkan, yang pada akhirnya menentukan arah bisnis yang hendak dikejar oleh perusahaan (Kuncoro, 2005:01). Hitt, Ireland, dan Hoskisson menjelaskan bahwa “strategi adalah serangkaian komitmen dan tindakan yang terintegrasi serta terkoordinasi yang dirancang untuk

memanfaatkan keunggulan inti dan mencapai keunggulan kompetitif.” Awalnya, terminologi strategi berasal dari literatur perang, di mana dunia bisnis dipandang sebagai medan perang dan pesaing dianggap sebagai musuh yang harus dikalahkan, sementara pemerintah berperan dalam menetapkan dan mengimplementasikan aturan-aturan yang berlaku (Sampurno, 2010:03).

Menurut Coulter, strategi adalah serangkaian keputusan dan langkah-langkah yang diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi serta menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang ada di lingkungan industri. Beberapa karakteristik utama dari strategi, seperti yang dijelaskan oleh Coulter (Kuncoro, 2005:12), antara lain:

- a) Tindakan yang Berorientasi pada tujuan: strategi menunjukkan apa yang ingin dicapai oleh organisasi dan bagaimana cara untuk mewujudkannya.
- b) Memperhitungkan Kekuatan Internal dan Eksternal: Strategi mempertimbangkan semua sumber daya dan kemampuan internal organisasi, serta memperhatikan peluang dan tantangan yang ada di lingkungan eksternal.

Menurut Pearce dan Robinson, pemahaman tentang strategi sangat penting untuk menentukan kesuksesan organisasi, sehingga belajar mengenai manajemen strategis sangatlah bermanfaat. Dengan menerapkan manajemen strategis, manajer dari semua tingkatan dalam sebuah perusahaan dapat berkolaborasi dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi (Kuncoro, 2005:01).

Menurut Milles dan Snow, pendekatan keberhasilan organisasi dalam menggunakan strategi untuk beradaptasi dengan lingkungan pesaingnya dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu (Kuncoro, 2005:88-89):

- a) Strategi Prospektor (*Prospector*): Strategi ini fokus pada inovasi, menciptakan produk baru, dan mengeksplorasi peluang pasar yang baru.
- b) Strategi Bertahan (*Defender*): Perusahaan dengan strategi ini lebih memprioritaskan stabilitas pasar yang sudah ada.
- c) Strategi Penganalisis (*Analyzer*): Strategi ini berfokus pada analisis dan imitasi. Organisasi akan menganalisis ide bisnis baru sebelum memasuki bisnis tersebut.
- d) Strategi Reaktor: Organisasi yang menggunakan strategi ini bereaksi terhadap perubahan lingkungan dan melakukan perubahan hanya jika ditekan oleh lingkungannya.

Seiring dengan perkembangannya, definisi strategi telah mengalami perluasan makna. Beberapa ahli manajemen telah mengemukakan beragam definisi mengenai strategi. Salah satu definisi yang diberikan adalah bahwa strategi adalah respons yang terus-menerus atau adaptif terhadap peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi. Dari penafsiran tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi mencakup pola tujuan, kebijakan, program, tindakan, keputusan, dan alokasi sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran melalui interaksi yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

2.1.2 Proses Manajemen Strategi

Menurut Muhammad (2008:06), Manajemen Strategis bisa dijelaskan sebagai serangkaian upaya manajerial yang bertujuan untuk memperkuat kemampuan perusahaan dalam mengeksplorasi peluang bisnis yang muncul.

Tujuannya adalah untuk mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan visi yang telah digariskan sebelumnya. Di sisi lain, David (2006:05) mendefinisikan Manajemen Strategis sebagai sebuah kombinasi antara seni dan ilmu untuk merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi keputusan yang bersifat lintas fungsi. Hal ini bertujuan untuk memungkinkan organisasi mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Hunger (2003:04), Manajemen Strategis merujuk pada serangkaian keputusan dan langkah-langkah manajerial yang memiliki dampak jangka panjang terhadap kinerja perusahaan. Ini melibatkan observasi mendalam terhadap kondisi lingkungan eksternal, pembuatan strategi baik dalam bentuk perencanaan jangka panjang maupun perencanaan strategis, pelaksanaan strategi tersebut, dan evaluasi serta pengendalian terhadap hasilnya. Fokus utama Manajemen Strategis adalah pada penilaian terhadap peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan eksternal, sekaligus mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan.

Manajemen strategis melibatkan serangkaian analisis, pengambilan keputusan, dan tindakan yang dilakukan oleh sebuah organisasi untuk menciptakan dan memelihara keunggulan kompetitifnya. Definisi ini mencakup dua aspek utama yang menjadi fokus utama dalam manajemen strategis. Pertama, manajemen strategis berkaitan dengan proses analisis yang meliputi evaluasi tujuan strategis organisasi seperti visi, misi, dan tujuan tertentu, serta penilaian terhadap lingkungan internal dan eksternal. Melalui pemahaman yang mendalam tentang posisi mereka di pasar dan faktor-faktor yang memengaruhinya, organisasi dapat membuat

keputusan yang lebih efektif. Kedua, manajemen strategis bertujuan untuk memahami mengapa suatu perusahaan dapat mencapai kinerja yang lebih unggul daripada yang lain. Ini melibatkan identifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kesuksesan perusahaan dan bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan faktor-faktor tersebut secara optimal.

Manfaat dari penerapan manajemen strategis, seperti yang dikemukakan oleh Pearce dan Robinson (Kuncoro, 2005:01), termasuk:

- a) Perumusan strategi membantu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang mungkin timbul di masa depan. Melalui proses perencanaan strategis, manajer dapat lebih siap menghadapi risiko dan tantangan yang ada.
- b) Keputusan strategis yang diambil melalui proses kolaboratif memungkinkan organisasi untuk menghasilkan berbagai alternatif yang lebih baik. Dengan melibatkan berbagai perspektif dan ide dari tim yang berbeda, organisasi dapat memilih strategi yang paling sesuai dengan tujuan mereka.
- c) Melibatkan karyawan dalam perumusan strategi dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya produktivitas dan kontribusi mereka terhadap kesuksesan keseluruhan organisasi. Ini dapat memotivasi karyawan untuk bekerja lebih keras dan berkolaborasi demi mencapai tujuan bersama.

Menurut Dess dan Lumpkin, manajemen strategis merupakan suatu proses yang melibatkan serangkaian tahapan yang saling terkait dan berurutan. Tahapan-tahapan kunci dalam proses ini meliputi analisis situasi, formulasi strategi,

implementasi strategi, dan evaluasi kinerja (Kuncoro, 2005:13). Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai tahapan-tahapan dalam manajemen strategis:

- a) Analisis Lingkungan: Pada tahap ini, organisasi melakukan pendeteksian dan evaluasi terhadap konteks di sekitarnya, baik eksternal maupun internal. Ini membantu organisasi memahami secara mendalam tantangan dan peluang yang dihadapi, serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya.
- b) Formulasi Strategi: Tahapan ini mencakup proses merancang dan memilih strategi yang tepat berdasarkan hasil analisis lingkungan. Fokus utamanya adalah merumuskan rencana strategis yang sesuai untuk mencapai tujuan organisasi. Proses ini melibatkan pertimbangan matang terhadap berbagai faktor dan opsi yang tersedia.
- c) Implementasi Strategi: Setelah strategi dirumuskan, tahap selanjutnya adalah mengimplementasikannya dalam tindakan nyata. Ini melibatkan alokasi sumber daya dan penyelarasan proses organisasi untuk menjalankan strategi dengan efektif. Implementasi strategi memerlukan koordinasi yang baik di seluruh bagian organisasi serta komitmen yang kuat untuk menjalankan rencana dengan baik.
- d) Evaluasi Strategi: Tahap terakhir adalah mengevaluasi sejauh mana strategi yang telah diimplementasikan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi ini melibatkan penilaian kinerja strategis serta identifikasi perubahan yang mungkin diperlukan untuk meningkatkan efektivitas strategi di masa mendatang.

Menurut David (2006:06), proses manajemen strategis dapat dipilah menjadi tiga tahapan pokok: formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

- a) Tahapan formulasi strategi melibatkan serangkaian langkah yang mencakup pengembangan visi dan misi perusahaan, identifikasi peluang dan ancaman di lingkungan eksternal, evaluasi kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, perumusan alternatif strategi, serta pemilihan strategi yang paling sesuai dengan situasi dan tujuan perusahaan. Proses ini membutuhkan analisis yang mendalam dan pemikiran yang matang untuk menciptakan strategi yang efektif.
- b) Implementasi strategi, atau tahap pelaksanaan dalam manajemen strategis, membutuhkan keterlibatan aktif dari semua pihak terkait. Ini mencakup menerapkan strategi yang telah dirumuskan ke dalam tindakan nyata. Implementasi strategi memerlukan komitmen, disiplin, dan pengorbanan untuk memastikan bahwa strategi dapat dijalankan dengan efektif. Tanpa implementasi yang tepat, strategi yang bagus hanya akan menjadi wacana belaka.
- c) Evaluasi strategi merupakan langkah penting dalam memastikan bahwa strategi yang dijalankan memberikan hasil yang diharapkan. Manajer perlu secara teratur mengevaluasi kinerja strategis untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi ini memberikan wawasan yang berharga tentang apakah perubahan

atau penyesuaian diperlukan dalam strategi yang ada untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang terus-menerus.

Menurut Muhammad (2008:28), dalam praktek manajemen strategis di Indonesia, terdapat penekanan yang signifikan pada peran lingkungan bisnis sebagai faktor krusial yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Meskipun demikian, masih terdapat kekurangan dalam pengembangan keunggulan bersaing, dan visi perusahaan seringkali hanya menjadi slogan tanpa implementasi yang konkret. Thomson dan Strickland mengemukakan bahwa proses implementasi strategi melibatkan lima tugas manajerial yang berkaitan secara erat (Sampurno, 2010:12):

- a) Mengartikulasikan visi strategis dan misi bisnis perusahaan dengan jelas sebagai landasan bagi semua kegiatan.
- b) Merumuskan tujuan spesifik yang dapat diukur, yang merupakan hasil konversi visi strategis menjadi kinerja yang konkret yang ingin dicapai oleh perusahaan.
- c) Menyusun strategi yang tepat untuk mencapai hasil yang diinginkan, dengan mempertimbangkan baik kondisi internal maupun eksternal perusahaan.
- d) Melaksanakan implementasi dan eksekusi strategi secara hati-hati, yang mencakup penerapan strategi yang telah dirumuskan dalam aktivitas sehari-hari perusahaan.
- e) Melakukan evaluasi dan pemantauan kinerja secara terus-menerus, serta mengambil langkah-langkah koreksi dan penyesuaian jika diperlukan untuk menjaga konsistensi dengan visi, misi, dan tujuan jangka panjang perusahaan.

2.1.3 Tahap-tahap Perencanaan Strategi

Berikut adalah tahapan-tahapan dalam perencanaan strategi yang diperkenalkan oleh Bryson dan dirangkum oleh peneliti:

1. Identifikasi Visi, Misi, dan Mandat Dinas Koperasi dan UMKM

Tahap pertama adalah mengidentifikasi visi, misi, dan mandat organisasi. Ini dilakukan untuk memahami tujuan keberadaan organisasi serta menetapkan arah yang ingin dicapai melalui pembentukan organisasi. Identifikasi ini bertujuan untuk mengklarifikasi tugas dan fungsi yang harus dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM di Kabupaten Humbang Hasundutan.

2. Penetapan Visi Organisasi

Visi organisasi adalah gambaran tentang keadaan di masa depan yang dijadikan acuan oleh Dinas Koperasi Kabupaten Humbang Hasundutan dalam mewujudkan cita-cita yang konsisten dan berkelanjutan. Visi organisasi adalah tujuan yang unik yang membedakan organisasi tersebut dari yang lain. Perencanaan strategis, menurut David (2006), merupakan rencana permainan perusahaan. Seperti tim sepak bola yang memerlukan rencana permainan untuk memiliki peluang menang, perusahaan juga memerlukan rencana strategis yang baik untuk berhasil dalam berkompetisi. Manajemen strategis mencakup formulasi, implementasi, dan evaluasi, sedangkan perencanaan strategis hanya berkaitan dengan formulasi strategi.

Perencanaan dalam konteks fungsi manajemen melibatkan proses pemilihan berbagai kegiatan yang akan ditetapkan sebagai keputusan mengenai apa yang harus dilakukan, kapan harus dilakukan, bagaimana melaksanakannya, dan siapa

yang akan melaksanakannya. Lebih lanjut, perencanaan merupakan suatu rangkaian kegiatan persiapan yang dilakukan melalui tahap perumusan dan penetapan keputusan, yang mencakup langkah-langkah untuk menyelesaikan suatu masalah atau melaksanakan suatu pekerjaan dengan tujuan tertentu. Menurut Y. Dior, perencanaan diartikan sebagai “suatu proses persiapan yang mencakup serangkaian keputusan yang akan diimplementasikan di masa depan, yang bertujuan untuk mencapai sasaran tertentu” (Subandi, 2005:50).

Menurut David (2006:06), istilah perencanaan strategi mulai diperkenalkan pada tahun 1950-an dan menjadi sangat populer di pertengahan hingga akhir tahun 1960-an dan 1970-an. Pada masa ini, perencanaan strategi dianggap sebagai solusi untuk berbagai masalah organisasi yang dihadapi pada saat itu. Konsep ini diterima secara luas dan dianggap sebagai pendekatan yang efektif untuk mengatasi tantangan bisnis. Nawawi (2005:23) menjelaskan bahwa perencanaan strategi sebenarnya merupakan salah satu dari berbagai konsep perencanaan yang telah berkembang seiring waktu. Meskipun mulai dikenal pada abad ke-20, perencanaan strategis telah ada jauh sebelumnya dan terus mengalami evolusi seiring berjalannya waktu.

Menurut David (2006:06), esensi dari perencanaan strategi adalah mirip dengan merancang strategi permainan (*game plan*) untuk sebuah perusahaan. Seperti tim sepak bola yang memerlukan strategi permainan untuk meningkatkan peluang kemenangan, perusahaan juga membutuhkan rencana strategi yang kokoh untuk berhasil dalam persaingan bisnis. Sementara manajemen strategi mencakup proses formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi secara menyeluruh,

perencanaan strategis lebih berfokus pada pembentukan strategi itu sendiri. Menurut Kuncoro (2005:75), perencanaan strategi perusahaan melibatkan kemampuan untuk merumuskan keterkaitan antara kelebihan internal perusahaan, seperti pemasok dan karyawan, dengan faktor-faktor eksternalnya, termasuk pesaing, pelanggan, dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi. Aspek-aspek yang terlibat dalam manajemen aktivitas ini menjadi titik fokus dari strategi perusahaan.

2.1.4 Strategi Pembangunan Ekonomi Daerah

Menurut Siagian (2009:87), terdapat dua arah strategis dalam pembangunan yang dapat diambil oleh negara-negara sedang berkembang:

- a) Modernisasi Pertanian, merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam negeri serta meningkatkan produksi pertanian. Hal ini mencakup pengembangan agrobisnis yang beragam untuk memperoleh komoditas yang bisa diekspor, serta mendorong pertumbuhan sektor pertanian.
- b) Industrialisasi, merupakan langkah untuk mempercepat perkembangan ekonomi dengan mengutamakan pengembangan sektor industri. Dengan mendorong industrialisasi, negara-negara sedang berkembang berharap dapat menjadi pusat pertumbuhan ekonomi yang kuat melalui pengembangan industri sebagai motor utama pertumbuhan.

Menurut Kuncoro (2005:64), dalam era otonomi daerah, paradigma pembangunan daerah harus difokuskan pada pemberdayaan daerah itu sendiri. Hal ini berarti bahwa daerah harus memiliki inisiatif, kemandirian, dan prakarsa dalam perencanaan serta pelaksanaan pembangunan di wilayahnya. Asumsinya adalah

bahwa daerah lebih memahami masalah dan potensi yang ada di lingkungannya. Sementara menurut Subandi (2011:122), strategi pembangunan ekonomi secara umum bertujuan untuk menciptakan kesempatan kerja bagi penduduk saat ini dan menjaga stabilitas ekonomi. Hal ini juga mencakup pengembangan beragam basis ekonomi dan lapangan kerja. Keberhasilan pembangunan ekonomi diukur dari kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan sektor usaha, yang penting untuk mengantisipasi fluktuasi ekonomi sektoral yang dapat mempengaruhi kesempatan kerja.

Menurut Lincoln Arsyad, strategi pembangunan ekonomi daerah dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama, seperti yang dijelaskan oleh Subandi (2011:122-124):

- a) Strategi Pengembangan Fisik (*Locality or Physical Development Strategy*): Strategi ini berkaitan dengan perbaikan kondisi fisik atau lokalitas daerah untuk mendukung pembangunan industri dan perdagangan. Tujuannya adalah menciptakan identitas kota atau daerah, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dan meningkatkan daya tarik pusat kota.
- b) Strategi Pengembangan Dunia Usaha (*Business Development Strategy*): Pengembangan dunia usaha dianggap kunci dalam pembangunan ekonomi daerah. Untuk mencapai tujuan ini, diperlukan penciptaan iklim usaha yang kondusif, informasi terpadu, pendirian pusat konsultasi dan pengembangan usaha kecil, pembuatan sistem pemasaran bersama, dan lembaga penelitian dan pengembangan.
- c) Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia (*Human Resource Development Strategy*): Peningkatan kualitas sumber daya manusia dianggap sebagai aspek

krusial dalam pembangunan ekonomi. Strategi ini mencakup pelatihan khusus, pembuatan bank keahlian, pengembangan lembaga pelatihan untuk penyandang cacat, dan upaya lain untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tenaga kerja.

d) Strategi Pengembangan Masyarakat (*Community-Based Development Strategy*): Strategi ini bertujuan untuk memberdayakan kelompok masyarakat tertentu dalam suatu daerah dengan tujuan menciptakan manfaat sosial yang lebih luas. Ini melibatkan program-program yang dirancang untuk memberikan pemberdayaan kepada masyarakat dalam aspek ekonomi dan sosial.

2.2 Tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

2.2.1 Pengertian UMKM

Definisi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat bervariasi tergantung pada lembaga yang memberikannya. Di Indonesia, berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 2008, UMKM dijelaskan sebagai berikut:

1. Usaha Mikro: Merupakan kegiatan produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan, yang memenuhi syarat sebagai Usaha Mikro sesuai ketentuan peraturan yang berlaku.
2. Usaha Kecil: Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan dari Usaha Menengah atau Usaha Besar, dengan memenuhi kriteria sebagai Usaha Kecil sesuai ketentuan yang berlaku.
3. Usaha Menengah: Merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha, yang bukan merupakan anak

perusahaan atau cabang perusahaan dari Usaha Kecil atau Usaha Besar, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang sesuai dengan ketentuan Undang-Undang.

Demikianlah, UMKM di Indonesia didefinisikan berdasarkan ketentuan yang diatur dalam perundang-undangan, khususnya Undang-Undang No. 20 tahun 2008, yang mengatur mengenai kriteria dan klasifikasi UMKM berdasarkan skala dan hasil usaha.

Menurut berbagai sumber buku, pengertian dan definisi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat beragam. Berikut adalah beberapa penjabaran yang diberikan:

1. Nayla (2014) mengungkapkan bahwa UMKM mengacu pada jenis usaha yang didirikan oleh individu dan memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp 200.000.000,00, tidak termasuk nilai tanah dan bangunan.
2. Suprpti (2005) menjelaskan bahwa ciri khas UMKM terletak pada jumlah tenaga kerja yang terlibat. Usaha kecil biasanya melibatkan antara 5 hingga 9 orang tenaga kerja, sementara usaha menengah melibatkan antara 20 hingga 99 orang.
3. Menurut Sukirno (2004), UMKM dapat diidentifikasi dari modal awal yang terbatas dan jumlah pekerja yang terlibat relatif sedikit. Nilai modal awal atau jumlah pekerja dalam UMKM akan disesuaikan dengan definisi yang ditetapkan oleh pemerintah atau lembaga lain yang memiliki tujuan tertentu.

Dengan demikian, UMKM merupakan kategori usaha yang memiliki berbagai ciri khas, termasuk batasan jumlah kekayaan bersih, jumlah tenaga kerja yang terlibat, dan modal awal yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Menurut para ahli, UMKM memiliki beragam definisi:

1. M. Kwartono menjelaskan bahwa UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp200 juta, tidak termasuk aset tanah dan bangunan.
2. Definisi lain menyebutkan bahwa UMKM memiliki omzet penjualan maksimal Rp1 miliar per tahun dan dimiliki oleh WNI.
3. Ina Primiana menyatakan bahwa UMKM mencakup empat kategori utama dalam kegiatan ekonomi, seperti industri manufaktur, bisnis kelautan, sumber daya manusia, dan agribisnis. UMKM juga dianggap sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi Indonesia dengan menjadi fokus program prioritas. Ina Primiana juga menyatakan bahwa UMKM dapat dianggap sebagai pengembangan kawasan unggulan yang bertujuan untuk mempercepat pemulihan ekonomi, dengan memfasilitasi program-program prioritas serta pengembangan berbagai sektor dan potensi ekonomi lainnya. Sementara itu, usaha kecil bertujuan untuk meningkatkan berbagai upaya dalam memberdayakan masyarakat (Maxmore, 2018).
4. Rudjito menekankan bahwa UMKM memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia dengan menciptakan lapangan kerja dan jumlah usaha yang signifikan.

Secara keseluruhan, UMKM merupakan kategori usaha mikro, kecil, dan menengah yang dilakukan oleh individu atau badan usaha dengan aset dan omzet tertentu, serta memiliki peran vital dalam pembangunan ekonomi Indonesia.

2.2.2 Karakteristik UMKM

Isnaini Harahap (2016) menjelaskan bahwa karakteristik UMKM merujuk pada sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktivitas usaha dan perilaku pengusaha yang terlibat dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini menjadi penanda utama yang membedakan antara pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Usaha mikro dan kecil menonjol sebagai jenis usaha yang paling umum dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Umumnya, usaha-usaha ini memiliki karakteristik serupa di berbagai wilayah, termasuk tingkat pendapatan yang rendah, manajemen yang kurang baik, dan dalam beberapa kasus, kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar seperti gizi, pendidikan, kesehatan, dan perumahan.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UKMM) memberikan pedoman tentang kriteria yang digunakan untuk mengklasifikasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berikut adalah rincian kriteria tersebut:

a. Kriteria Usaha Mikro:

1. Memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk nilai aset tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Kriteria Usaha Kecil:

3. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) hingga tidak lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk nilai aset tanah dan bangunan tempat usaha; atau
4. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) hingga tidak lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Kriteria Usaha Menengah:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) hingga tidak lebih dari Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk nilai aset tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) hingga tidak lebih dari Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut Bank Dunia, UMKM dibagi menjadi tiga jenis utama, yaitu:

1. Usaha Mikro: Memiliki hingga 10 karyawan.
2. Usaha Kecil: Memiliki hingga 30 karyawan.
3. Usaha Menengah: Memiliki hingga 300 karyawan.

Dari perspektif usaha, UMKM dapat diklasifikasikan dalam empat kelompok:

1. UMKM sektor informal, seperti pedagang kaki lima.
2. UMKM Mikro: Biasanya merupakan pengrajin dengan sedikit keterampilan kewirausahaan.

3. Usaha Kecil Dinamis: Mampu berwirausaha dengan melakukan kerjasama dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprises*: Memiliki keterampilan kewirausahaan yang kuat dan berpotensi untuk berkembang menjadi usaha besar.

Selain itu, berdasarkan jenis komoditas yang dihasilkan, UMKM memiliki karakteristik khusus:

1. Standar kualitas belum tercapai karena keterbatasan teknologi dan hasil produksi handmade.
2. Desain produk terbatas karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman.
3. Jenis produk terbatas dan sulit memenuhi permintaan model baru.
4. Kapasitas dan harga produk terbatas, menyebabkan kesulitan bagi konsumen.
5. Bahan baku bervariasi dan kurang terstandar karena sumber yang beragam.
6. Kontinuitas produksi sering tidak terjamin dan produk kurang konsisten karena kurangnya regulasi dalam produksi. (Bank Indonesia, 2015).

2.2.3 Pengembangan UMKM

Menurut J. S. Badudu, dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, kata “pengembangan” mengacu pada proses atau hasil dari upaya untuk memajukan, meningkatkan, atau membuat lebih baik. Mengembangkan sendiri berarti membuka atau memajukan sesuatu agar menjadi lebih maju dan lebih baik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses atau cara untuk memajukan sesuatu, sedangkan mengembangkan adalah perintah untuk selalu berusaha dalam pembangunan secara bertahap dan teratur menuju tujuan yang diinginkan. Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa pengembangan merupakan upaya sistematis

untuk meningkatkan berbagai aspek dalam suatu organisasi guna mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam istilah ekonomi menurut Todaro, “pembangunan” sering diartikan sebagai kapasitas dari suatu perekonomian nasional, yang kondisi awalnya statis dalam jangka waktu yang cukup lama, untuk berupaya menghasilkan dan mempertahankan kenaikan tahunan produk nasional bruto (PNB) (Afiffuddin, 2010:174). Faktor pertumbuhan ekonomi memiliki hubungan yang erat dengan masalah pembangunan di samping faktor yang lainnya. Para ahli studi pembangunan bahkan meyakini pentingnya faktor ini dalam proses pembangunan sebagai faktor yang mempunyai determinan tinggi. Hal ini didasarkan pada suatu kenyataan yang banyak terjadi di Negara-negara berkembang, dimana pada umumnya mereka memberikan prioritas yang tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi yang berpengaruh besar terhadap pembangunan di suatu negara. Keadaan pertumbuhan ekonomi yang mengikat diharapkan dapat memberikan kesempatan yang lebih baik untuk mencapai tujuan-tujuan pembangunan.

Menurut Marliyah (2016), upaya pengembangan dan pembinaan UMKM menjadi sangat penting dalam meningkatkan kekuatan dan ketangguhan UMKM di Indonesia dalam menghadapi berbagai situasi ekonomi. Pengembangan sektor UMKM harus didasarkan pada prinsip pasar yang sehat dan adil. Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat memiliki tanggung jawab dalam menggalakkan dan membina UMKM. Sementara itu, menurut Imsar (2018), pengembangan usaha merupakan suatu proses untuk memperbaiki dan memperluas kegiatan ekonomi dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Proses ini melibatkan

penggunaan pikiran, tenaga, dan upaya fisik untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam pekerjaan saat ini maupun di masa depan.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menggambarkan bahwa pengembangan merupakan kerja sama yang melibatkan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Hal ini dilakukan dengan memberikan bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan guna meningkatkan kemampuan serta daya saing sektor tersebut agar dapat berkembang dan bersaing lebih baik sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang tersebut. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, diuraikan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memiliki tanggung jawab untuk memfasilitasi pengembangan usaha dalam berbagai aspek, termasuk produksi, pemasaran, sumber daya manusia, serta desain dan teknologi. Proses pengembangan usaha ini juga melibatkan partisipasi aktif dari sektor swasta dan masyarakat.

Menurut Ariani (2017), pengembangan UMKM harus dilakukan dengan mempertimbangkan aspek daya saing, yang mencakup evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan dalam konteks ini merujuk pada faktor-faktor yang memberikan keuntungan bagi usaha, seperti pengembangan produk. Sementara itu, kelemahan merujuk pada faktor-faktor yang dapat menyebabkan kerugian dalam persaingan bisnis. Peluang merujuk pada strategi untuk memanfaatkan potensi-potensi yang ada, seperti melalui inovasi produk. Ancaman dapat berasal dari persaingan antara perusahaan sejenis atau dari pesaing yang menawarkan produk serupa. Oleh karena itu,

persaingan antar perusahaan menjadi tantangan utama dalam dunia bisnis, yang menegaskan perlunya strategi yang efektif untuk mempertahankan daya saing.

2.2.4 Pemberdayaan dalam memberikan kekuatan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Secara prinsip, konsep pemberdayaan atau empowerment berakar dari makna kata “power” yang merujuk pada kekuatan atau kapasitas seseorang atau kelompok. Pemberdayaan menjadi suatu proses perubahan yang memiliki signifikansi tersendiri. Dengan demikian, kemungkinan terjadinya proses pemberdayaan sangat bergantung pada dua hal, yaitu (pertama) kemampuan kekuasaan untuk berubah. Tanpa perubahan dalam dinamika kekuasaan, pemberdayaan tidak akan mungkin terjadi dalam konteks apapun. (Kedua) kemampuan untuk memperluas cakupan kekuasaan. Poin ini menegaskan bahwa kekuasaan tidaklah statis, melainkan dapat berkembang secara dinamis seiring waktu. Pemberdayaan sebagai proses merujuk pada serangkaian langkah atau kegiatan yang bertujuan untuk memperkuat kekuasaan atau kapasitas kelompok yang kurang berdaya dalam masyarakat, termasuk individu yang menghadapi masalah kemiskinan. Sementara itu, dalam konteks pemberdayaan sebagai tujuan, fokusnya adalah pada kondisi atau hasil yang ingin dicapai melalui perubahan sosial; yaitu masyarakat yang memiliki keberdayaan, kekuasaan, pengetahuan, dan keterampilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara fisik, ekonomi, dan sosial. Hal ini mencakup aspek seperti peningkatan kepercayaan diri, kemampuan untuk menyampaikan aspirasi, memiliki mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan menjadi mandiri dalam menjalankan tugas-tugas kehidupan sehari-hari. Pengertian pemberdayaan sebagai tujuan seringkali lebih

diprioritaskan, karena menjadi landasan bagi penilaian keberhasilan pemberdayaan sebagai sebuah proses.

Mengingat signifikansi peran yang dimainkan oleh UMKM, pemberdayaan UMKM menjadi suatu hal yang sangat penting untuk memastikan pertumbuhan serta perkembangan yang berkelanjutan, menjadikan mereka sebagai entitas bisnis yang kuat dan mampu mandiri. Dalam landasan hukum, Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyatakan bahwa pemberdayaan adalah serangkaian tindakan yang dilakukan secara bersinergi oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan Masyarakat. Hal ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung dan memfasilitasi pertumbuhan serta pengembangan UMKM sehingga mereka mampu menjadi entitas yang kokoh dan mandiri. Iklim usaha, pada sisi lain, mengacu pada kondisi yang diupayakan oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah untuk memberdayakan UMKM melalui berbagai kebijakan ekonomi yang mendukung. Pengembangan, di sisi lain, adalah upaya untuk memberdayakan UMKM melalui berbagai bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka. Pemberdayaan UMKM tidak hanya menjadi bagian dari upaya pembangunan ekonomi nasional, tetapi juga mencerminkan prinsip-prinsip yang mendasari sistem ekonomi yang berdemokrasi, inklusif, serta berkelanjutan. Ini mencakup prinsip-prinsip kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisiensi, keberlanjutan, berwawasan lingkungan, dan kemandirian. Prinsip kebersamaan menekankan pentingnya partisipasi aktif dari semua pihak, termasuk UMKM dan Dunia Usaha, dalam mencapai kesejahteraan bersama. Prinsip efisiensi, di sisi lain, menekankan

perlu pelaksanaan pemberdayaan UMKM yang adil dan berdaya saing. Prinsip berkelanjutan menekankan pentingnya pemberdayaan yang berkelanjutan untuk menciptakan ekonomi yang kuat dan mandiri. Prinsip berwawasan lingkungan menekankan perlunya memperhatikan dan melestarikan lingkungan hidup dalam upaya pemberdayaan UMKM. Sementara prinsip kemandirian menekankan pentingnya mempertahankan potensi, kemampuan, dan kemandirian UMKM dalam proses pemberdayaan mereka (UU No. 20/2008).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 4, prinsip pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdiri dari:

- a. Mendorong pertumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM agar dapat berinovasi secara mandiri.
- b. Menerapkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan dalam mendukung UMKM.
- c. Mengembangkan usaha berdasarkan potensi daerah dan kebutuhan pasar yang sesuai dengan kompetensi UMKM.
- d. Meningkatkan daya saing UMKM agar mampu bersaing di pasar.
- e. Menyelenggarakan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu untuk mendukung keberhasilan pemberdayaan UMKM.

Sementara itu, tujuan pemberdayaan UMKM secara ekonomi, berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 5, adalah sebagai berikut:

- a. Mewujudkan struktur ekonomi nasional yang seimbang, berkembang, dan adil.

- b. Mengembangkan kemampuan UMKM sehingga menjadi entitas bisnis yang tangguh dan mandiri.
- c. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

Dalam upaya untuk memberdayakan masyarakat dalam konteks UKM, peran serta berbagai pihak terlibat sangatlah penting untuk menjamin kesuksesan program tersebut. Setiap *stakeholder* dalam ekosistem UKM memiliki pandangan dan peranannya masing-masing, yang memengaruhi cara mereka berkontribusi dan berinteraksi dalam mendukung perkembangan UKM. Meskipun telah ada banyak upaya keterlibatan dari berbagai pihak dalam memenuhi kebutuhan pemberdayaan masyarakat di sektor UKM, namun seringkali keterlibatan ini bersifat parsial dan kurang terintegrasi antara satu *stakeholder* dengan yang lainnya.

Berikut ini adalah pola interaksi hubungan antar stakeholder UKM yang disajikan oleh Karsidi dan Irianto (2005), yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi kemajuan UKM:

1. UKM: UKM memiliki peran kunci dalam pemberdayaan diri mereka sendiri. Mereka memegang peranan penting sebagai pelaku utama, dan partisipasi aktif mereka sangat diperlukan untuk keberhasilan program pemberdayaan. Motivasi dan manfaat dari berbagai peluang dan fasilitas yang disediakan oleh stakeholder lainnya harus diberikan kepada UKM. Namun, penting untuk diingat bahwa setiap program pemberdayaan harus memenuhi kebutuhan pendampingan yang sesuai.

2. Kelompok/Koperasi: Berbagai jenis dan skala usaha membutuhkan perlakuan yang berbeda-beda. Kelompok atau koperasi dapat menjadi solusi dalam penanganan masalah tertentu, seperti permodalan, karena dapat mengurangi risiko dan memudahkan pembinaan. Kelompok usaha mikro yang terorganisir dengan baik dapat berkembang menjadi koperasi, yang diharapkan dapat memperkuat posisi pasar dalam mendapatkan bahan baku, proses produksi, dan penjualan produk.
3. Asosiasi Usaha: Asosiasi usaha dapat memberikan dukungan dalam berbagai aspek, terutama dalam hal penguatan posisi pasar dan penciptaan persaingan usaha yang sehat bagi anggotanya. Dengan bergabung dalam asosiasi, UKM dapat memperkuat posisi tawar mereka dalam perdagangan.
4. Lembaga Keuangan (Bank dan Non Bank): Masalah kekurangan modal sering menjadi tantangan utama bagi UKM. Namun, banyak UKM enggan mendatangi bank karena persyaratan yang rumit. Di sisi lain, lembaga keuangan juga menghadapi kesulitan dalam menyalurkan modal ke UKM. Perlu adanya pendekatan baru dari lembaga keuangan terhadap UKM, seperti melalui Kelompok Simpan Pinjam (KSM) atau koperasi, agar layanan kredit dapat tersalurkan dengan lebih efektif.
5. Pasar: Pasar merupakan tempat perdagangan yang penting bagi hasil produksi UKM, baik itu pasar domestik maupun pasar ekspor. Hubungan yang baik antara pelaku UKM dan pelaku pasar (baik pembeli lokal maupun ekspor) perlu dijaga agar tetap berkelanjutan. Selain itu, UKM perlu mengantisipasi

perubahan kondisi pasar dengan cepat. Pemerintah, perguruan tinggi, LSM, swasta, dan asosiasi usaha dapat memfasilitasi dalam hal ini.

6. Pemerintah: Peran pemerintah sangat penting dalam pengembangan UKM dan lembaga terkait lainnya, seperti koperasi, asosiasi, perguruan tinggi, dan lembaga keuangan. Pemerintah dapat mewujudkan peran ini melalui kebijakan yang mendukung pengembangan usaha UKM secara keseluruhan.
7. Perguruan Tinggi: Perguruan tinggi memiliki peran sebagai konsultan dan pengembang usaha dalam berbagai aspek, seperti manajemen, produksi, pasar, dan pemasaran. Mereka juga dapat memfasilitasi hubungan antara UKM dengan lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank. Idealnya, layanan yang diberikan oleh perguruan tinggi dapat ditanggung biaya oleh UKM, tetapi hingga saat ini belum banyak UKM yang mampu menanggung biaya tersebut.

2.3 Retribusi Pasar

2.3.1 Pengertian Retribusi Daerah

Retribusi daerah adalah kewajiban pembayaran yang dilakukan oleh individu atau kelompok tertentu kepada pemerintah, dengan tujuan untuk memperoleh penyediaan pelayanan tertentu dari pemerintah yang secara langsung memberikan manfaat kepada individu atau kelompok tersebut. Dalam konteks lain, retribusi daerah juga dapat dijelaskan sebagai bentuk pungutan yang dikenakan oleh pemerintah atas layanan yang disediakan, di mana terdapat pertukaran langsung antara pemerintah dan individu atau kelompok yang menggunakan layanan tersebut. Jadi, secara umum, retribusi daerah merupakan pembayaran yang diwajibkan oleh pemerintah daerah kepada penduduk atau kelompok tertentu atas

layanan atau izin yang disediakan dan/atau diberikan oleh pemerintah daerah kepada individu atau kelompok tersebut.

2.3.2 Retribusi Pasar

Retribusi pasar merupakan salah satu sumber utama Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang terutama berasal dari retribusi jasa usaha. Retribusi pasar melibatkan pungutan yang dikenakan kepada pedagang sebagai pengguna fasilitas pasar. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, retribusi pasar termasuk dalam kategori retribusi jasa usaha, yang menunjukkan aspek komersialnya. Hal ini menandakan perlunya manajemen yang efisien dalam mengelola penerimaan dari retribusi pasar.

Dari penjelasan tersebut, beberapa kesimpulan dapat diambil:

1. Wajib retribusi adalah individu atau kelompok yang menggunakan fasilitas pasar untuk kegiatan jual-beli, baik secara tetap maupun tidak tetap.
2. Obyek retribusi adalah tempat-tempat berjualan.
3. Subyek retribusi adalah pedagang yang menggunakan tempat berjualan di pasar daerah.
4. Penerimaan retribusi pasar merupakan potensi PAD yang dapat ditingkatkan, dengan evaluasi terhadap sistem dan tarif retribusi yang dilakukan secara profesional.
5. Retribusi yang dibayarkan oleh pedagang merupakan bentuk balas jasa atas fasilitas perdagangan yang disediakan oleh pemerintah.
6. Sosialisasi mengenai pengenaan tarif retribusi perlu dilakukan kepada pedagang untuk meningkatkan kesadaran mereka dalam membayar retribusi.

7. Perlunya penerapan sanksi yang tegas bagi pedagang yang tidak memenuhi kewajibannya untuk membayar retribusi.

2.4 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dalam konteks topik yang berhubungan dengan penelitian ini mengindikasikan temuan-temuan yang relevan dengan fokus penelitian yang sedang dibahas. Dalam berbagai penelitian sebelumnya, telah ditemukan beragam informasi terkait dengan strategi-strategi penerapan Dinas Perdagangan dan Koperasi terhadap pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) serta dampaknya terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi pelayanan pasar. Informasi tersebut memberikan gambaran tentang upaya-upaya yang telah dilakukan sebelumnya dalam menganalisis aspek-aspek tertentu yang relevan dengan penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Jenis, Judul, Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nama Peneliti : Taufik Ardhiansyah dan Retno Suryawati. Jenis : Jurnal Penelitian Judul : Implementasi	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan	Dinas Perdagangan dan Koperasi menerapkan strategi berbasis pendampingan dan

	<p>Strategi Dinas Koperasi Dan Ukm Kota Surakarta Dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Tahun Penelitian : 2022</p>	<p>metode observasi partisipatif, wawancara, analisis data statistik</p>	<p>pelatihan bagi UMKM, meningkatkan omset.</p>
2.	<p>Nama Peneliti : S.S Dwiningwarni, Judi Suharsono, M. Dedy Eko Jenis : Jurnal Penelitian Judul : Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Melalui Analisis Efektifitas Dan Kontribusi Retribusi Pasar</p>	<p>Penelitian ini mengadopsi pendekatan longitudinal, yang memungkinkan pengamatan dan analisis terhadap data dari waktu ke waktu untuk memahami perubahan dan tren. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif</p>	<p>Temuan dari penelitian meliputi beberapa hal. Pertama, secara umum, efektivitas retribusi pasar selama periode 2010-2014 tergolong sangat efektif, dengan angka di atas 100%, berkisar antara 103% hingga 136%. Kedua, rata-rata efektivitas retribusi ruko dan lesehan selama tahun 2014 terbilang efektif, dengan nilai antara 90 hingga 100%, yakni sebesar 97%. Ketiga,</p>

		<p>kuantitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena atau variabel dengan mengumpulkan data kuantitatif dan menganalisisnya secara statistik untuk menarik kesimpulan. Dengan menggunakan metode ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas dan terperinci tentang efektivitas retribusi pasar serta</p>	<p>kontribusi dari ruko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Keempat, kontribusi dari lesehan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap PAD secara parsial. Kelima, kontribusi baik dari ruko maupun lesehan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap PAD. Hal ini menunjukkan bahwa campur tangan pemerintah dalam pelayanan dan peningkatan fasilitas untuk meningkatkan retribusi ruko dan lesehan masih kurang, dan penarikan retribusi</p>
--	--	---	---

		<p>kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) selama periode yang diteliti.</p>	<p>tersebut belum optimal. Meskipun demikian, retribusi tersebut memberikan harapan positif untuk meningkatkan PAD di masa yang akan datang.</p>
3	<p>Nama Peneliti : Raniwati Siregar dan Marliyah</p> <p>Jenis : Jurnal Penelitian</p> <p>Judul : Peran dan efektivitas pengembangan usaha kecil di Dinas Koperasi UKM Kota Medan dan Untuk mengetahui bentuk efektivitas pengembangan Koperasi dan usaha kecil menengah di Dinas Koperasi dan Usaha</p>	<p>Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memahami peran koperasi dalam pengembangan usaha kecil di Kota Medan. Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti berusaha untuk mendapatkan</p>	<p>Hasil analisis menunjukkan bahwa Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Medan memiliki peran penting dalam mengembangkan koperasi dan UKM di wilayahnya. Mereka menghadapi tantangan seperti regulasi yang kompleks dan akses terbatas terhadap sumber daya. Dalam menjalankan tugasnya, mereka mengacu pada rencana strategis dari Kementerian</p>

	<p>Kecil Menengah Kota Medan. Tahun Penelitian : 2022</p>	<p>pemahaman mendalam tentang permasalahan yang terkait dengan efektivitas peran koperasi dalam pengembangan usaha kecil di wilayah tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menjelajahi dinamika dan kompleksitas peran koperasi secara rinci, melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen,</p>	<p>Negara Koperasi dan UKM serta prinsip-prinsip perencanaan pembangunan daerah yang transparan. Kolaborasi dengan pihak terkait dan dukungan dari instansi terkait di tingkat provinsi sangat diperlukan untuk memastikan keselarasan dalam pengembangan pelayanan. Langkah-langkah konkret seperti peningkatan kerjasama, penanganan masalah regulasi, dan peningkatan kapasitas SDM perlu dilakukan untuk meningkatkan efektivitas pelayanan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Kota Medan.</p>
--	---	---	--

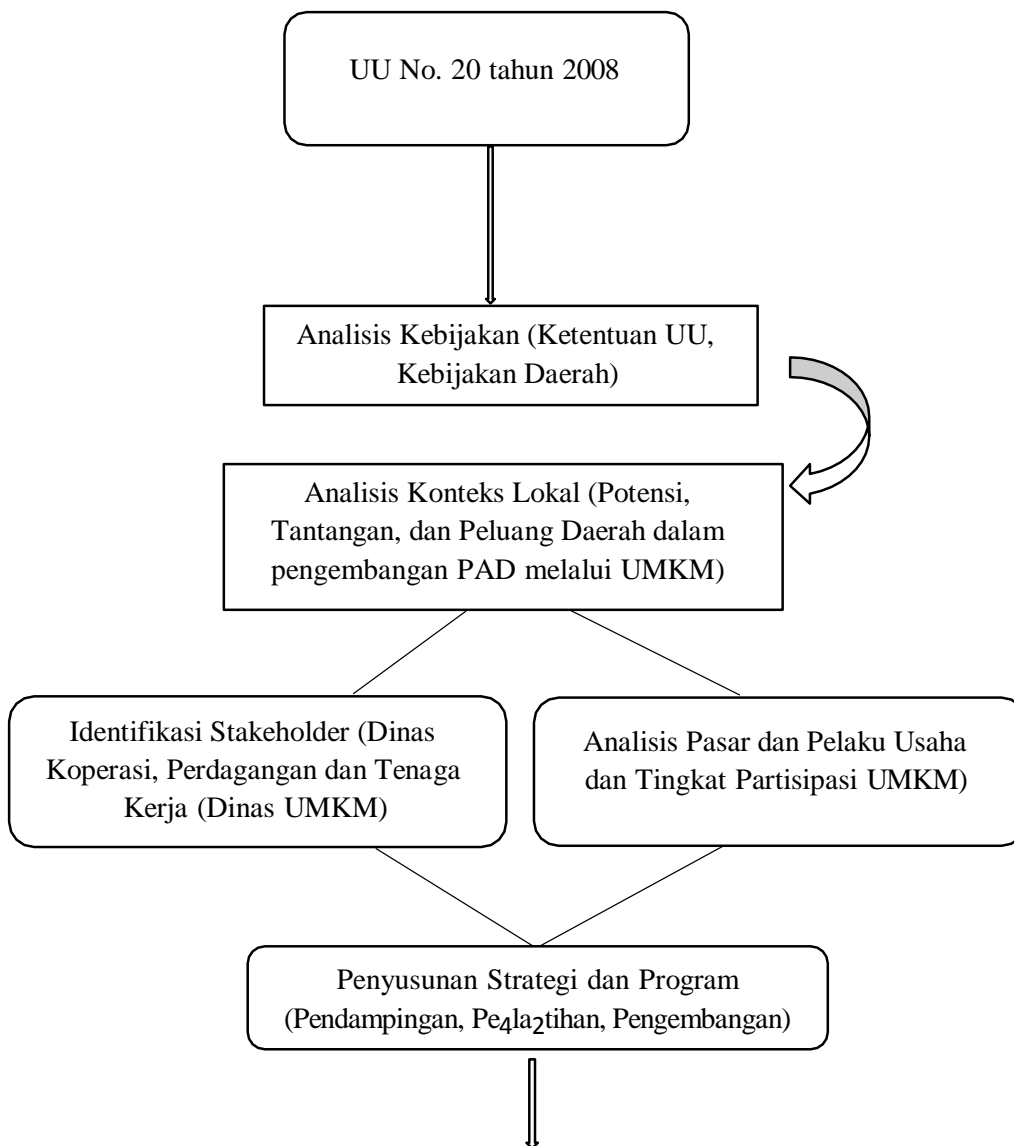
		sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang isu tersebut.	
4	<p>Nama Peneliti : Maulinda Rusdiana</p> <p>Jenis : Jurnal Penelitian</p> <p>Judul : Strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah</p> <p>Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan.</p> <p>Tahun Penelitian : 2016</p>	<p>Dalam rangka penelitian ini, metode yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan serangkaian teknik seperti wawancara, observasi langsung di lapangan, serta analisis dokumen sebagai sumber data utama. Pendekatan ini</p>	<p>Dinas Koperasi dan UKM Tangerang Selatan telah menerapkan strategi pengembangan UMKM yang cukup efektif. Program-program seperti pelatihan, bimbingan teknis, dan workshop kewirausahaan telah memberikan dampak positif bagi sebagian pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan. Meskipun demikian, belum semua UMKM mampu mengimplementasikan</p>

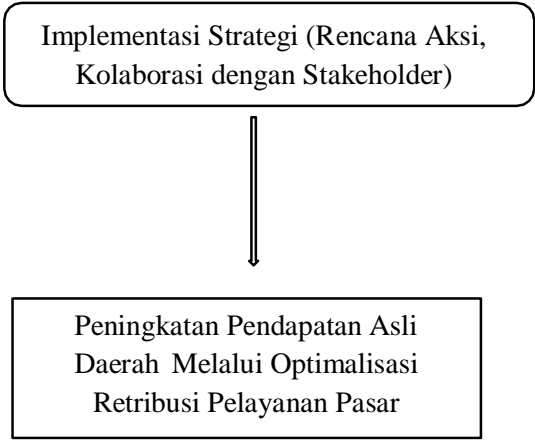
		<p>memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti melalui pengamatan langsung, interaksi dengan responden, dan telaah terhadap dokumen-dokumen yang relevan.</p>	<p>secara penuh apa yang telah diberikan dalam pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan.</p>
5.	<p>Nama Peneliti : Suci Astari</p> <p>Jenis : Jurnal Penelitian</p> <p>Judul Penelitian : Strategi dinas koperasi dan ukm kabupaten</p> <p>Langkat dalam</p>	<p>Penelitian ini mengadopsi metode deskriptif kualitatif sebagai pendekatannya. Metode ini melibatkan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan melibatkan penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan dan langkah-langkah</p>

	<p>pengembangan sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Tahun Penelitian : 2019</p>	<p>analisis mendalam terhadap fenomena yang diteliti dengan mengandalkan data deskriptif dan kualitatif, seperti wawancara, observasi, dan analisis bahan-bahan tertulis. Metode ini memungkinkan penulis untuk memahami secara menyeluruh konteks dan karakteristik subjek penelitian.</p>	<p>perkuatan yang diimplementasikan melalui program kerja untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Langkat. Dampak dari strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat termasuk peningkatan omzet, peningkatan keterampilan sumber daya manusia, dan peningkatan semangat kewirausahaan bagi peserta pelatihan. Selain itu, strategi tersebut juga membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya dengan memberikan modal.</p>
--	---	---	--

2.5 Kerangka Berpikir

Dalam rangka menganalisis dampak strategi yang diterapkan oleh Dinas Perdagangan dan Koperasi terhadap pendapatan asli daerah melalui retribusi pelayanan pasar di Kabupaten Humbang Hasundutan, penting terlebih dahulu untuk merancang sebuah kerangka konseptual yang kompleks. Kerangka ini mencakup analisis mendalam terhadap kebijakan yang relevan, konteks lokal, identifikasi stakeholder, evaluasi pasar, pengembangan strategi dan program, implementasi ke lapangan, serta langkah-langkah evaluasi dan pemantauan untuk mencapai tujuan akhir peningkatan pendapatan daerah dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.





Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, digunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang cermat, sistematis, dan akurat mengenai fenomena yang diamati, sesuai dengan realitas yang ada. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data, penjelasan, serta analisis yang dilakukan secara objektif, dengan fokus pada memberikan gambaran yang menyeluruh tentang obyek penelitian.

Metode deskriptif analisis dalam penelitian kualitatif digunakan untuk merangkum gambaran tentang obyek penelitian. Peneliti akan mengumpulkan data terlebih dahulu di lokasi penelitian, kemudian data tersebut akan diolah dan diinterpretasikan untuk melakukan analisis dan memberikan penafsiran yang mendalam terhadap fenomena yang diamati. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara lebih baik karakteristik dan konteks dari obyek penelitian yang sedang diteliti.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Humbang Hasundutan. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Kabupaten Humbang Hasundutan memiliki jumlah sektor UMKM yang signifikan dan potensi pendapatan yang besar, yang berpotensi untuk meningkatkan perekonomian daerah. Peran Dinas Koperasi dan UKM dalam mengelola dan mengembangkan sektor UMKM sangatlah penting, dan melalui strategi-strategi

yang telah disusun, mereka berperan dalam mendorong pertumbuhan sektor tersebut. Lokasi penelitian berada di Pasar Dolok Sanggul, Dolok sanggul, Humbang Hasundutan, Sumatera Utara 22457, Indonesia, dengan periode penelitian berlangsung selama kurang lebih satu bulan, yakni dari bulan Mei hingga Juni 2024.

Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	Mei 2024	Jun 2024	Jul 2024	Ags 2024	Sept 2024
1	Pengajuan Judul										
2	ACC judul										
3	Penyusunan Proposal										
4	Bimbingan Proposal										
5	Seminar Proposal										
6	Penelitian										

7	Penyu sunan Skripsi											
8	Sidang Meja Hijau											

3.3 Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, instrumen utama adalah peneliti sendiri, yang disebut sebagai “*Key Instrument*” oleh Djaman Satori dan Aan Komariah (2009:61). Nasution juga menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, manusia menjadi instrumen utama karena segala sesuatunya belum pasti (Sugiyono, 2010:223). Oleh karena itu, peneliti merupakan satu-satunya alat yang dapat mengeksplorasi ruang penelitian dengan cermat dan leluasa. Dalam konteks penelitian kualitatif ini, peneliti menjadi instrumen kunci. Dalam penelitian, yang menjadi informan adalah:

- a. Informan Kunci, merupakan mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Informan kunci dalam penelitian ini yaitu pimpinan Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Humbang Hasundutan karena memiliki peran kunci dalam pengembangan UMKM. Pemilihan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dilakukan karena dinilai memiliki kemampuan yang cukup dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Humbang Hasundutan.

- b. Informan Utama mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Informan utama dalam penelitian ini masyarakat yang merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
- c. Informan tambahan adalah mereka yang terlibat langsung dalam penelitian dan mengetahui permasalahan yang akan diteliti serta mampu memberikan informasi tambahan. Informan tambahan dalam penelitian ini yaitu pegawai kantor Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan yang terlibat dalam proses pengembangan UMKM.

Tabel 3. 2 Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Golongan Informan	Alamat
1	Pahala Nababan, S.E,	43	Kepala Disperindag Kabupaten Humbang Hasundutan	Doloksanggul
2	Mangiring Lumban Gaol	38	Kepala UPT Disperindag Kabupaten Humbang Hasundutan.	Doloksanggul
3	Saur Purba	37	Pedagang Pakaian	Doloksanggul
4	Alberto Hutagalung	30	Pedagang Peralatan Dapur	Doloksanggul
5	Sahata Simamora	53	Pedagang	Doloksanggul
6	Sahata Simamora	48	Pedagang	Doloksanggul
7	Sinar Simanullang	33	Pedagang Kue	Doloksanggul

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu tahap kunci dalam proses penelitian, karena tanpa data yang memadai, kesimpulan yang dihasilkan tidak akan memiliki nilai yang signifikan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dalam setting yang alami, menggunakan sumber data primer, dan melibatkan teknik observasi berperan serta, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data ini membantu peneliti dalam memahami fenomena yang diteliti secara menyeluruh dan mendalam.

3.4.1 Data Primer

Data Primer adalah jenis data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau instrumen pengumpulan data yang diterapkan pada subjek itu sendiri. Dalam konteks penelitian, data primer juga sering disebut sebagai Data Tangan Pertama. Data primer ini dianggap sebagai sumber informasi utama yang dicari oleh peneliti dan diperoleh langsung dari subjek penelitian. Referensi Sugiyono (2010:225) menjelaskan bahwa sumber data primer adalah sumber data yang memberikan data langsung kepada peneliti atau pengumpul data. Dengan kata lain, data primer merupakan hasil observasi, wawancara, atau pengukuran yang dilakukan secara langsung pada subjek penelitian tanpa melalui sumber lainnya.

- a) Wawancara, adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari narasumber melalui percakapan atau dialog. Dalam konteks penelitian kualitatif, wawancara cenderung bersifat mendalam karena tujuannya adalah untuk menjelajahi informasi secara

komprehensif dan mendapatkan pemahaman yang jelas dari narasumber. Mc Millan dan Schumacher (sebagaimana dikutip dalam Djarm'an Satori dan Aan Komariah, 2009:130) menjelaskan bahwa wawancara mendalam adalah proses tanya jawab yang dilakukan dengan pendekatan terbuka untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang maksud, pandangan, dan perasaan narasumber mengenai suatu topik. Dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan merupakan jenis wawancara tidak terstruktur atau tidak terstandar. Artinya, peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap. Sebaliknya, wawancara dilakukan secara bebas, di mana peneliti hanya memiliki garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan kepada narasumber (Djarm'an Satori dan Aan Komariah, 2009:136).

- b) Observasi, merupakan proses pengamatan yang dilakukan oleh peneliti untuk memahami realitas yang ada di lingkungan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Humbang Hasundutan. Tujuan observasi adalah untuk mendapatkan gambaran umum mengenai kondisi wilayah penelitian dan isu-isu aktual yang berkaitan dengan tema penelitian. Kegiatan observasi ini didukung oleh peta dan data yang telah dipelajari melalui studi literatur. Observasi dianggap sebagai dasar dari semua ilmu pengetahuan, karena melalui observasilah para ilmuwan memperoleh data tentang dunia nyata. Dengan melakukan observasi, peneliti juga dapat mempelajari perilaku dan makna dari perilaku yang diamati. Dalam konteks penelitian kualitatif, observasi dianggap sebagai salah satu metode pengumpulan data yang penting, karena melalui observasi langsung peneliti dapat memperoleh data yang diharapkan. Kelebihan

utama dari metode observasi adalah kemampuannya untuk melihat secara langsung dan meliputi wilayah yang luas dengan beragam fenomena. Hasil dari observasi tersebut berupa deskripsi yang mendetail tentang wilayah perdesaan beserta ragam kehidupan masyarakatnya, yang kemudian ditulis dan dianalisis untuk keperluan pemilihan studi kasus.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi atau data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber lain, tidak langsung dari subjek penelitian. Biasanya, data sekunder diberikan kepada peneliti melalui perantara seperti orang lain atau dokumen tertulis. Dalam konteks penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, termasuk dokumentasi, studi pustaka, literatur terkait, serta informasi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Humbang Hasundutan. Selain itu, data sekunder juga dapat diperoleh dari internet dan jurnal-jurnal terkait yang relevan dengan topik penelitian. Dengan menggunakan data sekunder ini, peneliti dapat melengkapi dan mendukung analisisnya terhadap fenomena yang diteliti.

a) Dokumentasi, berasal dari kata yang berasal dari Bahasa Latin “*decōre*” yang artinya mengajari. Dalam bahasa Inggris, dokumen disebut sebagai “*something written or printed, to be used as a record or evidence*”. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Nasution menjelaskan bahwa data dapat diperoleh tidak hanya melalui manusia (human resource), namun juga melalui dokumen, foto, dan data statistik. Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi digunakan dalam bentuk gambar visual

seperti foto, serta dalam bentuk tulisan seperti peraturan atau regulasi tertulis. Studi dokumentasi ini berperan sebagai pelengkap dari teknik observasi dan wawancara. Melalui dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber tertulis atau dokumen yang ada pada narasumber, tidak hanya dari interaksi langsung dengan narasumber.

3.5 Teknik Analisis Data

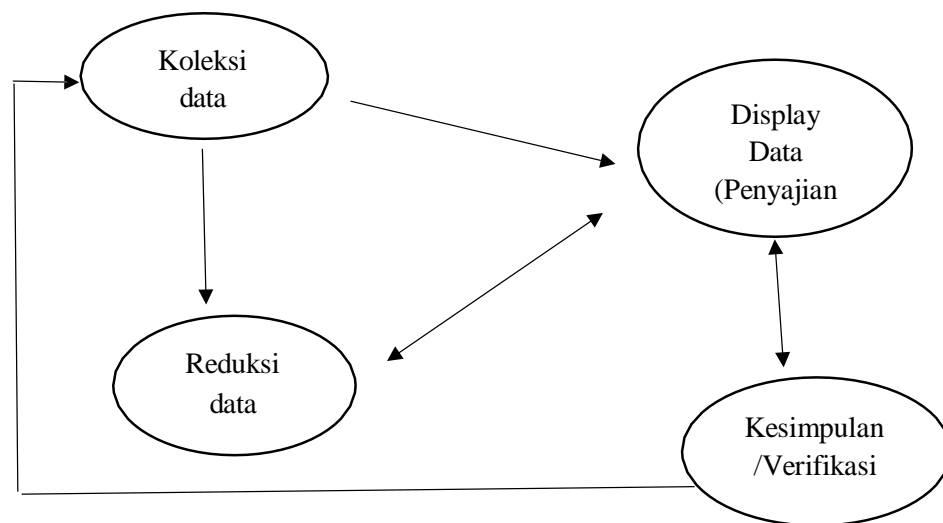
Teknik analisis yang digunakan dalam penulisan proposal ini adalah model analisis interaktif deskriptif, di mana perumusan pernyataan aktual dioperasionalkan dan diterjemahkan melalui kegiatan penelitian. Bogdan menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya, sehingga dapat dipahami dengan mudah dan temuannya dapat disampaikan kepada orang lain. Analisis data melibatkan pengorganisasian data, pemilahan ke dalam unit-unit, sintesa, pengelompokan ke dalam pola, pemilihan informasi yang relevan, dan pembuatan kesimpulan yang dapat dipresentasikan kepada orang lain. Dalam melakukan analisis, terdapat beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap reduksi data: Identifikasi unit atau bagian terkecil dalam data yang memiliki makna terkait dengan fokus dan masalah penelitian. Unit-unit tersebut kemudian dikodekan untuk memudahkan penelusuran sumber asalnya.
2. Tahap penyajian data: Kategorisasi data berdasarkan pokok permasalahan dan penyusunan dalam bentuk matriks untuk melihat pola hubungan antar data. Setiap kategori diberi label untuk memudahkan identifikasi.

3. Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi: Penarikan kesimpulan dilakukan untuk mengetahui hasil penelitian dan diverifikasi selama kegiatan penelitian berlangsung. Kesimpulan ini memastikan keakuratan dan keabsahan temuan yang diperoleh.

Gambar 3. 1 Skema Teknis Analisis Data

(Sumber : Sugiyono, 2011:247)



Penjelasan gambar tersebut adalah sebagai berikut:

1. Koleksi data : Tahap pertama dalam proses penelitian adalah mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Humbang Hasundutan. Langkah ini melibatkan pengumpulan data primer dan sekunder yang relevan dengan topik penelitian.
2. Reduksi data : Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya adalah mereduksi data. Ini melibatkan proses mempertegas, memperpendek, menyeleksi, dan mengatur data agar fokus dan relevan dengan masalah penelitian. Data yang tidak penting

atau tidak relevan akan dibuang untuk memudahkan analisis dan penarikan kesimpulan.

3. *Display Data*: Merupakan kegiatan pengorganisasian data dalam pola hubungan yang bermakna. Dengan mendisplay data, peneliti dapat menyusun data dalam bentuk yang mudah dipahami dan memberikan gambaran yang jelas tentang hubungan antar variabel. Langkah ini memudahkan pemahaman terhadap data yang telah terkumpul dan membantu merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan temuan yang diperoleh.