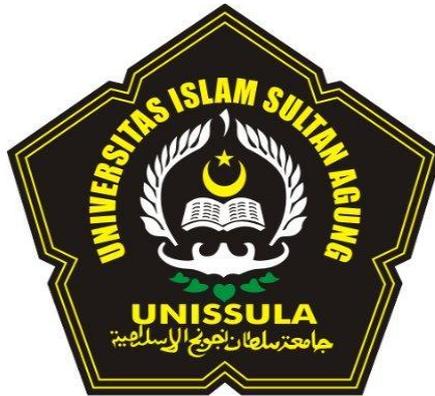


**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI ASOSIASI UMKM
DI KABUPATEN GROBOGAN**

TUGAS AKHIR LAPORAN MAGANG MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

KHOFIFAH DITA KHAIRUNNISA

NIM 30401800169

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG

2021/2022

SURAT KETERANGAN MAGANG



PEMERINTAH KABUPATEN GROBOGAN
DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH
Jalan : Jend. Sudirman No. 18 Telp. (0292) 421031 Purwodadi

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800 / 260 / 1 / 2021

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RUSTAMAJI, S.STP, M.Si
NIP : 19871013 200602 1 002
Pangkat/Gol : Pembina (IV/a)
Jabatan : Sekretaris Dinas Koperasi UKM Kabupaten Grobogan

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : KHOFIFAH DITA KHAIRUNNISA
NIM : 30401800169
Program Studi : MANAJEMEN

Telah melaksanakan Kegiatan Program Magang Merdeka Belajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Tahun Akademik 2021 di Dinas Koperasi UKM Kabupaten Grobogan sejak tanggal 24 Maret 2021 sampai dengan 15 Juli 2021.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

Purwodadi, 22 Juni 2021

a.n KEPALA DINAS KOPERASI UKM
KABUPATEN GROBOGAN

Secretaris

RUSTAMAJI, S. STP, M.Si
NIP. 19871013 200602 1 002

Tembusan kepada Yth :

1. Kaprodi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang;
2. Ka.bid PUM Dinas Koperasi UKM Kab.Grobogan;
3. Kasubbag. Umum Dinas Koperasi UKM Kab.Grobogan
4. Arsip

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Laporan Magang ini diajukan oleh :

Nama : Khofifah Dita Khairunnisa

NIM : 30401800169

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir Laporan Magang : “Pemberdayaan Masyarakat Melalui
Asosiasi UMKM di Kabupaten
Grobogan”

Semarang, Desember 2021

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Dosen Supervisor


Dr. Agus Wachyutomo, M.Si
NIDN 0630085601


Rustamaji, S.STP., M.Si
Pembina (IV/a)
NIP. 19871013 200602 1 002

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI ASOSIASI UMKM DI KABUPATEN GROBOGAN

Disusun oleh :
Khofifah Dita Khairunnisa
NIM 30401800169

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 10 Januari 2022

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing


Drs. Agus Wachyutomo, M.Si
NIDN 0630085601

Penguji I


Dra. Sri Ayuni, M.Si
NIDN 0009105501

Penguji II

Dr. H. Moch Zulfa, MM
NIK 021486011

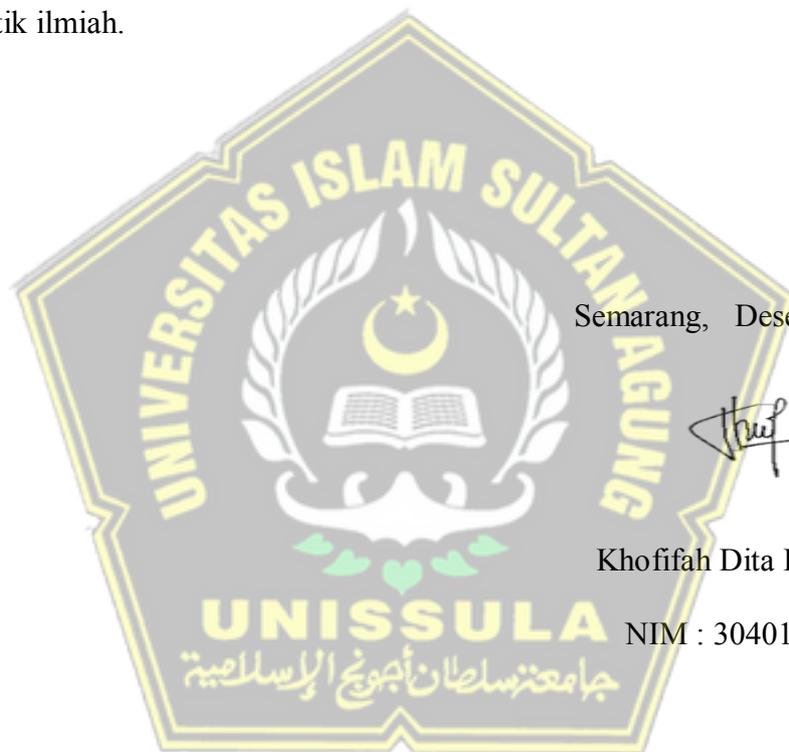
Tugas Akhir Laporan MBKM ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Tanggal 10 Januari 2022

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. H. Ardian Adhiatma, Se., MM
NIK 210499042

SURAT PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa Laporan Magang MB-KM yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Asosiasi UMKM di Kabupaten Grobogan” dan seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan dari orang lain yang terdapat dalam Laporan Magang MB-KM ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.



Semarang, Desember 2021

Khoififah Dita Khairunnisa

NIM : 30401800169

ABSTRAK

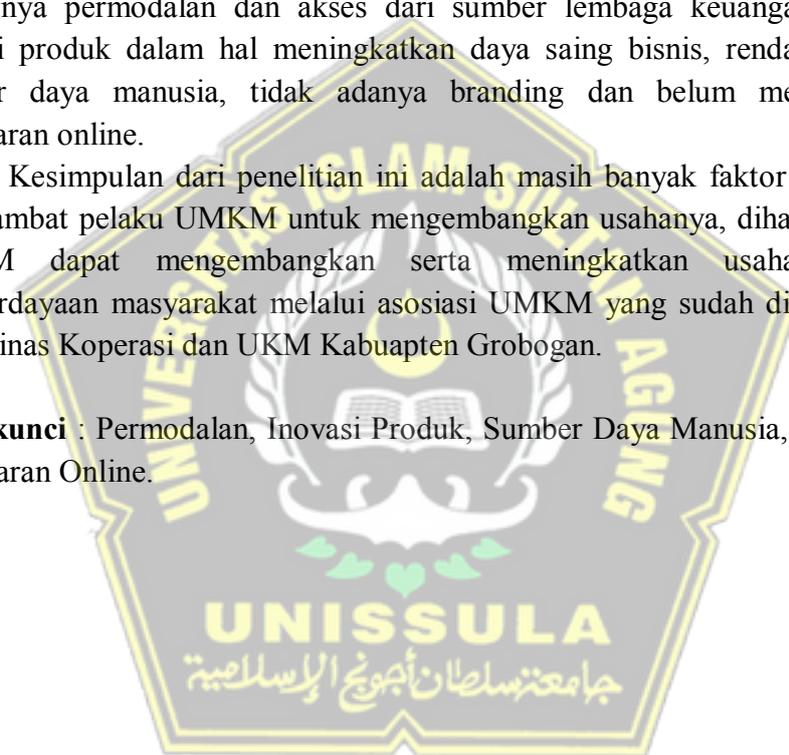
Pemberdayaan Masyarakat Melalui Asosiasi UMKM di Kabupaten Grobogan.

Fokus penelitian ini adalah pemberdayaan masyarakat melalui asosiasi UMKM di Kabupaten Grobogan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang sedang dialami oleh pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan untuk mengembangkan usahanya. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui survey langsung di lapangan dan menggunakan kuesioner dengan 64 responden pelaku UMKM Kabupaten Grobogan.

Berdasarkan penelitian yang ditemukan dalam permasalahan ini yaitu kurangnya permodalan dan akses dari sumber lembaga keuangan, kurangnya inovasi produk dalam hal meningkatkan daya saing bisnis, rendahnya kualitas sumber daya manusia, tidak adanya branding dan belum mengoptimalkan pemasaran online.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah masih banyak faktor yang menjadi penghambat pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya, diharapkan pelaku UMKM dapat mengembangkan serta meningkatkan usahanya melalui pemberdayaan masyarakat melalui asosiasi UMKM yang sudah diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan.

Kata kunci : Permodalan, Inovasi Produk, Sumber Daya Manusia, Branding dan Pemasaran Online.



ABSTRACT

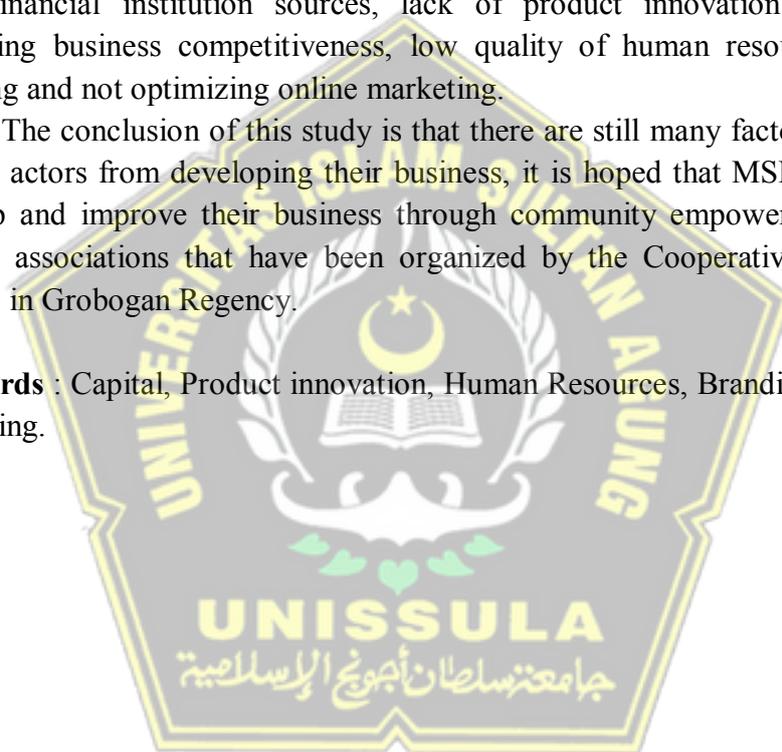
Community Empowerment Through MSME Associations in Grobogan District.

The focus of this research is community empowerment through MSME associations in Grobogan district. The purpose of study is to find out the problems experienced by MSME actors in Grobogan Regency to develop their businesses. The data collection technique used is through a direct survey in the field and using a questionnaire 64 respondents of MSME actors in Grobogan district.

Based on research found in this problem, namely lack of capital and access from financial institution sources, lack of product innovation in terms of increasing business competitiveness, low quality of human resources, lack of branding and not optimizing online marketing.

The conclusion of this study is that there are still many factors that hinder MSME actors from developing their business, it is hoped that MSME actors can develop and improve their business through community empowerment through MSME associations that have been organized by the Cooperatives and SMEs Service in Grobogan Regency.

Keywords : Capital, Product innovation, Human Resources, Branding and Online Marketing.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pelaksanaan MBKM di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan dapat terselesaikan dengan baik dan penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Asoiasi UMKM di Kabupaten Grobogan”. Penulis menyadari bahwa selama penyusunan laporan magang ini banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT.
2. Bapak Drs. Agus Wachyutomo, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dengan sabar, bersedia meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian penelitian ini.
3. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE.,Msi.,Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan agung Semarang.
4. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Bapak Aditya Wahyu Wardhana, SH., MM selaku Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan.
6. Bapak Joko Nugroho, SH., MM., selaku Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan.

7. Bapak Rustamaji, S.STP.,M.Si selaku Sekretaris Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan sekaligus Dosen Supervisor.
8. Ibu Heni Rahayuni, SH. Selaku KaSubbag Umum Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengawasan kepada penulis selama kegiatan magang.
9. Kedua Orang Tua, Bapak Ahmad Siddiq dan Ibu Maida yang selalu memberikan do'a, dukungan dan motivasi kepada penulis agar selalu semangat dan pantang menyerah dalam penyusunan Tugas Akhir Laporan Magang.
10. Bapak dan Ibu Staff Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro dan seluruh pegawai Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan yang telah memberikan pembelajaran dan tugas sebagai tambahan wawasan, ketrampilan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
11. Muhammad Hakim Azkaghani yang selalu mendukung, membantu dan memberikan motivasi sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
12. Teman-teman yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan semangat.

Semarang, Desember 2021



Khofifah Dita Khairunnisa
NIM 30401800169

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LAPORAN MAGANG..... | i |
| SURAT KETERANGAN MAGANG | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | iv |
| SURAT PERNYATAAN..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Tujuan Magang..... | 4 |
| 1.3. Manfaat Magang..... | 5 |
| 1.3.1. Manfaat Teoritis | 5 |
| 1.3.2. Manfaat Praktis | 6 |
| BAB II. PROFIL ORGANISASI dan AKTIVITAS MAGANG | 7 |
| 2.1. Profil Organisasi | 7 |
| 2.1.1. Gambaran Umum Organisasi..... | 7 |
| 2.1.2. Visi dan Misi | 7 |
| 2.1.3. Motto Pelayanan..... | 8 |
| 2.1.4. Sasaran | 8 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.5. STRUKTUR ORGANISASI DINAS | 9 |
| 2.1.6. Lokasi Magang | 26 |
| 2.2. Aktivitas Magang | 27 |
| 2.2.1. Pelaksanaan Magang Minggu ke-4 di Bulan Maret | 27 |
| 2.2.2. Pelaksanaan Magang Minggu ke-1 Pada Bulan April | 29 |
| 2.2.3. Pelaksanaan Magang Minggu Ke-2 di Bulan April | 30 |
| 2.2.4. Pelaksanaan Magang Minggu ke-3 di Bulan April | 30 |
| 2.2.5. Pelaksanaan Magang Minggu ke-4 di Bulan April | 31 |
| 2.2.6. Pelaksanaan Magang Minggu ke-1 di Bulan Mei | 31 |
| 2.2.7. Pelaksanaan Magang Minggu ke-2 di Bulan Mei | 32 |
| 2.2.8. Pelaksanaan Magang Minggu ke-3 di Bulan Mei | 32 |
| 2.2.9. Pelaksanaan Magang Minggu ke-4 di Bulan Mei | 33 |
| 2.2.10. Pelaksanaan Magang Minggu ke-1 di Bulan Juni | 33 |
| 2.2.11. Pelaksanaan Magang Minggu ke-2 di Bulan Juni | 34 |
| 2.2.12. Pelaksanaan Magang Minggu ke-3 di Bulan Juni | 35 |
| 2.2.13. Pelaksanaan Magang Minggu ke-4 di Bulan Juni | 35 |
| 2.2.14. Pelaksanaan Magang Minggu ke-1 di Bulan Juli | 35 |
| 2.2.15. Pelaksanaan Magang Minggu ke-2 di Bulan Juli | 35 |
| 2.2.16. Pelaksanaan Magang Minggu ke-3 di Bulan Juli | 35 |
| 2.2.17. TIME SCHEDULE | 36 |
| BAB III. IDENTIFIKASI MASALAH | 46 |
| 3.1. Kurangnya Akses Pemodal dari Sumber Lembaga Keuangan .. | 46 |
| 3.2. Kurangnya Inovasi Produk Dalam Hal Meningkatkan Daya Saing Bisnis | 46 |
| 3.3. Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia | 47 |
| 3.4. Tidak Adanya Branding | 47 |
| 3.5. Belum Mengoptimalkan Pemasaran Online | 47 |
| BAB IV. KAJIAN PUSTAKA | 49 |
| 4.1. Permodalan dan Manajemen Keuangan | 49 |
| 4.1.1. Permodalan | 49 |
| 4.1.2. Pengertian Modal | 49 |
| 4.1.3. Sumber Modal Usaha | 50 |
| 4.1.4. Pengertian Manajemen | 51 |
| 4.1.5. Manajemen Keuangan | 52 |
| 4.1.6. Pengertian Literasi Keuangan | 53 |
| 4.2. Inovasi Produk | 53 |
| 4.2.1. Pengertian Inovasi Produk | 53 |
| 4.2.2. Tujuan Inovasi Produk | 54 |

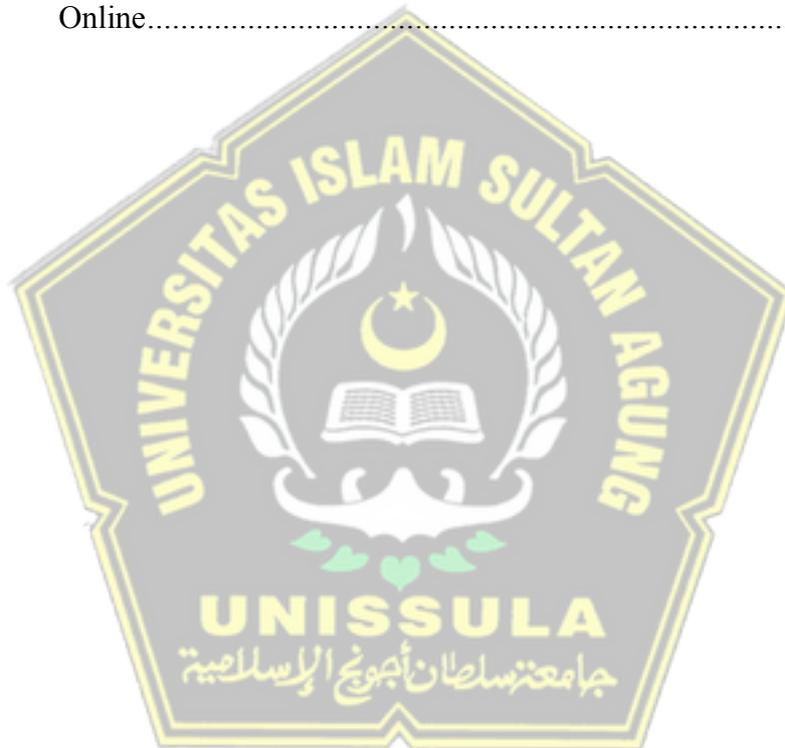
| | |
|--|-----------|
| 4.2.3. Tipe Inovasi Produk..... | 54 |
| 4.3. Sumber Daya Manusia (SDM)..... | 56 |
| 4.3.1. Pengertian Sumber Daya Manusia | 56 |
| 4.3.2. Peranan Pendidikan Dalam Pengembangan SDM | 57 |
| 4.4. Pemasaran | 57 |
| 4.4.1. Pengertian Pemasaran | 57 |
| 4.4.2. Pengertian Inovasi | 59 |
| 4.4.3. Pengertian Branding | 59 |
| 4.4.4. Pemasaran Online | 60 |
| 4.4.4.1. Pengertian Pemasaran Online..... | 60 |
| 4.4.4.2. Manfaat Pemasaran Online | 61 |
| BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 63 |
| 5.1. Analisis..... | 63 |
| 5.1.1. Kurangnya Akses Permodalan dari Sumber Lembaga Keuangan | 63 |
| 5.1.2. Kurangnya Inovasi Produk Dalam Hal Meningkatkan Daya Saing Bisnis..... | 67 |
| 5.1.3. Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia..... | 71 |
| 5.1.4. Tidak Adanya Branding..... | 77 |
| 5.1.5. Belum Mengoptimalkan Pemasaran Online..... | 80 |
| 5.2. Pembahasan | 86 |
| 5.2.1. Kurangnya Akses Permodalan dari Sumber Lembaga Keuangan | 86 |
| 5.2.2. Kurangnya Inovasi Produk Dalam Hal Meningkatkan Daya Saing Bisnis..... | 88 |
| 5.2.3. Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia..... | 90 |
| 5.2.4. Tidak Adanya Branding..... | 93 |
| 5.2.5. Belum Mengoptimalkan Pemasaran Online..... | 95 |
| BAB VI. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | 98 |
| 6.1. Kesimpulan..... | 98 |
| 6.1.1. Kurangnya Akses Permodalan dari Sumber Lembaga Keuangan | 98 |
| 6.1.2. Kurangnya Inovasi Produk Dalam Hal Meningkatkan Daya Saing Bisnis..... | 98 |

| | |
|---|------------|
| 6.1.3. Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia | 98 |
| 6.1.4. Tidak Adanya Branding | 99 |
| 6.1.5. Belum Mengoptimalkan Pemasaran Online..... | 99 |
| 6.2. Rekomendasi..... | 100 |
| 6.2.1. Rekomendasi Bagi Pelaku UMKM | 100 |
| 6.2.2. Rekomendasi Bagi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan..... | 102 |
| 6.2.3. Rekomendasi Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang | 102 |
| BAB VII. REFLEKSI DIRI | 104 |
| 7.1. Hal-Hal Positif Yang Relevan Dengan Magang | 104 |
| 7.2. Manfaat dan Kekurangan Kegiatan Magang Bagi Soft-Skills Penulis..... | 105 |
| 7.3. Manfaat dan Kekurangan Magang Bagi Pengembangan Kemampuan Kognitif..... | 105 |
| 7.4. Faktor Kesuksesan Pengalaman Magang | 106 |
| 7.5. Rencana Perbaikan Diri, Karir dan Pendidikan Selanjutnya | 107 |
| DAFTAR PUSTAKA | 108 |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | 110 |



DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 2.1. | Tabel Aturan Pakai Saat Jam Kerja | 52 |
| Tabel 5.1. | Tabel Data Hasil Kuesioner Kurangnya Permodalan dan Akses dari Sumber Lembaga Keuangan | 65 |
| Tabel 5.2. | Tabel Kurangnya Inovasi Produk Dalam Hal Meningkatkan Daya Saing Bisnis..... | 69 |
| Tabel 5.3. | Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia..... | 73 |
| Tabel 5.4. | Tabel Data Hasil Kuesioner Tidak Adanya Branding | 78 |
| Tabel 5.5. | Tabel Data Hasil Kuesioner Belum Mengoptimalkan Pemasaran Online..... | 81 |



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi 51



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Logbook Peserta Magang | 139 |
| Lampiran 2 Daftar Hadir Peserta Magang | 147 |



BAB I.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) memiliki target untuk menginspirasi mahasiswa untuk memahami beragam ilmu yang dapat bermanfaat untuk masuk ke dunia kerja. Kegiatan tersebut merupakan program kebijakan dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Persaingan yang semakin ketat diantara ratusan ribu pencari kerja bahkan lebih menuntut untuk mempunyai kompetensi yang tinggi serta keahlian berserifikat. Hal ini berkaitan dengan perkembangan teknologi yang pesat yang sejalan dengan kemampuan individu para pencari kerja. Sehingga kemampuan individu yang mumpuni sangat dibutuhkan sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja. Oleh sebab itu diperlukan program baru yang dirasa lebih efektif dan efisien dalam menghadapi persaingan dan tuntutan jaman di era globalisasi ini. Untuk mengantisipasi persaingan yang ada, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang angkatan 2018 adalah mahasiswa angkatan pertama yang melaksanakan kegiatan magang. Sehingga diharapkan kegiatan magang di sekolah mitra dengan proses bertahap dan panjang dapat memberikan pengalaman dan ilmu kepada mahasiswa.

Oleh karena itu dengan adanya program magang penulis ingin meneliti permasalahan yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat dan Usaha Kecil dan Menengah yang ada di Kabupaten Grobogan. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan pelaku usaha yang bergerak pada beragam bidang usaha, yang bersentuhan dengan minat masyarakat. Di Indonesia, bahkan

di Kabupaten Grobogan sendiri, UMKM saat ini dipandang sebagai cara yang ampuh untuk mengentaskan kemiskinan. Tidak memiliki basis yang kuat dalam perekonomian, Indonesia saat ini mendorong pihak berwenang untuk memperkuat penempatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), karena daerah ini mampu menjaring staf yang cukup besar dan menawarkan kemungkinan untuk UMKM dapat berkembang dan bersaing dengan instansi yang umumnya cenderung memiliki modal dalam jumlah besar. Di Kabupaten Grobogan yang mengikuti UMKM tercatat 33.362 orang antara lain : usaha mikro 31.596, kecil 1.601, dan menengah 165 orang. Oleh karena itu UMKM patut dipercaya karena terbukti dapat bertahan dan jadi penggerak perekonomian, khususnya dalam pandemi saat ini. Disisi lain kendala para pelaku UMKM seringkali terletak pada sumber daya manusia, modal yang minim, dan keterbatasan dalam menguasai teknologi modern.

UMKM di Kabupaten Grobogan masih cenderung tertinggal dalam hal produk dibanding UMKM di kota lain yang mempunyai ciri khas kuat. Dengan kendala yang ada, kemampuan UMKM terhambat. Meski disebutkan UMKM yang akan hidup untuk berkata tentang krisis moneter, nyatanya masalah yang mereka hadapi semakin banyak dan berat. Dari waktu ke waktu, dari segi peluang pemberdayaan diberbagai daerah, tidak menunjukkan bahwa UMKM mempunyai harapan yang tinggi untuk mendukung pengembangan sistem ekonomi masyarakat setempat. Hal ini menyebabkan UMKM tidak mampu memberikan fungsi khusus untuk pengembangan di Kabupaten Grobogan. UMKM perlu

mendapatkan apresiasi dan atensi ditengah masyarakat serta peran serta pemerintah untuk dapat berkembang dan lebih bersaing.

Sebagai wahana komunikasi antar pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan juga terbentuk asosiasi UMKM yang diikuti oleh 102 pelaku asosiasi UMKM dan yang aktif mengikuti 33 pelaku asosiasi UMKM, adapun dengan tujuan pembentukan sebagai berikut membuka komunikasi pelaku UMKM, memperlancar komunikasi pemerintah dan UMKM dalam rangka pemberdayaan UMKM, meningkatkan pendapatan individu UMKM, menjadi sarana pasar antar UMKM (UMKM yang kurang bahan disupply dari penyedia yang pasarnya luas). Adanya permasalahan yang dihadapi UMKM di Kabupaten Grobogan oleh karena itu perlu diadakannya pemberdayaan UMKM. Diharapkan melalui asosiasi UMKM dapat menjadi kelompok usaha yang berorientasi pasar, serta berdaya saing di pasar lokal.

Pemberdayaan UMKM merupakan bentuk upaya di era globalisasi menuju tingkat kesejahteraan selanjutnya. Salah satu utama pemberdayaan UMKM adalah kekhususan posisi dan partisipasi jaringan mulai dari cara pembuatan rencana hingga pelaksanaan dan pemeliharaan. Pemerintah atau lembaga memiliki kewajiban sebagai fasilitator dan motivator bagi jaringan yang menjadi tujuan pemberdayaan. Pemerintah juga turut serta meningkatkan peran dalam pemberdayaan UMKM, hal ini dikarenakan peran UMKM yang penting dalam pengembangan ekonomi daerah seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. UMKM harus mampu menghadapi persaingan terhadap perubahan globalisasi dan

ketatnya persaingan seperti meningkatkan inovasi produk, peningkatan sumber daya manusia dan teknologi.

Kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan global saat ini memerlukan pertimbangan lebih dalam agar dapat bertahan untuk menuju perekonomian Indonesia yang stabil. Strategi pengembangan kelangsungan hidup UMKM dapat diwujudkan dengan meningkatkan daya saing dan pengembangan sumber daya manusia, sehingga mampu bertahan di antara lain melalui alokasi kredit (KUR), memberikan pelatihan melalui peningkatan teknologi.

Berdasarkan latar belakang sebelumnya menjadi sebab penulis minat melakukan penelitian dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Asosiasi UMKM di Kabupaten Grobogan”.

1.2. Tujuan Magang

Berdasarkan latar belakang di atas maka peserta magang memiliki maksud dapat :

1. Bertambahnya pengetahuan dan pola pikir yang meningkat sebagai mahasiswa.
2. Terlatihnya ketrampilan sehingga dapat bersaing dalam dunia kerja.
3. Meningkatkan kepercayaan diri untuk berinteraksi dengan orang lain.
4. Meningkatnya tingkat kedisiplinan serta tanggung jawab menjalankan tugas yang diberikan.
5. Meningkatkan profesionalitas bagi mahasiswa dalam bekerja

6. Membangun koneksi yang positif kepada instansi pemerintahan dan tempat magang.

Ada banyak tujuan yang ingin dilakukan dalam olahraga prakerin di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan, yaitu:

1. Meningkatkan persepsi manfaat dalam pengelolaan, pengawasan serta peningkatan koperasi di Kabupaten Grobogan.
2. Belajar menceritakan prinsip yang diperoleh dalam perkuliahan dengan situasi konkrit saat magang.
3. Belajar mempraktekkan hal-hal baru yang diperoleh selama magang.
4. Untuk memahami situasi arena kerja dan lukisan-lukisan di sekitarnya dan untuk menikmati kesenangan dalam hal ini bermanfaat dalam memasuki dunia kerja yang sebenarnya nanti.

1.3. Manfaat Magang

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini di harapkan bisa memberi manfaat sebagai berikut :

1.3.1. Manfaat Teoritis

1. Memperoleh pengembangan ilmu, khususnya dalam implementasi program magang mahasiswa Fakultas Ekonomi Unissula.
2. Hasil kajian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai catatan untuk kegiatan studi selanjutnya.

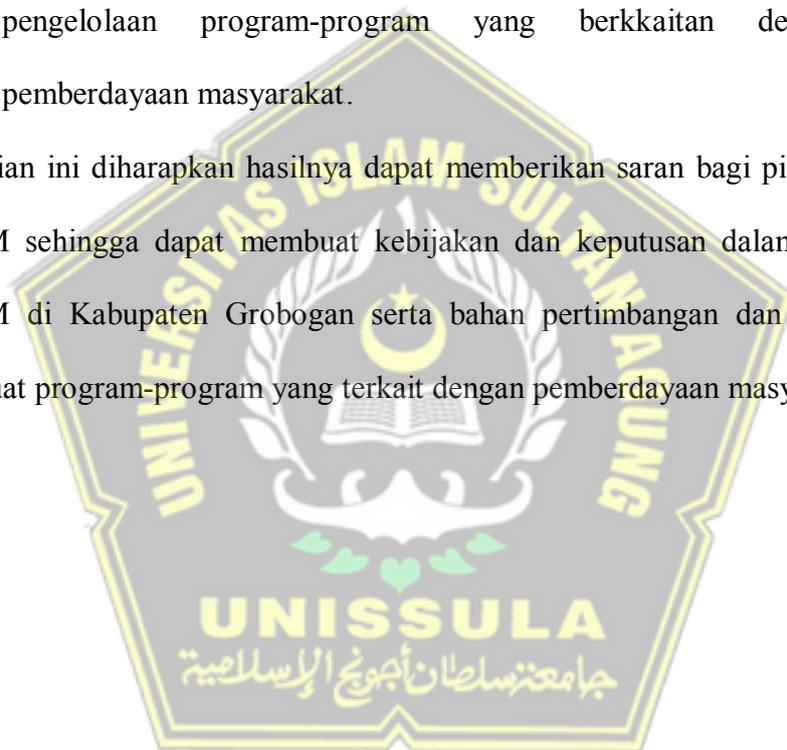
Diharapkan hasil studi ini bisa menjadi acuan bagi kajian-kajian pembanding agar mampu menghasilkan kajian-kajian yang lebih intensif dan menambah ke

khasanah keahlian dalam bidang non akademik, khususnya prinsip teori pemberdayaan UMKM.

1.3.2. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis, dapat meningkatkan wawasan tentang pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Grobogan.
2. Bagi Dinas, untuk dapat membuat kebijakan dan keputusan dalam pengelolaan program-program yang berkkaitan dengan upaya pemberdayaan masyarakat.

Penelitian ini diharapkan hasilnya dapat memberikan saran bagi pihak pengelola UMKM sehingga dapat membuat kebijakan dan keputusan dalam pengelolaan UMKM di Kabupaten Grobogan serta bahan pertimbangan dan acuan dalam membuat program-program yang terkait dengan pemberdayaan masyarakat.



BAB II.

PROFIL ORGANISASI dan AKTIVITAS MAGANG

2.1 Profil Organisasi

2.1.1 Gambaran Umum Organisasi

UKM Kabupaten Grobogan dan Dinas Koperasi terbentuk Tertera pada Peraturan Daerah Kabupaten Grobogan Nomor 15, Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. Menurut Peraturan Daerah tersebut, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan adalah Dinas dengan Tipe B. Tipe B adalah Tipologi Perangkat Daerah yang mawadahi pelaksanaan fungsi beban kerja yang tergolong sedang. Dinas Koperasi dan UKM dapat menjalankan urusan pemerinthan bidang koperasi, usaha kecil dan menengah. Berdasarkan Peraturan yang ditetapkan oleh Bupati Kabupaten Grobogan Nomor 63 Tahun 2016, tentang Kedudukn, Struktur Organisasi, Tugas Pokok, Fungsi, Uraian Tugas Jabatan dan Tata Kerja Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan. Dinas tersebut merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. Bupati melalui Sekretaris Daerah bertanggung jawab terhadap Kepala Dinas.

2.1.2 Visi dan Misi

Visi :“Mewujudkan Instansi/Lembaga Pemerintah yang berkualitas dan efektif serta dinamis dalam memberdayakan UKM guna meningkatkan produktivitas, sekaligus mendongkrak daya saing dan kemandirian”.

Misi : Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan mendukung Misi

ke 3 :“Pengembangan Ekonomi Kerakyatan Bidang UMKM Industri, Perdagangan, Koperasi dan Pariwisata”.

2.1.3 Motto Pelayanan

“Budaya Kerja Budaya Hebat”.

2.1.4 Sasaran

- a. Meningkatkan kompetensi Dinas Koperasi dan UKM dalam menawarkan layanan kepada jaringan masyarakat dalam rangka pemberdayaan KUKM di Kabupaten Grobogan.
- b. Jumlah koperasi yang meningkat serta berkualitas dan memiliki daya guna dari segi ekonomis bekerja, produktivitas tinggi serta memberikan manfaat yang maksimal untuk anggotanya.
- c. Meningkatnya analisa pengkajian untuk merumuskan dan mengevaluasi kebijakan pemberdayaan KUKM Kabupaten Grobogan.
- d. Meningkatnya pemantuan, pengendalian, efektifitas perencanaan, dan pelaporan pemberdayaan KUKM di Kabupaten Grobogan.
- e. Meningkatnya kualitas dan efektifitas layanan publik Dinas Koperasi, UKM.
- f. Meningkatnya efektifan koordinasi merumuskan kebijakan serta melaksanakan kebijakan pemberdayaan Koperasi dan UKM.
- g. Meningkatnya efektifitas audit dan akuntabilitas pemberdayaan KUKM
- h. Meningkatnya peran aktif masyarakat, dunia usaha dan lembaga pemerintahan untuk pemberdayaan Koperasi dan UKM di Kabupaten Grobogan

- i. Meningkatnya efisiensi dan efektifnya terserapnya anggaran belanja negara untuk pemberdayaan UKM dan Koperasi.
- j. Terciptanya lingkungan kondusif untuk pemberdayaan usaha Koperasi dan UKM terhadap semua lembaga pemerintahan di Kabupaten Grobogan.
- k. Produktivitas usaha mikro, kecil, dan menengah yang meningkat di Kabupaten Grobogan.
- l. Daya saing yang meningkat terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Grobogan
- m. Terciptanya kondisi yang dapat memperkuat modal serta memfasilitasi bertumbuhnya UKM baru di Grobogan

2.1.5 STRUKTUR ORGANISASI DINAS :

Susunan Organisasi Dinas terdiri dari :

- a. Pimpinan Kepala Dinas.
- b. Sekretariat, membawahi Sub Bagian:
 - 1. Perancangan dan Keuangan;
 - 2. Umum.
- c. Bidang Kelembagaan dan Pengawasan, membawahi seksi-seksi :
 - 1. Kelembagaan dan Perizinan;
 - 2. Keanggotaan dan Penerapan Peraturan; dan
 - 3. Pengawasan, Pemeriksaan dan Penilaian Kesehatan.
- d. Bidang Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi, membawahi seksi-seksi :
 - 1. Fasilitas Usaha Koperasi;

2. Peningkatan kualitas SDM Koperasi; dan
 3. Pengembangan, Perlindungan dan penguatan Usaha Koperasi.
- e. Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro, membawahi seksi-seksi :
1. Fasilitasi Usaha Mikro;
 2. Pengembangan, Penguatan dan Perlindungan Usaha Mikro; dan
 3. Peningkatan Kualitas Kewirausahaan.
- f. Kelompok Jabatan Fungsional Tertentu.

Tugas, Fungsi, Pokok, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan :

- a. Perumusan teknis kebijakan dibidang koperasi usaha kecil dan menengah
- b. Pengembangan, Pengkoordinasian, dan pemfasilitas kegiatan dibidang koperasi usaha kecil dan menengah.
- c. Pengendalian dan Pembinaan kegiatan dalam dibidang koperasiusaha kecil dan menengah.
- d. Evaluasi, monitoring, dan pelaporan kegiatan dibidang koperasi usaha kecil dan usaha menengah.
- e. Pengelolaannya kesekretariatan untuk dinas.
- f. Terlaksananya fungsi lain yang diberikan oleh Bupati menyesuaikan tugas dan fungsinya

Tugas, Fungsi, Pokok dan Uraian Tugas Jabatan :

1. Kepala Dinas

1. Kepala Dinas memiliki tugas inti :

Menyelenggarakan urusan pemerintahan daerah terutama berdasarkan prinsip otonomi daerah dan gotong royong dalam lingkup koperasi, organisasi kecil dan menengah di Kabupaten Grobogan sebagai berikut :

2. Kepala Dinas mempunyai fungsi :
 - a. Penyusunan aturan teknis di lingkungan koperasi usaha kecil dan menengah.
 - b. Koordinasi, pembinaan, dan pemfasilitas di lingkungan Koperasi usaha kecil dan menengah.
 - c. Pembinaan dan pembinaan di lingkungan koperasi usaha kecil dan menengah.
 - d. Pelaksanaan, pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di lingkungan koperasi usaha kecil dan menengah.
 - e. Pengelolaan kesekretariatan dinas; dan
 - f. Pelaksanaan berbagai kemampuan diberikan melalui sarana Bupati sesuai dengan kewajiban dan kemampuannya.
3. Uraian fungsi jabatan Kepala Dinas :
 - a. Merumuskan peraturan teknis di lingkungan koperasi, usaha kecil dan menengah terutama berdasarkan pedoman dan aturan hukum sebagai pedoman operasional;
 - b. Merumuskan program kegiatan Kantor ini terutama didasarkan sepenuhnya pada konsekuensi penilaian olahraga tahun sebelumnya dan pedoman dan aturan hukum;

- c. Mengarahkan tugas bawahan dengan menggunakan pemberian perintah dan arahan masing-masing secara lisan dan tertulis untuk meningkatkan pelaksanaan tugas yang bersih di lingkungan koperasi usaha kecil dan menengah;
- d. Melakukan perumusan perintah serta petunjuk teknis pengadaan olahraga pada lingkungan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah sesuai pedoman secara operasional dari peraturan perundang-undangan;
- e. Menyelenggarakan pelatihan teknis serta administratif pada lingkungan koperasi usaha kecil dan menengah sesuai peraturan yang telah ditetapkan dengan bantuan Bupati;
- f. Melakukan koordinasi dengan organisasi terkait masing-masing segera dan tidak langsung untuk memperoleh informasi, masukan, dan untuk menilai permasalahan agar mencapai konsekuensi lukisan yang paling pasti;
- g. Melakukan penetapan pada pengeluaran izin atau pedoman lembaga simpan pinjam keuangan bagi koperasi dengan wilayah keanggotaan di daerah;
- h. Melakukan penetapan pengeluaran izin atau petunjuk pembukaan kantor cabang pembantu kantor simpan pinjam uang logam koperasi bagi koperasi dengan wilayah keanggotaan di daerah;
- i. Melakukan penetapan hasil pengawasan dan pemeriksaan koperasi dengan lokasi perkumpulan di dalam daerah;

- j. Melakukan penetapan hasil pemeriksaan dan pengawasan kantor koperasi simpan pinjam di wilayah daerah;
- k. Melakukan penetapan hasil penilaian kesehatan koperasi simpan pinjam wilayah daerah;
- l. Melakukan pengadaan pelatihan dan pendidikan perkoperasiaan bagi koperasi wilayah daerah;
- m. Melakukan pemberdayaan koperasi yang berada pada wilayah dalam daerah;
- n. Melakukan penguatan usaha mikro lewat pendataan, kemudahan izin, penguatan lembaga dan koordinasi terhadap pemangku kepentingan;
- o. Menjalanka pengembangan terhadap usaha mikro yang bertujuan untuk meningkatkan skala usaha mikro menjadi usaha kecil;
- p. Melakukan pengawasan, evaluasi dan penilaian terhadap kinerja dari tugas bawahan dengan rutin menggunakan sistem penlaian yang tersedia;
- q. Melakukan penyampaian laporan informasi terkait pelaksanaan tugas terhadap atasan sebagai landasan dalam mengambil keputusan;
- r. Melakukan penyampaian saran dan pertimbangan pada atasan baik secara lisan ataupun tertulis merujuk pada ketentuan yang berlaku untuk meperlancar dan menghindari adanya penyimpangan.; dan
- s. Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai yang diarahkan oleh atasan.

2. Sekretaris

1. Sekretaris mempunyai fungsi pokok :

Menjalankan tugas Kepala Dinas serta mempersiapkan bahan koordinasi perancangan kebijakan teknis dan membeikan layanan administratif serta fungsional terhadap berbagai unsur dilingkungan Dinas, persuratan, pegawai, finansial, humas, perlengkapan, urusan internal, perjalanan dinas, protokol, pengarsipan, dan perancangan rencana program serta laporan Renstra Dinas Koperasi, dan UKM II-11.

2. Sekretaris mempunyai fungsi :

- a. Perancangan proker bidang kesekretariatan Dinas;
- b. Mempersiapkan materi koordinasi serta rumusan kebijakan pada bidang koperasi usaha kecil menengah secara teknis.
- c. Mempersiapkan materi koordinasi serta menjalankan fungsi tatausaha, surat-menyurat, dan administratif umum.
- d. Mengelola perlengkapan, sarana prasarana, kepegawaian, hukum, kearsipan, tatalaksana dinas, pengelolaan rencana program dan penyusunan laporan.
- e. Mengelola sektor finansial program perjalanan dinas serta laporan pertanggungjawaban keuangan.
- f. Menyusunan rancangan pembinaan teknis fungsional, dan
- g. Pelaksanaan fungsi lain diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidangnya.

3. Penjabaran fungsi jabatan sekretaris :

- a. Melakukan penyusunan kegiatan kesekretariatan pada Dinas merujuk pada hasil pengamatan selama periode sebelumnya dengan menyesuaikan dengan peraturan perundang-undangan;
- b. Memberi pemahaman dari arahan atasan dengan menganalisa masalah dan peraturan perundang-undangan;
- c. Melakukan pembagian tugas pada bawahan berdasarkan bidang yang dikuasai serta memberi arahan tertulis maupun lisan dalam rangka efisiensi pelaksanaan tugas;
- d. Mengkoordinasi seluruh divisi secara langsung maupun tak langsung untuk memperoleh saran dan informasi dalam analisis suatu permasalahan demi mendapatkan hasil yang lebih optimal;
- e. Melakukan kajian terhadap peraturan perundang-undangan dan kebijakan sectoral untuk mendukung keberlangsungan pelaksanaan tugas;
- f. Mempersiapkan materi kebijakan Kepala Dinas dan materi terkait monitoring, eval, perencanaan, sampai pembukuan administratif.
- g. Berkoordinasi dan memfasilitasi penyusunan semua Laporan Kerja Instansi Pemerintah (LKIP), Laporan Keterangan Pertanggungjawaban Bupati (LKPJ), Sistem Pengendalian Internal Pemerintah (SPIP), Standar Operasional Prosedur (SOP) serta fasilitator kegiatan analisis jabatan (Anjab);

- h. Berkoordinasi dan memberi fasilitas untuk kegiatan perancangan Rencana Kegiatan dan Anggaran (RKA), Dokumen Pelaksanaa Perubahan Anggaran, Dokumen Pelaksanaan Anggaran.
- i. Melakukan arahan kegiatan merujuk pada perpu supaya pelaksanaan berhasil dan dapat bermanfaat.
- j. Melaksanaka bentuk pelayanan kegiatan administratif, pegawai, finansial, humas, sarana-prasarana, urusan internal, dan lain-lain.
- k. Menjalankan pendampingan fungsi-fungsi manajemen dan layanan administratif supaya fungsi kesekretariatan dijalankan dengan efektif dan efisien
- l. Menjalankan inventarisasi dan mendata Sub Bagian untuk dievaluasi.
- m. Berkoordinasi pengolahan data informasi di sektor koperasi usaha kecil dan menengah.
- n. Berkoordinasi menjalankan fungsi pembantuan pad sektor koperasi usaha kecil dan menengah.
- o. Menjalankan pengawasan, evaluasi, dan penilaian etos kerja sesuai kebijakan yang berlaku.
- p. Menyusun pelaporan pelaksanaan tugas terhadap atasan sebagai dasar keputusan kebijakan.
- q. Memberikan saran kepada atasan baik tertulis maupun lisan berdasarkan kajian dan ketentuan yang berlaku sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan, dan

- r. Menjalankan tugas lain sesuai arahan atasan
4. Penjabaran tugas pokok Sub Bagian secara umum
 - a. Melakukan penyusunan rancangan kegiatan Sub bagian dengan menyesuaikan dengan bidang sebagai pedoman dalam bertugas;
 - b. Melakukan delegasi tugas tertentu serta memberi informasi terkait teknis tugas pada bawahan sehingga memperlancar saat bertugas;
 - c. Melakukan pemantauan, pengawasan, dan evaluasi jalannya tugas dalam rangka mengetahui mana saja tugas yang belum selesai dan sudah selesai;
 - d. Merancang konsep, mengevaluasi dan memberikan paraf pada naskah untuk menghindari kesalahan;
 - e. Melaksanakan segala rapat yang ada sesuai divisi tugasnya;
 - f. Melaksanakan penggolongan surat berdasarkan jenis;
 - g. Melaksanakan administrasi dan distribusi keluar masuk nya surat;
 - h. Perencanaan dibidang kearsipan dan kelola naskah dinas dan hal-hal terkait kepustakaan;
 - i. Menyiapkan terkait berjalannya rapat, upacara bendera, humas, dan protokol;
 - j. Mengelola sarana-prasarana serta menjalankan urusan internal dapur Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
 - k. Menghubungkan atau mengkoordinasi dan menjalankan operasional kebersihan dan keamanan lingkungan kantor;

- l. Mempersiapkan bahan/materi serta meracanh rencana kebutuhan, operasional dan penghangusan barang;
- m. Mempersiapkan bahan dan menyusun administrasi pengadaan, pendistribusian, pemeliharaan, inventarisasi dan penghapusan barang;
- n. menyiapkan bahan dan menyusun daftar inventarisasi barang serta menyusun laporan barang inventaris;
- o. Mempersiapkan bahan, melakukan pengelolaan dan merekap daftar hadir pegawai;
- p. Mempersiapkan bahan dan kelola administrati segala persuratan seperti tugas dan perjalanan dinas pegawai;
- q. Mempersiapkan bahan, koordinasi dan mendukung fasilitas kegiatan organisasi dan tatalaksana;
- r. Mempersiapkan bahan dan penyusunan rencana formasi, informasi jabatan, dan bezetting pegawai;
- s. Mempersiapkan materi dan melakukan kelola administrasi kepegawaian mencakup usul naik gaji dan jabatan, kepindahan, pensiun, cuti, izin, masa bekerja, perubahan status, dan layanan administratif lainnya;
- t. Mempersiapkan materi usul terkait pemberian honor atau penghargaan dan tanda jasa ASN;
- u. Mempersiapkan materi rumusan terikait kebijakan pembinaan, peningkatan skill, kedisiplinan serta kemakmuran ASN;

- v. Melakukan pengembangan implementatif dari sistem informasi ketenagakerjaan berbasis teknologi informasi;
- w. Mempertemukan dan mensosialisasikan terkait peraturan perundangundangan di sektor ketenagakerjaan;
- x. Menyusun laporan hasil kerja Sub.Bagian Umum dan ketenagakerjaan dan memberikan usul dan opsi yang dapat dipertimbangkan oleh atasan sebagai materi perancangan regulasi;
- y. Menjalankan tugas dinas lain atas perintah dari atasan sesuai bidang demi efisiensi berjalannya tugas.

3. Sub Bagian Perencanaan dan Keuangan

Sub Bagian Perencanaan dan Keuangan memiliki tugas pokok : Menjalankan beberapa tugas Sekretaris dalam melakukan perancangan kebijakan, pengkoordinasian, membina, mengontrol, mengelola dan memberi instruksi dan bimbingan pada divisi perencanaan dan finansial, kontrol, eval, pelaporan, dan sistem informasi Dinas.

4. Sub Bagian Umum

1. Tugas pokok Subbagian Umum adalah: melaksanakan beberapa tugas sekretaris di bidang administrasi umum, komunikasi, kepegawaian, hubungan masyarakat, sarana dan prasarana, perlengkapan, pekerjaan rumah tangga, Pramutamu, perjalanan dinas, kearsipan , hukum dan manajemen.

2. Isi kerja kantor pusat adalah: menurut hasil evaluasi kegiatan dan peraturan perundang-undangan tahun sebelumnya, merumuskan rencana kegiatan dan program kantor pusat;

5. Bidang Kelembagaan dan Pengawasan

1. Bidang Kelembagaan serta Pengawasan memiliki tugas pokok: melakukan beberapa tugas Kepala Dinas dalam formulasi kebijakan teknis, penerapan, mengkoordinasi, membina, mengawasi, pengendalian, mengelola serta memfasilitasi, meakukan penilaian serta melaporkan kegiatan di bidang kelembagaan serta pengawasan.
2. Bidang Kelembagaan serta Pengawasan memiliki guna: :
 - a. Melakukan persiapan terkait materi formulasi kebijakan yang bersifat teknis pada sektor kelembagaan serta pengawasan;
 - b. Pengkoordinasian serta penerapan aktivitas pada sektor kelembagaan serta pengawasan;
 - c. Membina, mengawasi, serta mengontrol kegiatan pada sektor kelembagaan serta pengawasan;
 - d. Mengelola serta memberikan fasilitas terhadap jalannya kegiatan sektor kelembagaan dan pengawasan;
 - e. Melakukan penilaian dan memberikan laporan terkait jalannya kegiatan di sektor kelembagaan serta pengawasan; dan
 - f. Implementasi elemen fungsi lain yang ditugaskan oleh Kepala Dinas sesuai bidang dan gunanya..

6. Seksi Kelembagaan dan Perizinan :

Tugas Pokok Badan dan Bagian Perizinan: Melaksanakan sebagian tanggung jawab Badan dan Kepala Pengawas dalam menyiapkan bahan penyusunan kebijakan teknis, mengkoordinasikan, membina, memantau, mengendalikan, mengelola, memajukan, mengevaluasi dan melaporkan kegiatan di Badan dan Daerah perizinan.

7. Seksi Keanggotaan dan Penerapan Peraturan :

Tugas pokok Seksi Penerapan Keanggotaan dan Regulasi: Melaksanakan sebagian tanggung jawab kepala badan dan pengawas dalam penyiapan, pelaksanaan, koordinasi, pembinaan, pemantauan, pengendalian, pengelolaan, pemajuan, dan evaluasi bahan pengembangan kebijakan teknis. dan pelaporan kegiatan pada bidang tersebut.

8. Seksi Pengawasan, Pemeriksaan dan Penilaian Kesehatan :

Seksi Pengawasan, Pengecekan serta Evaluasi Kesehatan memiliki tugas pokok: Melakukan beberapa tugas Ketua Bidang Kelembagaan serta Pengawasan dalam menyiapkan bahan/materi formulasi kebijakan teknis, pengaplikasian, pengkoordinasian, membina, mengawasi, mengontrol, mengelola, memfasilitasi, menilai serta membuat laporan terkait kegiatan di bidag tersebut.

9. Bidang Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi :

Bidang Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi memiliki tugas pokok: Melakukan beberapa fungsi Kepala Dinas dalam formulasi kebijakan teknis, implementasi, mengkoordinasi, membina, mengawasi,

mengontrol, mengelola dan memfasilitasi, menilai serta membuat laporan kegiatan pada bidang tersebut.

10. Seksi Fasilitasi Usaha Koperasi :

Seksi Fasilitasi Usaha Koperasi mempunyai tugas pokok : Melakukan beberapa tugas Kepala Bidang Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi pada penyiapan materi rumusan kebijakan teknis, melaksanakan, pengkoordinasian, membina, mengawasi, mengontrol, mengelola, memberikan fasilitas, melakukan evaluasi dan membuat laporan pada bidang tersebut.

11. Seksi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Koperasi :

Seksi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Koperasi mempunyai tugas pokok : Menjalankan beberapa tugas Kepala Bidang Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi pada persiapan rumusan kebijakan teknis, melaksanakan, pengkoordinasian, membina, mengawasi, mengontrol, mengelola, memfasilitasi, mengevaluasi serta melaporkan kegiatan pada bidang tersebut.

12. Seksi Pengembangan, Penguatan dan Perlindungan Usaha Koperasi :

Seksi Pengembangan, Penguatan dan Perlindungan Usaha Koperasi mempunyai tugas pokok : Menjalankan beberapa tugas dari Kepala Bidang Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi pada saat melakukan penyiapan bahan/materi rumusan kebijakan teknis, melaksanakan, pengkoordinasian, membina, mengawasi, mengontrol, mengelola,

memberikan fasilitas, evaluasi serta membuat laporan kegiatan di bidang tersebut.

13. Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro :

Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro mempunyai tugas pokok : Menjalankan beberapa tugas dari Kepala Bidang Pemberdayaan usaha mikro pada saat melakukan penyiapan bahan/materi rumusan kebijakan teknis, melaksanakan, pengkoordinasian, membina, mengawasi, mengontrol, mengelola, memberikan fasilitas, evaluasi serta membuat laporan kegiatan di bidang tersebut.

14. Seksi Fasilitas Usaha Mikro :

Seksi Fasilitas Usaha Mikro mempunyai tugas pokok : Menjalankan beberapa tugas dari Kepala fasilitas usaha mikro pada saat melakukan penyiapan bahan/materi rumusan kebijakan teknis, melaksanakan, pengkoordinasian, membina, mengawasi, mengontrol, mengelola, memberikan fasilitas, evaluasi serta membuat laporan kegiatan di bidang tersebut.;

15. Seksi Pengembangan, Penguatan dan Perlindungan Usaha Mikro :

Seksi Pengembangan, Penguatan dan Perlindungan Usaha Mikro mempunyai tugas pokok : Menjalankan beberapa tugas dari Kepala Bidang pengembangan, penguatan dan perlindungan usaha mikro pada saat melakukan penyiapan bahan/materi rumusan kebijakan teknis, melaksanakan, pengkoordinasian, membina, mengawasi, mengontrol,

mengelola, memberikan fasilitas, evaluasi serta membuat laporan kegiatan di bidang tersebut.

16. Seksi Peningkatan Kualitas Kewirausahaan :

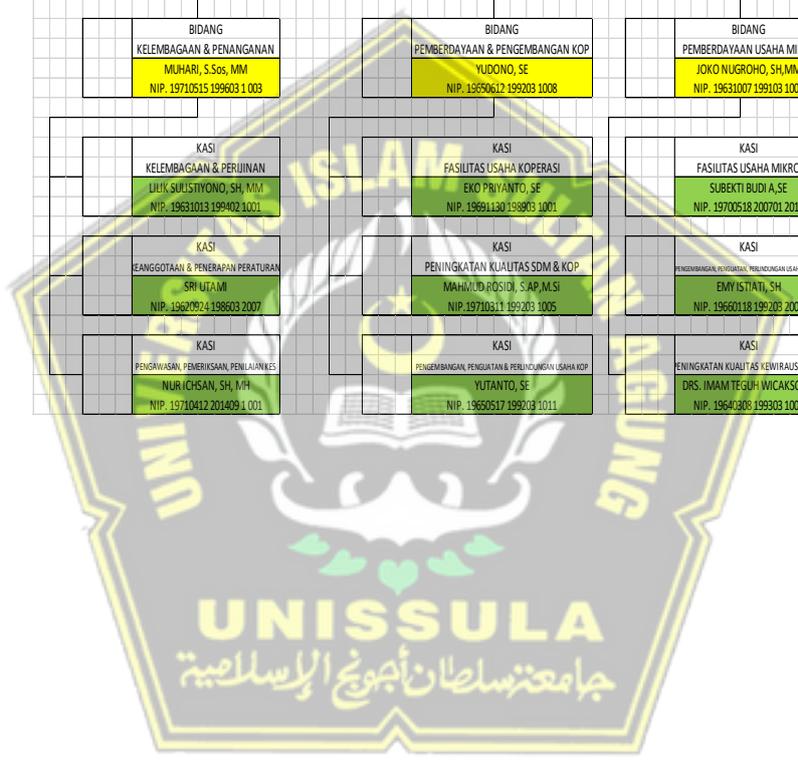
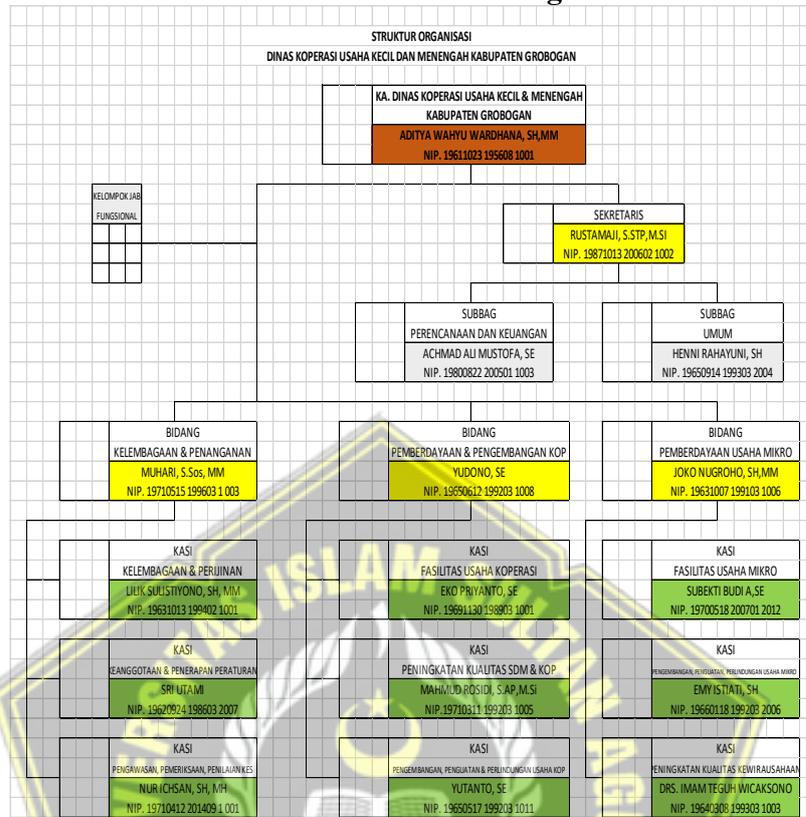
Seksi Peningkatan Kualitas Kewirausahaan mempunyai tugas pokok : Menjalankan beberapa tugas dari Kepala Bidang Peningkatan Kualitas Kewirausahaan pada saat melakukan penyiapan bahan/materi rumusan kebijakan teknis, melaksanakan, pengkoordinasian, membina, mengawasi, mengontrol, mengelola, memberikan fasilitas, evaluasi serta membuat laporan kegiatan di bidang tersebut.

17. Kelompok Jabatan Fungsional Tertentu

Kelompok Jabatan Fungsional Tertentu mempunyai tugas pokok : Dikelompokkan kedalam sub-sub divisi sesuai kebutuhan, diketuai oleh seorang tenaga fungsional senior selaku ketua kelompok yang berada di bawah dan bertanggungjawab pada Kepala Dinas.



Gambar 2.1. Struktur Organisasi



Tata Tertib Sistem Kerja Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan :

- a. Jam kerja dimulai pada pukul 07.30 WIB dan jam pulang kerja pukul 15.30 WIB.
- b. Hari kerja dari hari senin sampai jumat (5 hari kerja).
- c. Jam istirahat/Ishoma pukul 12.00 s.d 13.00 WIB.
- d. Aturan pakaian seragam saat jam kerja :

Tabel 2.1. Aturan Pakaian Saat Jam Kerja

| NO | HARI/SERAGAM | LAKI-LAKI | PEREMPUAN |
|----|------------------------------------|--|--|
| 1. | Senin/PDH warna khaki. | Atasan lengan pendek dan celana panjang. | Atasan dan celana lengan panjang, jilbab warna mustard. |
| 2. | Selasa/PDH warna khaki. | Atasan lengan pendek dan celana panjang. | Atasan dan celana lengan panjang, jilbab warna mustard. |
| 3. | Rabu/PDH Putih celana hitam. | Atasan lengan pendek dan celana panjang. | Atasan dan celana lengan panjang, jilbab warna salem. |
| 4. | Kamis/PDH batik atau celana hitam. | Atasan lengan pendek dan celana panjang. | Atasan dan celana panjang jilbab sesuai dengan seragam tanpa motif . |
| 5. | Jum'at/Seragam Olahraga Dinas. | Atasan lengan pendek dan celana panjang. | Atasan dan celana panjang jilbab hitam. |

2.1.6 Lokasi Magang

Lokasi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan terletak di Jl. Jendral Sudirman No.18, Kemas, Purwodadi, Grobogan, Jawa Tengah. Kemudahan akses jalan raya, angkutan, dan kelayakan fasilitas merupakan hal positif yang mendukung dalam pemilihan tempat yang strategis.

2.2 Aktivitas Magang

Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) memiliki target untuk menginspirasi mahasiswa untuk memahami beragam ilmu yang dapat bermanfaat untuk masuk ke dunia kerja. Kegiatan tersebut merupakan program kebijakan dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Persaingan yang semakin ketat diantara ratusan ribu pencari kerja bahkan lebih menuntut untuk mempunyai kompetensi yang tinggi serta keahlian berserifikat. Hal ini berkaitan dengan perkembangan teknologi yang pesat yang sejalan dengan kemampuan individu para pencari kerja. Sehingga kemampuan individu yang mumpuni sangat dibutuhkan sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja. Oleh sebab itu diperlukan program baru yang dirasa lebih efektif dan efisien dalam menghadapi persaingan dan tuntutan jaman di era globalisasi ini. Untuk mengantisipasi persaingan yang ada, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang angkatan 2018 adalah mahasiswa angkatan pertama yang melaksanakan kegiatan magang. Sehingga diharapkan kegiatan magang di sekolah mitra dengan proses bertahap dan panjang dapat memberikan pengalaman dan ilmu kepada mahasiswa.

Oleh karena itu penulis akan menjelaskan beberapa kegiatan magang selama di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan antara lain :

2.2.1 Pelaksanaan Magang Minggu ke-4 di Bulan Maret :

Magang dilaksanakan di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan. Setelah surat dari fakultas turun, penulis langsung mengirimkan surat ke Kantor dan menghubungi Kasubbag Umum, setelah di terima penulis disuruh berangkat mulai 24 Maret 2021. Agenda pertama adalah :

- a. Perkenalan dengan lingkungan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan. Pada agenda ini penulis dikenalkan terkait struktur organisasi, peraturan dan tata tertib, pengenalan kepegawaian, dan tugas pokok dari setiap bidang.
- b. Mengikuti RAT Asosiasi UMKM Kab Grobogan. Kegiatan ini berupa perkumupulan rutin asosiasi UMKM, guna mempererat tali silaturahmi antar pembina dan anggota.
- c. Kegiatan sosialisasi ini dalam rangka melakukan bimbingan terhadap pengurus UMKM menjalankan tugasnya agar terdapat kemajuan terhadap UMKM Grobogan. Pada kegiatan ini yang penulis lakukan hanyalah membantu saja. Penulis diberikan kesempatan secara langsung untuk melihat kondisi lapangan dan bagaimana dinas melakukan sosialisasi.
- d. Membantu membuat formulir data Penerimaan Honorarium Tim Kelompok Kerja Penyaluran Bantuan Bagi Pelaku Usaha Mikro Kab Grobogan. Kegiatan ini penulis diberi tugas untuk membuat formulir data yang dibimbing oleh Ibu Subekti Budi Astutiek, SE.
- e. Menyusun Standar Pelayanan Publik Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan. Kegiatan ini penulis menyusun Standar Pelayanan Publik Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan. Karena di Dinas Koperasi dan UKM sendiri belum memiliki Standar Pelayanan Publik, oleh karena itu Dinas menyuruh mahasiswa magang untuk membuat Standar Pelayanan Publik.

- f. Mengikuti virtual meeting melalui aplikasi Zoom acara “Semarak Panturan UMKM 2021” dan menjadi Notula. Kegiatan ini dilakukan di Ruangan Kantor Dinas yang diikuti oleh Bapak Kepala Dinas dan para staff lainnya.
- g. Mengikuti virtual meeting melalui aplikasi Zoom acara “Semarak Panturan UMKM 2021” dan menjadi Notula. Kegiatan ini dilaksanakan dua hari berturut-turut yang diisi tentang UMKM se Jawa Tengah.
- h. Mengikuti virtual meeting melalui aplikasi Zoom “Terbitnya Peraturan Menteri Koperasi Tentang BPUM 2021”. Kegiatan ini penulis disuruh Kabid untuk ikut menyimak meeting zoom tentang peraturan BPUM 2021.
- i. Membuat surat undangan Pelatihan Batik. Kegiatan ini penulis membuat surat undangan batik yang ditujukan kepada calon anggota pelatihan batik.

2.2.2 Pelaksanaan Magang Minggu ke-1 Pada Bulan April :

- a. Menyusun susunan acara dan membantu persiapan acara Pelatihan Batik. Kegiatan pelatihan ini penulis disuruh menjadi MC dalam acara pembukaan acara tersebut, guna melatih kemampuan dan percaya diri.
- b. Membantu persiapan acara Pelatihan Batik di Aula Dekopinda Purwodadi. Pada kegiatan ini penulis melakukan pendataan peserta pelatihan di meja registrasi, :

1. Penulis datang ke tempat pelatihan untuk menjaga meja registrasi.
2. Penulis menyiapkan absensi.
3. Penulis menyuruh setiap peserta mengisi form absensi.
- c. Pelatihan Batik di Aula Dekopinda Purwodadi. Kegiatan ini penulis ikut serta dalam pelatihan dan berkomunikasi langsung kepada pembina pelatihan dan anggota pelatihan batik.
- d. Mengikuti virtual meeting melalui aplikasi Zoom “Sosialisasi BPUM 2021”. Kegiatan ini penulis hanya ikut mendengarkan dan memahami alur Sosialisasi BPUM 2021, dan penulis dapat memberikan informasi pada warga setempat.

2.2.3 Pelaksanaan Magang Minggu Ke-2 di Bulan April :

- a. Menyusun Standar Pelayanan Publik Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan. Kegiatan ini penulis dan mahasiswa magang yang lain diminta untuk fokus menyelesaikan Standar Pelayanan Publik, karena mengejar deadline dari Sekretariat Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan. Sehingga dalam seminggu kedepan penulis dan mahasiswa magang kegiatannya menyusun Standar Pelayanan Publik.

2.2.4 Pelaksanaan Magang Minggu ke-3 di Bulan April :

- a. Menyusun Standar Pelayanan Publik Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan. Kegiatan ini penulis dan mahasiswa magang yang lain diminta untuk fokus menyelesaikan Standar Pelayanan Publik, karena mengejar deadline dari Sekretariat Dinas Koperasi dan UKM

Kab. Grobogan. Sehingga dalam seminggu kedepan penulis dan mahasiswa magang kegiatannya menyusun Standar Pelayanan Publik.

2.2.5 Pelaksanaan Magang Minggu ke-4 di Bulan April :

- a. Membuat surat undangan. Penulis hanya membuatkan saja di word lalu di naikkan ke Kabid dan Kadinas.
- b. Konsultasi mengenai tema masalah laporan magang dengan Kabid. Penulis mencoba konsultasi dan menyampaikan ide jika mengangkat permasalahan tersebut bagaimana, dan Kabid meyetujuinya karena sesuai dengan permasalahan di Bidang.
- c. Membuat surat undangan. Penulis hanya membuatkan saja di word lalu di naikkan ke Kabid dan Kadinas.
- d. Membuat surat perintah tugas. Penulis hanya membuatkan surat perintah tugas yang di pandu oleh Ibu Subekti Budi Astutiek, SE.
- e. Merekap data UMKM. Penulis merekap data UMKM yang tercatat secara otomatis di komputer.

2.2.6 Pelaksanaan Magang Minggu ke-1 di Bulan Mei :

- a. Menyusun laporan magang. Penulis mulai mengerjakan laporan sedikit demi sedikit.
- b. Konsultasi mengenai perkembangan UMKM di Kabupaten Grobogan bersama Ibu Emi Istiati, SH. Untuk menambah wawasan yang lebih luas lagi, penulis di bimbing oleh Ibu Emi Istiati, SH. Tentang perkembangan UMKM di lapangan.

- c. Membantu mempersiapkan bahan untuk parcel lebaran bersama ibu-ibu asosiasi UMKM. Penulis membantu membelikkan bahan-bahan untuk parcel di Pasar.
- d. Membuat surat perintah tugas. Penulis hanya membuat surat perintah tugas yang di pandu oleh Ibu Subekti Budi Astutiek, SE.
- e. Merekap data profil Dinas untuk menyusun laporan magang. Penulis merekap data dan mencoba konsultasi dengan Sekretariat dan KasubBag Umum.

2.2.7 Pelaksanaan Magang Minggu ke-2 di Bulan Mei :

- a. Menyusun laporan magang. Penulis mulai mengerjakan laporan sedikit demi sedikit.
- b. Menyusun laporan magang. Penulis mulai mengerjakan laporan sedikit demi sedikit.
- c. 3 HARI RAYA LIBUR LEBARAN.

2.2.8 Pelaksanaan Magang Minggu ke-3 di Bulan Mei :

- a. Izin acara keluarga. Penulis izin tidak berangkat magang di karenakan ada acara keluarga.
- b. Halal bihalal bersama pegawai dan staff Dinas. Penulis membantu menyiapkan ruangan untuk acara halal bihalal dan membantu membagikan snack.
- c. Menyusun laporan magang. Penulis mulai mengerjakan laporan sedikit demi sedikit.

- d. Membuat surat perintah tugas. Penulis hanya membuat surat perintah tugas yang di pandu oleh Ibu Subekti Budi Astutiek, SE.
- e. Menyusun laporan magang. Penulis mulai mengerjakan laporan sedikit demi sedikit.
- f. Menyusun laporan magang. Penulis mulai mengerjakan laporan sedikit demi sedikit.

2.2.9 Pelaksanaan Magang Minggu ke-4 di Bulan Mei :

- a. Menyusun laporan magang. Penulis mulai mengerjakan laporan sedikit demi sedikit.
- b. Membuat surat undangan. Penulis hanya membuat saja di word lalu di naikkan ke Kabid dan Kadinas.
- c. Menyusun laporan magang. Penulis mulai mengerjakan laporan sedikit demi sedikit.
- d. Menyusun laporan magang. Penulis mulai mengerjakan laporan sedikit demi sedikit.
- e. Mengirim surat ke Sekretaris Daerah. Penulis membantu mengirimkan surat ke Sekretaris Daerah.

2.2.10 Pelaksanaan Magang Minggu ke-1 di Bulan Juni :

- a. Merekap nota untuk kegiatan Bintek. Penulis hanya menulis dan merekap nota belanja untuk acara kegiatan Bintek.
- b. LIBUR HARI KESAKTIAN PANCASILA.
- c. Mempersiapkan undangan untuk peserta Bintek. Penulis menulis nama peserta.

- d. Membantu persiapan acara kegiatan BinteK. Dalam rangka mengembangkan Koperasi dan UKM yang ada di Kabupaten Grobogan. Dinas Koperasi dan UKM terutama di Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro membuat program kerja dengan melakukan Bimbingan Teknis Ketrampilan Usaha Produktif di Bidang Packaging. Penulis membantu dalam mempersiapkan kegiatan BinteK, print, fotocopy dan packing bingkisan.
- e. Membantu persiapan acara kegiatan BinteK. Penulis membantu dalam mempersiapkan kegiatan BinteK, print, dan fotocopy.

2.2.11 Pelaksanaan Magang Minggu ke-2 di Bulan Juni :

- a. Izin (Sakit). Penulis izin tidak berangkat karena sakit.
- b. Mengikuti acara kegiatan BinteK Ketrampilan Usaha Produktif di Bidang Packaging sekaligus menjadi dirigen. Pada Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro, kegiatan ini berupa bimbingan teknis yang diikuti oleh 30 peserta yang berasal dari sebgaiannya UMKM di Kabupaten Grobogan. Tujuan dilaksanakan BinteK agar pelaku UMKM lebih dapat meningkatkan produktifitas dalam bidang packaging. Dalam kegiatan ini penulis sekaligus ditunjuk untuk menjadi dirigen dalam pembukaan acara BinteK dan penulis mendapat pengalaman baru.
- c. Merekap nota untuk kegiatan BinteK. Penulis hanya menulis dan merekap nota belanja setelah acara kegiatan BinteK.

- d. Membantu para UMKM pengambilan sertifikat dan pengisian formulir Surat Perjalanan Dinas. Penulis membantu menyetempel pada formulir yang di sediakan.
- e. Merekap data UMKM. Penulis merekap data UMKM.

2.2.12 Pelaksanaan Magang Minggu ke-3 di Bulan Juni :

- a. 3 hari penulis izin tidak berangkat magang karena sakit.
- b. Membantu membuat surat undang kunjungan lapangan. Penulis hanya membuat dan menyetempel.
- c. Membantu membuat surat undang kunjungan lapangan. Penulis meneruskan seperti hari sebelumnya.

2.2.13 Pelaksanaan Magang Minggu ke-4 di Bulan Juni :

- a. Selama 5 hari kerja penulis membantu melayani pembuatan surat rekomendasi Luwes untuk para UMKM.

2.2.14. Pelaksanaan Magang Minggu ke-1 di Bulan Juli :

- a. Penulis membantu melayani pembuatan surat rekomendasi Luwes untuk para UMKM.
- b. Penulis merekap data asosisasi UMKM.

2.2.15. Pelaksanaan Magang Minggu ke-2 di Bulan Juli :

- a. Kantor Dinas sebagian pegawaianya WFO dan WFH 20% sehingga mahasiswa MBKM diliburkan karena diadakanya PPKM.

2.2.16. Pelaksananaan Magang Minggu ke-3 di Buan Juli :

- a. Kantor Dinas sebagian pegawaianya WFO dan WFH 20% sehingga mahasiswa MBKM diliburkan karena diadakanya PPKM.

2.2.17. TIME SCHEDULE



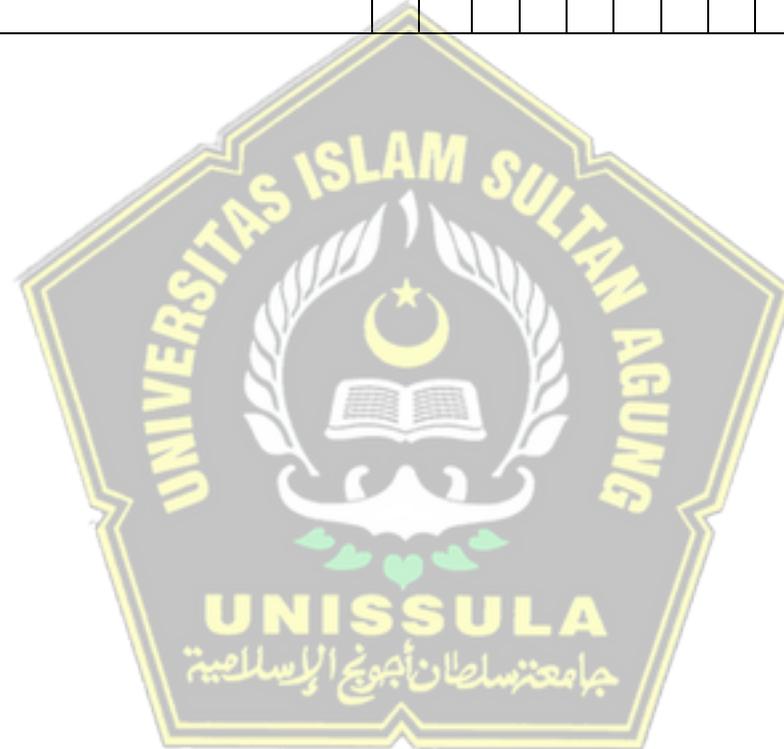
| NO | NAMA KEGIATAN | MARET | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|
| | | Minggu ke-1 | | | | | Minggu ke-2 | | | | | Minggu ke-3 | | | | | Minggu ke-4 | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Memasukkan surat permohonan magang ke kantor | | | | | | | | | | | | | | | | | | | √ | |
| 2. | Pengenalan ke Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan dan pengenalan ke Kabid | | | | | | | | | | | | | | | | | | | √ | |
| 3. | Mengikuti RAT Asosiasi UMKM Kabupaten Grobogan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | √ | |
| 4. | Mengikuti Zoom acara “Semarak Panturan UMKM 2021” dan menjadi Notula | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | √ |
| 5. | Mengikuti Zoom acara “Semarak Panturan UMKM 2021” dan menjadi Notula | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | √ |
| 6. | Mengikuti Zoom acara “Semarak Panturan UMKM 2021” dan menjadi Notula | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | √ |
| 7. | Mengikuti Zoom “Terbitnya Peraturan Menteri Koperasi Tentang BPUM 2021” | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | √ |

| NO | NAMA KEGIATAN | APRIL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|
| | | Minggu ke-1 | | | | | Minggu ke-2 | | | | | Minggu ke-3 | | | | | Minggu ke-4 | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Membuat undangan pelatihan batik. | | | | √ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | LIBUR | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Menyusun susunan acara dan membantu persiapan acara Pelatihan Batik | | | | | √ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Menjadi MC pada acara pelatihan batik | | | | | | √ | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Membantu persiapan acara pelatihan batik | | | | | | | | √ | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Pelatihan batik di Aula Dekopinda | | | | | | | | | √ | | | | | | | | | | | |
| 7. | Mengikuti Zoom "Sosialisasi BPUM 2021" | | | | | | | | | | √ | | | | | | | | | | |
| 8. | Menyusun Standar Pelayanan Publik Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan | | | | | | | | | | | √ | | | | | | | | | |
| 9. | Menyusun SPP Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan | | | | | | | | | | | | √ | | | | | | | | |
| 10. | Menyusun SPP Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan | | | | | | | | | | | | | √ | | | | | | | |
| 11. | Menyusun SPP Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan | | | | | | | | | | | | | | √ | | | | | | |
| 12. | Menyusun SPP Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan | | | | | | | | | | | | | | | √ | | | | | |
| 13. | Menyusun SPP Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan | | | | | | | | | | | | | | | | √ | | | | |
| 14. | Menyusun Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan | | | | | | | | | | | | | | | | | √ | | | |
| 15. | Menyusun SPP Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan | | | | | | | | | | | | | | | | | | √ | | |
| 16. | Menyusun SPP Dinas Koperasi dan UKM Kab. Grobogan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | √ | |

| NO | NAMA KEGIATAN | MEI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|
| | | Minggu ke-1 | | | | | Minggu ke-2 | | | | | Minggu ke-3 | | | | | Minggu ke-4 | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Menyusun laporan magang. | √ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Konsultasi mengenai perkembangan UMKM di Kabupaten Grobogan bersama Ibu Emy Istiaty, SH. | | √ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Membantu mempersiapkan bahan untuk parcel lebaran bersama ibu-ibu asosiasi UMKM. | | | √ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Membuat surat perintah tugas. | | | | √ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Merekap data profil Dinas untuk menyusun laporan magang. | | | | | √ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Menyusun laporan magang | | | | | | √ | | | | | | | | | | | | | | |
| 7. | Menyusun laporan magang | | | | | | | √ | | | | | | | | | | | | | |
| 8. | LIBUR HARI RAYA | | | | | | | | X | | | | | | | | | | | | |
| 9. | | | | | | | | | | X | | | | | | | | | | | |
| 10. | | | | | | | | | | | X | | | | | | | | | | |
| 11. | Izin acara keluarga | | | | | | | | | | | X | | | | | | | | | |
| 12. | Halal bihalal bersama pegawai dan staff Dinas | | | | | | | | | | | | √ | | | | | | | | |

| NO | NAMA KEGIATAN | JUNI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|
| | | Minggu ke-1 | | | | | Minggu ke-2 | | | | | Minggu ke-3 | | | | | Minggu ke-4 | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Merekap nota untuk bahan packaging. | √ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | LIBUR HARI KESAKTIAN PANCASILA. | | X | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Mempersiapkan undangan untuk peserta Bintek Ketrampilan Usaha Produktif di Bidang Packaging. | | | √ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Membantu persiapan acara kegiatan Bintek. | | | | √ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Membantu persiapan acara kegiatan Bintek | | | | | √ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Izin Sakit | | | | | | √ | | | | | | | | | | | | | | |
| 7. | Mengikuti Bintek Ketrampilan Usaha Produktif di Bidang Packaging sekaligus menjadi dirigen. | | | | | | | √ | | | | | | | | | | | | | |
| 8. | Merekap nota acara kegiatan Bintek. | | | | | | | | | √ | | | | | | | | | | | |
| 9. | Membantu para UMKM pengambilan sertifikat dan pengisian formulir Surat Perjalanan Dinas. | | | | | | | | | √ | | | | | | | | | | | |
| 10. | Merekap data UMKM. | | | | | | | | | | √ | | | | | | | | | | |
| 12. | Izin Sakit. | | | | | | | | | | | | √ | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 13. | Izin Sakit. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | √ | | | | | | | | | | |
| 14. | Izin Sakit. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15. | Membantu membuat surat undangan lapangan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



BAB III.

IDENTIFIKASI MASALAH

Berkaitan dengan daya saing dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan dari UMKM itu sendiri. Faktor-faktor tersebut antara lain kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam produksi barang, harga, desain atau model, serta lingkungan kondusif agar UMKM tersebut dapat terus berada di jalur persaingan. Perkembangan UMKM di Kabupaten Grobogan menemui hambatan-hambatan yang berbeda antar satu daerah dengan lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam Pemberdayaan Masyarakat Melalui Asosiasi UMKM di Kabupaten Grobogan dapat diidentifikasi antara lain sebagai berikut :

3.1. Kurangnya Permodalan dari Akses Dari Sumber Lembaga Keuangan

: Masalah ini termasuk masalah utama, umumnya pada sektor UMKM. Akibatnya efektifitas kegiatan produksi para pelaku usaha menjadi terhambat yang mengakibatkan penurunan laba dari usaha tersebut. Pada dasarnya ini adalah permasalahan klasik, para pelaku usaha sering menemui kesulitan dalam mencari modal dari bank karena banyak prosedur dan persyaratan yang mereka tidak bisa penuhi.

3.2. Kurangnya Inovasi Produk Dalam Hal Meningkatkan Daya Saing

Bisnis : Kendala tersebut berkaitan dengan daya inovasi atau pembaharuan dari para pelaku UMKM. Produk UMKM yang dapat menembus ke kancan internasional masih terhitung jari. Hal ini disebabkan karena tidak ada nilai

baru dari produk yang ditawarkan sehingga jelas menghambat daya saing dari produk mereka.

- 3.3. Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia :** Kualitas SDM merupakan salah satu modal terpenting dalam melakukan suatu usaha. Tanpa SDM yang bagus maka pergerakan suatu usaha dapat terhambat bahkan mati. Pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan sebagian besar masih memiliki jiwa kewirausahaan yang rendah, mereka belum berani mengambil langkah untuk lebih jauh maju kedepan. Sehingga kemampuan manajerial para pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan perlu ditingkatkan lagi.
- 3.4. Tidak Adanya Branding :** Branding suatu produk merupakan hal krusial. Kualitas yang baik harus diiringi dengan branding yang baik juga. Branding yang baik dapat membuat produk suatu usaha lebih dikenal luas di masyarakat dan tentunya dapat mengangkat daya saing. Sayangnya banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya branding dari produk nya.
- 3.5. Belum Mengoptimalkan Pemasaran Online :** Pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan beberapa diantaranya masih gagap akan teknologi. Pada masa kini sangat penting untuk memasarkan produk secara online untuk menambah angka distribusi. Kurangnya pengetahuan teknologi masa kini dari beberapa pelaku UMKM di Grobogan membuat usaha mereka tidak cukup untuk menghadapi persaingan. Walaupun banyak juga yang sudah menggunakan pemasaran secara virtual seperti Marketplace, media

sosial, forum dll, tetapi dinilai masih kurang maksimal untuk dapat bersaing secara konsisten.



BAB IV.

KAJIAN PUSTAKA

4.1. Permodalan dan Manajemen Keuangan

4.1.1. Permodalan

Modal merupakan semua hal yang dimiliki perusahaan untuk berjalannya sebuah bisnis selain faktor sumber daya manusia. Modal bisa dikolektifkan untuk mendatangkan pendapatan yang terhubung dengan operasional usaha.

4.1.2. Pengertian Modal

Dalam suatu perusahaan, permasalahan modal merupakan salah satu yang tidak akan pernah berakhir. Hal ini karena masalah modal mengandung banyak aspek. Para ahli keuangan telah mendefinisikan pengertian dari modal dalam suatu putusan pendanaan (Riyanto, 2010:18). Polak (dalam Riyanto, 2010:18) mendefinisikan modal sebagai salah satu kekuatan untuk menggunakan barang-barang modal. Oleh karena itu modal termasuk kedalam neraca sebelah kredit. Barang yang terdapat pada suatu perusahaan namun belum digunakan ialah barang modal. Pengertian modal usaha menurut Listyawan Ardi Nugraha (2011:9) “modal usaha adalah harta yang digunakan sebagai induk untuk berdagang, memutar uang dan sebagainya dalam rangka menghasilkan sesuatu yang sifatnya menambah kekayaan”.

Arti modal yaitu jumlah aset yang digunakan perusahaan untuk aktivitas bisnis. Banyak yang berpendapat bahwa dalam berbisnis modal tidak harus berupa uang.

Adapun sebagaimana diutarakan oleh Bambang Riyanto (1997:19) pengertian modal usaha sebagai intisari neraca perusahaan yang menggunakan modal konkrit (modal aktif) dan modal abstrak (modal pasif).

4.1.3. Sumber Modal Usaha

Tidak bisa dihindari bahwa untuk melakukan wirausaha sangat penting untuk memikirkan sumber dana komersial yang akan digunakan sebagai tahapan awal, terutama pada pelaku UMKM. Sumber dana dapat berasal dari :

1. Modal sendiri (Sumber Internal)

Yang mana menurut Rahayua (2017:27) modal pribadi adalah modal yang bersumber dari pemilik usaha itu sendiri. Bentuknya dapat berupa tabungan, hibah, sumbangan dan lain-lain. Keunggulan dari modal sendiri antara lain :

- a. Tidak ada bunga dan administrasi negara sehingga tidak ada tanggungan bagi perusahaan.
- b. Tanpa tergantung pada pada setoran pemilik modal.
- c. Tanpa menggunakan dengan rumit syarat.

Adapun untuk kelemahannya :

- a. Jumlahnya terbatas.
- b. Pemilik usaha dengan modal sendiri kurang memiliki motivasi sehingga etos usahanya lebih rendah daripada pengguna modal asing.

2. Luar Pemilik (Sumber Eksternal)

Modal eksternal yaitu modal yang diperoleh dari pihak luar, dapat berupa pinjaman. Peminjaman dari pihak luar akan menambah beban bunga dan biaya admin.

Selain itu perusahaan memiliki kewajiban mengembalikan. Sumber dana dari model asing dapat diperoleh dari :

- a. Pinjaman dari pihak perbankan.
- b. Pinjaman dari lembaga keuangan.

Keunggulan modal eksternal adalah :

- a. Jumlahajuan pemijaman tidak terbatas dan tidak terlalu sulit untuk mendapatkannya selama dana yang diajukan masih layak.
- b. Motivasi usaha tinggi, hal ini dikarenakan terdapat tuntutan mengembalikan yang tentunya tidak mudah sehingga etos usahanya lebih baik daripada pemilik usaha modal sendiri.

Kelemahan modal eksternal adalah :

- a. Dikenakan biaya bunga dan administrasi.
- b. Pinjaman harus dikembalikan dalam jangka waktu yang disepakati.

4.1.4. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah proses pemanfaatan sumber daya oleh suatu perusahaan atau organisasi yang harus didasari prinsip-prinsip manajemen yang dimiliki perusahaan. Malayu Hasibuan dalam Irham Fahmi (2013:2) mengatakan bahwa manajemen yaitu ilmu yang digunakan dalam pengaturan berbagai sumber daya dengan efektif dan efisien dalam mencapai tujuan tertentu. Andrew F. Sikula dalam Irham Fahmi (2013:21) mengatakan, manajemen berkaitan dengan kegiatan perencanaan, komunikasi, memotivasi, dan mengambil keputusan oleh setiap organisasi yang bermaksud untuk mengkoordinasi sumber daya yang mereka punya sehingga menjadi efisien dalam menghasilkan jasa atau produk.

Menurut pengertian para ahli, manajemen merupakan ilmu dan seni yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yang didalamnya terdapat pengaturan sistem pengelolaan sumber daya, karyawan, uang, dan waktu yang efektif dan efisien dalam membantu perusahaan mencapai tujuan tertentu.

4.1.5. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah aktivitas perusahaan untuk memperoleh sumber dana, menggunakan dana dan manajemen aktiva untuk mendapatkan kesejahteraan bagi pemegang melalui pemaksimalan penilaian perusahaan.

Menurut Home dan Machowicz Jr. (2012:2) manajemen keuangan yaitu hal yang berkaitan dengan perolehan aset, pendanaan dan manajemen aset dengan didasari beberapa tujuan umum. Sedangkan menurut Kasmir (2012:5) manajemen keuangan yaitu seluruh kegiatan yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan, dan kelola aktiva yang didasari oleh tujuan keseluruhan.

Dari definisi para ahli tersebut, manajemen keuangan merupakan kemampuan suatu perusahaan, yang menyangkut prinsip, konsep dan teori dalam memperoleh dana bagi perusahaan, serta kemampuan mengelola dana dan aset dengan baik untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Mengatur dan dapat mensejahterakan pemilik dan pemangku kepentingan perusahaan. Dari pengertian yang dikatakan para ahli, manajemen keuangan yakni kemampuan suatu perusahaan yang berkaitan dengan prinsip, konsep dan teori dalam mendapatkan dana. Manajemen keuangan juga berkaitan dengan sistem kelola yang baik terhadap aset dan dana untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga tujuan akhirnya ialah mensejahterakan pemilik dan pemangku kepentingan suatu perusahaan.

4.1.6. Pengertian Literasi Keuangan

Sederhana nya, literasi keuangan berarti “melek keuangan”. Literasi keuangan berkaitan dengan pengetahuan, kemampuan, dan keakinan yang berpengaruh terhadap kualitas pengelolaan dan pengambilan keputusan keuangan dalam mencapai kata sejahtera. Secara luas, literasi keuangan dapat juga disebut sebagai pemahaman tentang situasi keuangan yang mungkin akan berdampak pada rumah tangga dalam melakukan pengambilan keputusan secara ekonomi. Sedangkan secara sempit, literasi keuangan berarti mendedukasi dasar-dasar dari manajemen keuangan seperti menabung, investasi dan dana asuransi (gallery , 2010:5).

Otoritas Jasa Keuangan (2014) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan yaitu suatu rangkaian kegiatan meng“*upgrade*” ilmu atau pengetahuan, kompetensi, dan keterampilan secara meluas untuk menjadikan mereka mawas akan situasi keuangan dan lebih baik lagi dalam pengelolaan keuangan.

4.2. Inovasi Produk

4.2.1. Pengertian Inovasi Produk

Inovasi produk ialah upaya pengembangan suatu produk menuju lebih baru dalam rangka mengatasi kejenuhan yang terjadi oleh masyarakat dari produk terdahulu. Kejenuhan masyarakat terhadap produk yang lama menuntut suatu industri manufaktur melakukan upaya inovatif untuk dapat tetap bersaing dengan kompetitor nya. Pembaharuan produk dapat berupa produk pengganti secara total atau berupa pembaruan versi dari produk lama sehingga lebih modern.

Dengan inovasi produk maka dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk tersebut (Indriany, 2013:67-68). Inovasi suatu produk menurut (Kotler dan Keller, 2009:154) merupakan upaya pengenalan suatu produk baru atau sistem baru kepada masyarakat luas sehingga bagi perusahaan merasakan kesuksesan ekonomi dan bagi masyarakat luas merasakan kesuksesan sosial.

4.2.2. Tujuan Inovasi Produk

Inovasi produk bertujuan untuk memenuhi ”demand“ oleh pasar sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing dari perusahaan. Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk inovatif berdasarkan apa yang mereka inginkan. Hal tersebut dikarenakan pelanggan cenderung lebih menaruh minat pada produk inovatif dan sesuai yang mereka inginkan.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan inovasi menunjukkan langkah yang lebih maju. Dalam melakukan inovasi perlu riset untuk mengetahui minat pasar sehingga inovasinya kelak akan relevan dengan kebutuhan pasar.

Tujuan lain dari inovasi juga untuk meningkatkan kualitas, fungsi dan daya tarik suatu produk melalui desainnya. Suatu inovasi juga dapat menekan biaya produksi atau biaya operasional apabila inovasi tersebut memang relevan dengan kebutuhan pelanggan. Garis besar inovasi ialah menyediakan produk atau layanan jasa dengan optimasi yang lebih baik dari yang apa yang ditawarkan sebelumnya.

4.2.3. Tipe Inovasi Produk

Merujuk pernyataan Kotler dan Bes dalam tulisan Aulia, Pendekatan terkait inovasi produk berdasarkan asumsi pasar tetap yaitu :

- a. Inovasi berbasis modulasi

Inovasi berbasis modulasi yaitu melakukan penyesuaian terhadap produk atau jasa dengan menurunkan atau menaikkan karakteristik dasar dari produk tersebut. Lebih menitikberatkan karakteristik fungsional atau fisik dengan menaikkan atau menurunkan.

b. Inovasi berbasis ukuran

Inovasi ini menitikberatkan aspek volume atau jumlah atau ukuran tanpa mengubah karakteristik secara konseptual.

c. Inovasi berbasis kemasan

Inovasi berbasis kemasan menitikberatkan pada tampilan luar suatu produk. Ide besarnya yaitu mempengaruhi pandangan konsumen terhadap suatu produk ke arah yang positif.

d. Inovasi berbasis desain

Inovasi desain yaitu melakukan inovasi suatu produk dengan mengubah tampilan dan desain tanpa mengubah isi dan karakteristik suatu produk.

e. Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer

Inovasi berbasis komplementer yaitu menambahkan material komplementer atau layanan tambahan terkait produk atau jasa dasar. Inovasi ini berarti melakukan penambahan material komplementer atau layanan ekstra dari suatu produk/jasa.

f. Inovasi berbasis pengurangan upaya

Inovasi ini tidak menambah volume produk atau jasa, melainkan meningkatkan ukuran pasar. Inovasi ini dapat dikatakan upaya menaikkan value dengan memperkecil penyebut, bukan memperbesar pembilang.

4.3. Sumber Daya Manusia (SDM)

4.3.1. Pengertian Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia dapat diartikan sekumpulan orang dalam organisasi atau perusahaan yang memberikan pengaruh baik berupa pikiran atau perbuatan untuk tercapainya tujuan organisasi atau perusahaan tersebut. Dalam artian sumber daya manusia bukan hanya tenaga ahli, tenaga pendidikan ataupun yang punya pengalaman saja, melainkan semua pekerja perusahaan dalam melakukan tugas-tugasnya.

Secara etimologis Poerwadarminta menjelaskan, kata “daya” bermakna “asal”, sementara “daya” berarti “kekuatan”. Sedangkan pendapat lain menafsirkan sumber daya berarti alat atau instrumen untuk mencapai suatu tujuan, bahkan kemampuan untuk mendapatkan keuntungan dalam kesempatan tertentu, atau upaya beranjak dari kesulitan sehingga kata sumber daya tidak hanya mengacu pada suatu benda, namun dapat turut serta berproses dalam mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain sumber daya manusia ialah sebuah abstraksi yang merefleksikan pemikiran manusia dan mempunyai hubungan terhadap suatu operasi atau fungsi.

4.3.2. Peranan Pendidikan Dalam Pengembangan SDM

Dikemukakan oleh Soeprihantono, bahwa pendidikan merupakan suatu upaya memperbaiki keterampilan karyawan dengan cara memberikan pengetahuan dasar, pengetahuan ekonomi pada umumnya, termasuk menimbang keputusan dalam menghadapi permasalahan di organisasi. Sementara latihan ialah suatu upaya untuk memperbaiki keterampilan secara praktikal dari seseorang dalam melakukan pekerjaan. Sehingga pendidikan dan pelatihan merupakan suatu langkah untuk mengembangkan sumber daya manusia secara kepribadian dan intelektual, yang mana merupakan suatu proses belajar dalam menguasai suatu bidang. Sedangkan tugas, ialah sesuatu yang merefleksikan kedudukan, tanggung jawab, wewenang dan hak seseorang dalam suatu organisasi. Pelatiha yang dimaksud adalah mentransfer ilmu dan kemampuan praktikal kepada peserta platihan sehingga mereka dapat menerapkan dalam melakukan pekerjaan.

Sastradipoera menuturkan bahwa pengembangan suatu sumber daya manusia mencakup pendidikan terhadap pengetahuan umum serta pemahaman lingkungan secara keseluruhan maupun keterampilan yang relevan terhadap tugas tertentu. Pendidikan sumber daya manusia ialah upaya pengembangan dengan orientasi kedepan yang mencakup pembelajaran serta praktek sistematik yang berfokus pada konsep teoritis dan abstrak.

4.4. Pemasaran

4.4.1. Pengertian Pemasaran

. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga perkembangan internal dan terus mendapatkan laba.

Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga sangat penting bagi suatu perusahaan untuk dapat memuaskan konsumen bagi perusahaan agar produk atau jasa mereka dapat terus menarik hati konsumen.

Pernyataan William J. Stanton yang dikutip oleh Swastha dan Handoko (2004) berpendapat bahwa pemasaran ialah suatu kegiatan yang sistematis dan konseptual dalam menentukan harga, promosi, dan distribusi produk atau jasa yang dapat memenuhi keinginan baik pada konsumen maupun konsumen potensial. Sementara Kotler (2009:19) berpendapat bahwa pemasaran ialah suatu proses sosial dan manajerial dimana suatu kelompok atau individu memperoleh kebutuhan merk dengan menciptakan, menukarkan dan menawarkan produk yang bernilai satu sama lain. Menurut Sunarto (2006) pemasaran yaitu suatu kegiatan untuk memenuhi kepuasan konsumen dengan dua tujuan yaitu menarik konsumen baru dengan menjual nilai yang superior dan mempertahankan konsumen lama dengan terus memenuhi kepuasannya. Pemasaran juga dapat diartikan suatu proses sosial dan manajerial yang dapat membuat suatu individu dan perusahaan memperoleh suatu kebutuhan melalui proses timbal balik melalui dan proses penciptaan, dengan menggunakan bauran pemasaran dalam rangka menyebarluaskan jasa atau produk yang akan dipasarkan.

Merujuk definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa arti pemasaran lebih luas daripada sekedar penjualan.

Pemasaran meliputi bisnis perusahaan, dengan mengidentifikasi apa saja permintaan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan harga produk yang tepat serta menentukan metode promosi dan penjualan.

4.4.2. Pengertian Inovasi

Amabile mendefinisikan inovasi sebagai pengaplikasian dari berbagai ide baru. Kewirausahaan berkaitan erat dengan inovasi Schumpeter (dalam Amabile) menyebutkan bahwa kewirausahaan itu mencakup peramuan berbagai kombinasi dari suatu keseimbangan sebuah industri.

Inovasi dan kreativitas ialah suatu keterampilan individu untuk mendongkrak prestasi kerja. Orang yang mempunyai jiwa kreatif selalu mengasah diri untuk berpikir lebih baik, sehingga terdapat kualitas kerja dan kesadaran yang tinggi. Seorang wirausahawan harus memiliki inovasi dan kreativitas. Theodore Levit berpendapat bahwasanya kreativitas berkaitan dengan pemikiran hal-hal baru dan inovasi adalah menerapkan kreativitas tersebut.

4.4.3. Pengertian Branding

Merujuk pada halaman 15 buku Wirani Swasty berjudul "*Branding*" memahami dan merancang strategi yang diterbitkan pada tahun 2016, dijelaskan bahwa branding ialah suatu program yang berfokus dan memproyeksikan nilai-nilai merek. Program ini terkait penciptaan perbedaan antara produk dan pelanggan pada proses mengambil keputusan konsumen serta pemberian nilai-nilai suatu perusahaan..

Oleh karena itu, branding ialah hasil secara keseluruhan berbentuk (produk, jasa perusahaan). Branding dapat diartikan proses disiplin untuk membangun kesetiaan pelanggan.

Menurut *american marketing association*, brand adalah simbol, tanda, istilah, nama atau rancangan atau kombinasi dari semuanya. Pemberian brand atau merek ditujukan dalam rangka identifikasi produk dan jasa yang ditawarkan sehingga berbeda dari produk milik kompetitor. Branding terkait dengan pengenalan sebuah merek. Kegiatan branding termasuk memikirkan logo, identitas, bahkan filosofi. Terdapat proses perancangan, merencanakan, dan mengenalkan identitas dalam rangka membangun dan memperkuat reputasi (Anholt, 2003:5).

4.4.4. Pemasaran Online

4.4.4.1. Pengertian Pemasaran Online

Menurut Kotler dan Keller (2011), *Online Marketing is effort to market products and services and build customer relationship over the Internet*, Dapat diartikan bahwa pemasaran online merupakan kegiatan memperkenalkan produk pada pelanggan melalui internet. E commerce atau pemasaran online merupakan bentuk penjualan barang atau jasa melalui platform media masa. Suatu usaha dapat melakukan *sel service* dengan melakukan pemasaran di internet. Yang artinya suatu usaha dapat memberikan layanan ke pelanggan tanpa memerlukan tenaga kerja, mengurangi fasilitas dan dapat memangkas alur kerja. *E commerce* dapat digambarkan dengan menyebar informasi tentang barang dan jasa yang dijual melalui internet (Turban et al, 2002).

Pemasaran online juga dapat diartikan sebagai sistem pengenalan produk pada masyarakat secara interaktif. Pemasaran tersebut dapat melalui media dan juga dapat disalurkan dalam bentuk iklan. Salah satu tujuannya dapat menghasilkan tanggapan hingga transaksi tanpa adanya kontak langsung dengan pelanggan. Media pembayaran yang digunakan juga dilakukan secara virtual melalui media yang sudah disepakati.

4.4.4.2. Manfaat Pemasaran Online

Transaksi jual beli secara online mengandung manfaat baik bagi konsumen atau penjual :

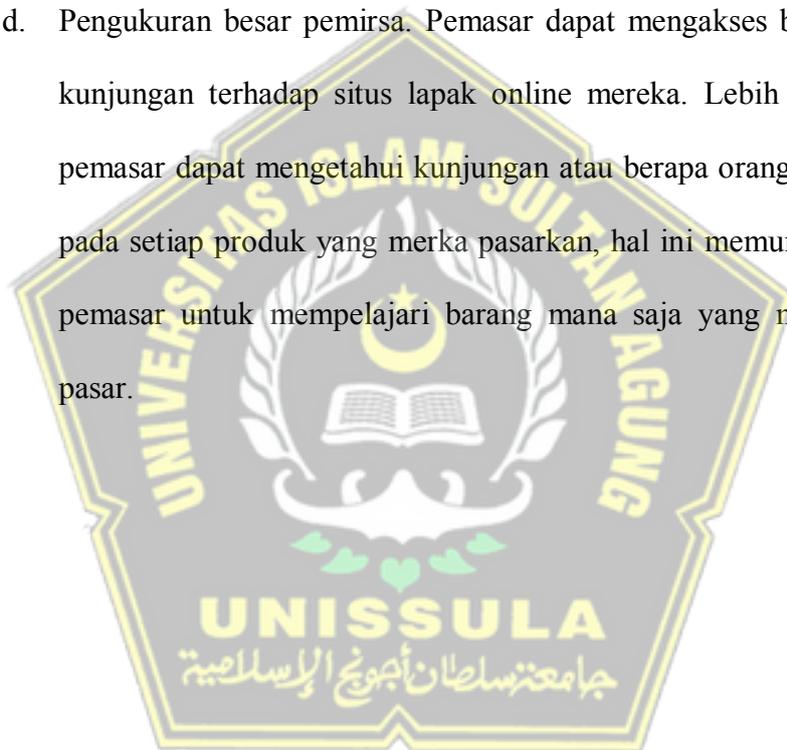
1. Manfaat bagi para pembeli atau pelanggan diantaranya yaitu :
 - a. Kemudahan dalam membeli, karena dapat diakses dimanapun, pelanggan juga tidak perlu bertatapmuka untuk melakukan transaksi.
 - b. Pelanggan dapat mencari informasi tentang si penjual tanpa harus meninggalkan tempat mereka.

Konsumen bisa berkomunikasi untuk menanyakan terkait produk terlebih dahulu secara online kepada penjual, sehingga dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan barang yang dijual.

Adapun manfaat bagi pemasar yaitu :

- a. Penyesuaian yang cepat terhadap kondisi pasar. Para wirausaha dapat dengan cepat menyesuaikan diri terhadap pasar. Seperti mengubah deskripsi produk, mengubah harga, memberi potongan harga dan lain-lain.

- b. Biaya yang lebih rendah. Para penjual dapat menghilangkan biaya sewa, operasional toko, asuransi serta kebutuhan administrasi lainnya. Contohnya mereka dapat menekan biaya percetakan kertas yang mahal untuk membuat katalog.
- c. Pemupukan hubungan. Pemasar dapat berkomunikasi dengan pelanggan untuk membangun relasi dan mempelajari pasar mereka.
- d. Pengukuran besar pemirsa. Pemasar dapat mengakses berapa banyak kunjungan terhadap situs lapak online mereka. Lebih dari itu, para pemasar dapat mengetahui kunjungan atau berapa orang yang melihat pada setiap produk yang mereka pasarkan, hal ini memungkinkan para pemasar untuk mempelajari barang mana saja yang menarik minat pasar.



BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisis

Analisa dari suatu data merupakan bagian penting yang bermanfaat dalam proses telaah dari data-data yang diperoleh. Analisa juga bagian dari proses validasi atas data atau hasil sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, perkembangan Asosiasi UMKM di Kabupaten Grobogan saat ini sedang mengalami hambatan-hambatan dalam masa merintis usahanya. Selama saya magang di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan mengamati ada beberapa hambatan yang sedang dialami para pelaku UMKM. Hambatan tersebut seperti:

5.1.1. Kurangnya Akses Permodalan dari Sumber Lembaga Keuangan

Masalah ini faktor utama yang sedang dialami terutama oleh anggota Asosiasi UMKM Kabupaten Grobogan. Hal ini terjadi karena para pelaku UMKM tidak memahami persyaratan, tata cara prosedur untuk meminjam modal ke pihak lembaga keuangan karena terlalu rumit sehingga pelaku UMKM merasa kesulitan dan tidak bisa terpenuhi. Sedangkan masih banyak para pelaku UMKM belum memiliki modal yang cukup untuk mengembangkan usahanya.

Berdasarkan Tabel 5.1. dapat dilihat pernyataan pertama pada data kuesioner dari 64 responden bahwa pelaku UMKM berpendapat bahwa prosedur peminjaman modal terbilang rumit sehingga mereka mengurungkan niat peminjaman modal. Terdapat 3 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 10 responden Tidak Setuju, 4 responden Ragu-Ragu, 31 responden Setuju dan 16 responden sangat setuju, sehingga ini menunjukkan pelaku UMKM tidak berminat

meminjam modal karena banyak persyaratan yang sulit dan tahapan yang terlalu rumit, sebenarnya modal sebagai salah satu kekuatan penggunaan barang modal. Adapun yang dimaksud dengan barang modal yaitu aset perusahaan yang belum digunakan Polak (dalam Riyanto, 2010:18). Pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan masih banyak yang mengalami hambatan termasuk faktor utamanya mengenai permodalan, hal ini sangat mempengaruhi untuk mengembangkan usahanya karena modal usaha yang nantinya dapat dipergunakan untuk menambah hasil produksinya seperti yang dijelaskan oleh Listyawan Ardi Nugraha (2011:9). Memang sebagian orang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam menjalankan bisnis, tetapi perlu dipahami bahwa modal uang untuk sebuah bisnis sangat diperlukan. Namun kembali lagi bagaimana pelaku UMKM dapat mengelolanya secara optimal agar bisnis usahanya dapat berjalan dengan lancar menurut (amirullah, 2005:7).

Pernyataan kedua dari 64 responden yang menyatakan bahwa pelaku UMKM tidak memahami tata cara dan persyaratan meminjam modal pada bank atau lembaga keuangan terdapat 6 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 7 responden Tidak Setuju, 7 responden Ragu-Ragu, 31 responden Setuju dan 13 responden Sangat Setuju. Dengan 31 responden menjawab setuju dan 13 responden menjawab sangat setuju yang tidak memahami tata cara dan persyaratan meminjam modal pada bank atau lembaga keuangan, hal ini juga akan menghambat pelaku UMKM untuk mengakses permodalan. Padahal kemudahan untuk memperoleh akses permodalan menjadi salah satu hal yang dapat membantu para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya.

Tabel 5.1.
Data Hasil Kuesioner Kurangnya Akses Permodalan dari Sumber Lembaga Keuangan

| No | Pernyataan | Hasil | | | | |
|----|---|---|----|----|----|----|
| | | STS | TS | RR | S | SS |
| 1. | Saya tidak berminat meminjam modal karena persyaratan yang sulit dan prosedur yang terlalu rumit. | 3 | 10 | 4 | 31 | 16 |
| 2. | Saya tidak memahami tata cara dan persyaratan meminjam modal pada bank atau lembaga keuangan. | 6 | 7 | 7 | 31 | 13 |
| 3. | Saya tidak berniat meminjam modal ke bank atau lembaga keuangan karena sudah memiliki modal yang cukup. | 6 | 22 | 22 | 7 | 7 |
| 4. | Saya merasa usaha saya semakin berkembang setelah menambah modal. | 3 | 1 | 11 | 35 | 14 |
| 7. | Bagaimana menurut anda mengenai akses permodalan dan lembaga keuangan bagi UMKM? | <p>Kesimpulan jawaban menurut responden mengenai akses permodalan dan lembaga bagi UMKM mengatakan bahwa sebenarnya akses permodalan dan lembaga keuangan sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM karena dapat membantu para pelaku UMKM untuk merintis dan mengembangkan usahanya akan tetapi dengan banyaknya persyaratan dan prosedur tata cara untuk mengaksesnya sangat rumit sehingga membuat para pelaku UMKM kesulitan dan kebingungan untuk mengajukan ke lembaga keuangan. Pada akhirnya mereka hanya mengandalkan modal sendiri yang sangat terbatas. Pelaku UMKM sangat mengharapkan dengan adanya kemudahan untuk mengakses permodalan dan sumber lembaga keuangan.</p> | | | | |

Secara umum para pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan dalam mengembangkan usahanya masih menggunakan modal sendiri, yang dimaksud

modal sendiri yaitu modal yang diperoleh atau yang dimiliki oleh pelaku usaha itu sendiri (Rahayu, 2017:27).

Pernyataan ketiga dari 64 responden yang menyatakan bahwa pelaku UMKM tidak berniat meminjam modal ke bank atau lembaga keuangan karena sudah memiliki modal yang cukup terdapat 6 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 22 responden menjawab Tidak Setuju, 22 responden menjawab Ragu-Ragu, 7 responden menjawab Setuju dan 7 responden menjawab Sangat Setuju. Dengan adanya 22 responden yang menjawab paling banyak tidak setuju dan 22 responden menjawab ragu-ragu hal ini menunjukkan fakta di lapangan bahwa hanya ada beberapa pelaku UMKM yang menggunakan modal dari sumber eksternal, modal ini bersumber dari perbankan atau lembaga keuangan. Selain itu masih banyak pelaku UMKM yang menggunakan modal internal atau modal sendiri dan modal itu terbatas sekali, ada banyak alasan mengapa mereka tidak memanfaatkan dana pinjaman yang bersumber dari lembaga keuangan lainnya, mereka mengatakan bahwa permodalan sangat dibutuhkan bagi pelaku UMKM guna membantu kelangsungan perkembangan produksi UMKM kedepannya. Akan tetapi masih banyak pelaku UMKM yang mengeluh bahwa akses permodalan belum sepenuhnya dijangkau oleh para UMKM terutama yang baru merintis usahanya. Mereka merasa kesulitan dan terkendala karena tidak memahami tata cara, prosedur dan persyaratan untuk mengajukan ke lembaga keuangan. Dari sisi lembaga keuangan pelaku UMKM kesulitan untuk mengakses keuangan yang pada umumnya memiliki persyaratan pinjaman yang ketat dan bahkan ada yang mengatakan tidak memiliki agunan sebagai jaminan kredit yang

mereka ambil. Sulitnya pelaku UMKM untuk mengakses permodalan maka mengakibatkan mereka cenderung memakai modalnya sendiri yang terbatas untuk mengembangkan usahanya, daripada mengajukan ke lembaga keuangan lainnya.

Pernyataan keempat dari 64 responden yang menyatakan bahwa pelaku UMKM merasa usahanya semakin berkembang setelah menambah modal terdapat 3 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 1 responden menjawab Tidak Setuju, 11 responden menjawab Ragu-Ragu, 35 responden menjawab Setuju dan 14 responden menjawab Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa 35 responden menjawab setuju dan 14 responden menjawab sangat setuju dengan adanya pernyataan jika usahanya berkembang setelah menambah modal, mereka berharap agar akses permodalan persyaratannya tidak sulit, karena modal yang dipinjamkan pihak lembaga keuangan dapat memotivasi mereka untuk mengembangkan usahanya (Kasmir, 2006). Oleh karena itu Otoritas Jasa Keuangan (2014) memberikan pernyataan terkait krusialnya literasi keuangan dalam rangka menambah pengetahuan, keterampilan konsumen dan masyarakat luas untuk dapat lebih baik lagi dalam pengelolaan finansial sesuai kebutuhan sehingga dapat lebih bermanfaat.

5.1.2. Kurangnya Inovasi Produk Dalam Hal Meningkatkan Daya Saing Bisnis

Para pelaku UMKM sering mengalami masalah seperti ini, mereka kurang berinovasi untuk mengembangkan produknya. Sedangkan yang mereka inginkan dengan banyaknya variasi produk maka dapat memperluas segmetasi pasar, mereka belum bisa memaksimalkan selera konsumen yang beragam. Produk yang

mereka jual hanya itu-itu saja sehingga membuat para pelaku UMKM kurang berdaya saing mengenai produk yang mereka jual.

Berdasarkan Tabel 5.2. dapat dilihat pernyataan pertama pada data kuesioner dari 64 responden menyatakan bahwa dengan adanya variasi produk maka pelaku UMKM dapat memperluas segmentasi pasar karena selera konsumen beragam terdapat 1 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 1 responden menjawab Tidak Setuju, 28 responden menjawab Ragu-Ragu, 14 responden menjawab Setuju dan 20 responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dilihat bahwa 20 responden menjawab Sangat Setuju untuk melakukan inovasi agar produknya bervariasi dapat memperluas segmentasi pasar, sisanya sebanyak 28 responden menjawab Ragu-Ragu terhadap pernyataan tersebut artinya pelaku UMKM menyadari bahwa untuk bisa bersaing dengan produk-produk kompetitor dibutuhkan adanya inovasi agar bisa memperluas segmentasi pasar mengingat selera konsumen sangat beragam. Dengan berkembangnya bidang usaha termasuknya UMKM di Kabupaten Grobogan pasti akan banyak juga bermunculan usaha yang sejenis, hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan dagang. Menghadapi dagang yang cukup kompetitif, pelaku UMKM harus memiliki cukup daya saing agar bisnisnya dapat terus bertahan di tengah persaingan dengan UMKM lain yang menjalankan bisnis sejenis (Satyagraha, 1994). Akan tetapi pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan sebagian masih mengalami hambatan untuk menginovasi produknya untuk bersaing di pasaran. Tujuan adanya inovasi produk adalah agar pelaku UMKM dapat menuruti

kemauan pasah, yang pada akhirnya inovasi tersebut menjadi keunggulan tersendiri.

Tabel 5.2.
Data Hasil Kuesioner Kurangnya Inovasi Produk Dalam Hal Meningkatkan Daya Saing

| No | Pernyataan | Hasil | | | | |
|----|---|--|----|----|----|----|
| | | STS | TS | RR | S | SS |
| 1. | Dengan adanya variasi produk maka dapat memperluas segmentasi pasar karena selera konsumen berbeda. | 1 | 1 | 28 | 14 | 20 |
| 2. | Inovasi produk diperlukan agar nilai jual produk meningkat. | 1 | 5 | 7 | 26 | 25 |
| 3. | Penggunaan bahan baku harus dimanfaatkan secara maksimal agar tercipta variasi produk. | 1 | 6 | 4 | 30 | 23 |
| 4. | Inovasi apa yang anda lakukan agar produk anda bisa bersaing dengan produk lain? | Kesimpulan jawaban menurut responden mengenai inovasi apa yang akan pelaku UMKM agar produknya bisa bersaing dengan produk lain yaitu dengan cara menciptakan produk yang tidak sama dengan yang lain dan berkualitas, ide tersebut harus sekreatif mungkin. Pelaku UMKM selalu mengikuti selera konsumen dan selalu berkreasi dalam mengolah makanan. Dalam menginovasi pelaku UMKM tetap menjaga kualitas produk dan promosi pemasaran. Melihat pangsa pasar harus tetap diperhatikan. Memanfaatkan bahan baku yang ada termasuk hal inovasi. Dengan selalu perbaiki produk agar bisa berdaya saing, selalu melakukan eksplorasi terhadap produk dan layanan sendiri mulai dari hal terkecil hingga terbesar untuk meningkatkan kualitas produk. Lengkapi juga katalog produk dengan lebih banyak pilihan agar konsumen dapat lebih mudah menemukan barang yang diinginkan dan juga dapat memberikan promo untuk memberikan variasi pilihan yang dibutuhkan pelanggan. | | | | |

Selain itu, pelaku UMKM perlu untuk benar-benar melakukan riset dalam rangka mempelajari kemauan konsumen dari produk nya.

Pada pernyataan kedua dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden menyatakan inovasi produk diperlukan agar nilai jual produk meningkat terdapat 1 responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju, 5 responden menjawab Tidak Setuju, 7 responden menjawab Ragu-Ragu, 26 responden menjawab Setuju dan 25 responden menjawab Sangat Setuju. Dengan jawaban 26 responden menjawab setuju dan 25 responden menjawab sangat setuju dapat ditunjukkan bahwa dengan inovasi produk seperti itu pelaku UMKM harus mampu menciptakan produk baru yang tidak sama dengan yang lain dan mampu meningkatkan nilai jual produk. Konsumen relatif lebih tertarik dengan produk yang mempunyai fitur yang menarik. Akan tetapi para pelaku UMKM belum bisa maksimal untuk menginovasi produknya sehingga untuk meng *up to date* produknya masih ketinggalan dengan UMKM lainnya (Indriany, 2013:67-68). Dalam persaingan ketat dan perkembangan pesat di era global kreativitas merupakan suatu atribut yang wajib dimiliki untuk terus menjaga konsistensi dan bertahan dalam persaingan.

Pada pernyataan ketiga dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden menyatakan penggunaan bahan baku harus dimanfaatkan secara maksimal agar tercipta variasi produk. Terdapat 1 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 6 responden menjawab Tidak Setuju, 4 responden menjawab Ragu-Ragu, 30 responden menjawab Setuju dan 23 responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dilihat bahwa 30 responden setuju dan 23

responden sangat setuju dengan pernyataan penggunaan bahan baku harus dimanfaatkan secara maksimal agar tercipta variasi produk. Terbatasnya bahan baku diharapkan dapat mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan bahan baku yang ada agar tetap bisa berinovasi, hal ini dilakukan agar terciptanya produk yang berbeda dengan yang lain agar konsumen tidak jenuh. Sebenarnya para pelaku UMKM belum bisa memanfaatkan bahan baku yang ada, tetapi mereka menganggap bahwa hasil produksinya sudah cukup. Padahal konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut produsen agar dapat memenuhi selera konsumen yang beragam. Dengan banyaknya inovasi produk maka akan dapat lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas (Kotler, 2009:154).

5.1.3. Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia

Sebagian pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan masih memiliki jiwa kewirausahaan yang rendah, mereka merasa putus asa jika suatu saat mengalami kegagalan dalam usahanya dan belum berani mengambil risiko apabila diminta untuk pengembangan usahanya, masih ada yang kebingungan apabila ditanya mengenai asal-usul produk yang dijual, jiwa solidaritasnya untuk berkontribusi antar sesama anggota Asosiasi UMKM masih kurang. Oleh karena itu, kualitas Sumber Daya Manusia perlu ditingkatkan lagi.

Berdasarkan Tabel 5.3 dapat dilihat pernyataan pertama pada data kuesioner dari 64 responden menyatakan bahwa pelaku UMKM merasa putus asa ketika mengalami kegagalan dalam merintis usahanya. Terdapat 20 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 7 responden menjawab Tidak Setuju, 5 responden menjawab Ragu-Ragu, 7 responden menjawab Setuju dan 25

responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dilihat 20 responden menjawab sangat tidak setuju dan 25 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan mereka putus asa ketika mengalami kegagalan dalam merintis usahanya, yang menjawab sangat tidak setuju diartikan mereka siap jika nantinya mengalami kegagalan usaha atau hambatan yang akan terjadi kedepannya namun banyak juga yang menjawab bahwa mereka sangat setuju jika mengalami putus asa ketika mengalami kegagalan dalam usahanya dapat diartikan mereka belum siap jika hal tersebut terjadi. Pelaku UMKM sadar, dimana kegagalan bukanlah suatu akhir. Hal itu merefleksikan sikap-sikap yang mengarah kearah kesuksesan. Dalam kehidupan, Sumber Daya Manusia memegang peran vital dalam setiap aspek Tanpa sumber daya yang mumpuni, kegiatan dengan fasilitas memadai pun tidak akan dapat berjalan baik. Sumber Daya Manusia merupakan modal terpenting dari sebuah kehidupan atau organisasi. Dengan adanya kompetensi Sumber Daya Manusia yang meliputi pengetahuan, keterampilan dan kemampuan seseorang akan mampu menganalisis setiap peluang yang ada. Hal ini didukung oleh (Poerwadarminta) menyatakan bahwa sumber daya merupakan suatu instrumen untuk mencapai tujuan atau kebiasaan seseorang dalam memanfaatkan peluang tertentu atau untuk lolos dari belenggu kesulitan, sehingga sumber daya tidak saja bermakna sebagai objek tapi terdapat peran serta nya dalam suatu proses, yaitu fungsi operasional dalam menggapai tujuan tertentu yang pada akhirnya mencapai puncak kesuksesan.

Pada pernyataan kedua dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden menyatakan pelaku UMKM merasa kebingungan apabila

Tabel 5.1.3

Data Hasil Kuesioner Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia

| No | Pernyataan | Hasil | | | | |
|----|--|---|----|----|----|----|
| | | STS | TS | RR | S | SS |
| 1. | Saya merasa putus asa ketika mengalami kegagalan | 20 | 7 | 5 | 7 | 25 |
| 2. | Saya merasa kebingungan apabila ditanya mengenai asal-usul produk saya | 18 | 7 | 5 | 6 | 28 |
| 3. | Saya berani mengambil risiko apabila memang diperlukan untuk mengembangkan usaha | 29 | 2 | 7 | 13 | 13 |
| 4. | Saya mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan | 1 | 29 | 8 | 6 | 20 |
| 5. | Saya merasa kurang bisa bekerjasama dan berkontribusi baik antar sesama anggota Asosiasi UMKM | 14 | 5 | 10 | 8 | 27 |
| 6. | Bagaimana anda meningkatkan kualitas SDM yang ada? | Kesimpulan jawaban menurut irisponden mengenai bagaimana pelaku UMKM meningkatkan kualitas SDM yang ada, mereka ingin mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dengan sungguh-sungguh, serta dapat bertanggung jawab, dapat dipercaya, memiliki pemikiran yang kreatif, tanggap terhadap berbagai situasi. Dengan mengikuti pelatihan maka dapat menambah skill. Dengan mengupgrade kemampuan agar kinerjanya berkembang. Dengan cara merangkul dan saling memotivasi antar pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan kualitas SDM pelaku UMKM. | | | | |

ditanya mengenai asal-usul produknya. Terdapat 18 responden menjawab Sangat

Tidak Setuju, 7 responden menjawab Tidak Setuju, 5 responden menjawab

Ragu-Ragu, 6 responden menjawab Setuju dan 28 responden menjawab Sangat

Setuju. Artinya 28 responden hasil terbanyak menyatakan bahwa pelaku UMKM belum mengetahui asal-usul produk yang dijualnya, hal ini berpengaruh pada pengetahuan pelaku UMKM yang terbatas sehingga mereka kebingungan mengenai asal-usul produknya sendiri. Pengetahuan yaitu seperti penguasaan ilmu dan teknologi yang dimiliki pelaku UMKM yang diperoleh melalui pembelajaran selama hidupnya.

Pada pernyataan ketiga dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden menyatakan pelaku UMKM berani mengambil risiko apabila memang diperlukan untuk mengembangkan usahanya. Terdapat hasil 29 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 2 responden menjawab Setuju, 7 responden menjawab Ragu-Ragu, 13 responden menjawab Setuju dan 13 responden menjawab Sangat Setuju. Artinya 29 responden hasil terbanyak menunjukkan bahwa mereka tidak berani mengambil risiko apabila memang diperlukan untuk pengembangan usahanya. Berdasarkan teori menurut Wibowo (2010:34) permasalahan yang sering muncul dalam pengembangan usaha yang dialami pelaku UMKM yakni rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia, dapat dilihat bahwa masih banyak pelaku UMKM yang kurang berani mengambil risiko, hal ini terlihat dari pengamatan saya selama magang terjun langsung di lapangan. Menurut Saiman (2014:57) keberanian pengambilan risiko dalam berwirausaha merupakan bentuk keinginan untuk mencoba walaupun ada rasa malu dan takut. Pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan harus berani mengambil risiko dan bertanggung jawab. Sikap tersebut nantinya dapat menjadikan seseorang untuk memiliki pola pikir matang, kedewasaan, perilaku dan atribut

untuk menjadi seorang wirausaha (Anggraini, 2016:5). Suryana (2014:34) mengatakan bahwa seorang wirausaha harus berani mengambil risiko, karena risiko merupakan tantangan untuk mencapai kesuksesan karena tanpa adanya risiko maka pelaku UMKM tidak akan pernah berhasil dalam menjalankan usahanya.

Pada pernyataan keempat dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden bahwa pelaku UMKM mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan. Terdapat 1 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 29 responden menjawab Tidak Setuju, 8 responden menjawab Ragu-Ragu, 6 responden menjawab Setuju dan 20 responden menjawab Sangat Setuju. Artinya 29 responden hasil terbanyak menjawab tidak setuju dari hasil tersebut, terdapat pelaku UMKM yang tidak aktif dan belum tergabung dalam Asosiasi UMKM mereka hanya sebagai pelaku UMKM dan tidak mengikuti kegiatan rutin setiap bulannya bahkan tidak ikut dalam pelatihan-pelatihan yang difasilitasi oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan dikarenakan kurangnya informasi. Padahal dampak positif dari mengikuti pelatihan sangat banyak dan bermanfaat seperti yang sudah dikatakan oleh Hamalik (2005:10) bahwa pelatihan adalah proses yang meliputi serangkaian tindakan atau upaya yang sengaja dilakukan dalam bentuk dukungan kepada pelaku UMKM yang dimentor oleh praktisi dan pelatih profesional yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam bidang berwirausaha, hal ini akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam suatu usahanya.

Pada pernyataan kelima dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden menyatakan bahwa pelaku UMKM merasa kurang bisa bekerjasama dan berkontribusi baik antar sesama anggota Asosiasi UMKM. Terdapat Sebagian pelaku UMKM masih ada yang belum bisa berkontribusi antar sesama anggota Asosiasi UMKM dan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan. Terdapat 14 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 5 responden menjawab Tidak Setuju, 10 responden menjawab Ragu-Ragu, 8 responden menjawab Setuju dan 27 responden menjawab Sangat Setuju. Artinya 27 responden yang menjawab sangat setuju menyatakan mereka kurang berkontribusi. Disisi lain, para pelaku UMKM masih memiliki jiwa rendahnya kualitas SDM bergantung oleh peran pendidikan dalam proses pengembangan Kualitas SDM seperti yang dikatakan oleh Sastradipoera, pengembangan sumber daya mencakup baik pelatihan yang meningkatkan pengetahuan umum dan tentang pemahaman lingkungan umum dan pelatihan yang meningkatkan keterampilan untuk melaksanakan tugas yang spesifik. Pendidikan Sumber Daya Manusia adalah proses perkembangan jangka panjang yang mencakup dan praktik sistematis yang menekankan pada konsep teoritis maupun abstrak. Disisi lain pelaku UMKM perlu adanya dorongan motivasi agar dapat meningkatkan kemampuan solidaritas. Oleh karena itu, kemampuan manajerialnya para pelaku UMKM perlu ditingkatkan lagi guna mengurangi rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia.

5.1.4. Tidak Adanya Branding

Masalah ini masih banyak juga yang dialami oleh pelaku UMKM seperti mereka masih ada yang kebingungan dalam membuat branding dan packaging untuk produknya sehingga masih banyak kesamaan dengan produk lain, akan tetapi yang mereka inginkan dengan membuat logo bertujuan agar produk yang mereka jual dikenal oleh konsumen sehingga dapat menimbulkan kesan keyakinan, hal ini perlu adanya strategi untuk meningkatkan branding agar tetap menarik dan bertahan.

Berdasarkan Tabel 5.4. dapat dilihat pernyataan pertama pada data kuesioner dari 64 responden menyatakan bahwa pelaku UMKM masih kebingungan dengan branding pada sebuah produk yang mereka jual sehingga masih banyak kesamaan dengan yang lain. Terdapat 6 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 11 responden menjawab Tidak Setuju, 4 responden menjawab Ragu-Ragu, 16 responden menjawab Setuju dan 27 responden menjawab Sangat Setuju. Artinya 16 dan 27 responden menjawab setuju menunjukkan bahwa masalah tersebut memang benar terjadi dan mereka mengatakan bahwa logo serta packaging yang mereka jual masih ada kesamaan dengan produk lain, pemilihan nama dari suatu brand merupakan hal yang sangat penting dan setiap pelaku UMKM pasti memiliki konsep nama yang berbeda-beda. Padahal mereka membuat logo bertujuan agar produknya dikenal oleh konsumen. Sebenarnya branding tidak hanya bertujuan untuk memastikan bahwa logo atau merek agar dikenal oleh masyarakat, akan tetapi branding dibuat untuk

membuat citra atau *positioning statement* dari produsen yang nantinya dikenal oleh konsumen.

Tabel 5.4.

Data Hasil Kuesioner Tidak Adanya Branding

| No | Pernyataan | Hasil | | | | |
|----|--|---|----|----|----|----|
| | | STS | TS | RR | S | SS |
| 1. | Saya masih bingung dalam membuat merek atau logo dan kemasan sehingga masih banyak kesamaan dengan produk lain | 6 | 11 | 4 | 16 | 27 |
| 2. | Saya membuat logo bertujuan agar produk saya dikenal oleh para konsumen | 1 | 0 | 21 | 18 | 24 |
| 3. | Merek atau logo saya menimbulkan kesan keyakinan | 1 | 0 | 30 | 12 | 21 |
| 4. | Bagaimana strategi anda agar branding anda bertahan dan menarik? | <p>Kesimpulan jawaban menurut responden mengenai strategi apa yang akan dilakukan pelaku UMKM agar branding tetap bertahan dan menarik mereka akan melakukan pembaruan dan membuat branding menjadi lebih baik dari sebelumnya minimal setahun sekali. Dengan membuat merek yang mudah diingat dan diucapkan oleh konsumen.</p> <p>Tetap konsisten meningkatkan promosi, bersedia menerima masukan dari konsumen, selalu update mengenai foto produk, agar konsumen dan calon konsumen notice dan melakukan quality control</p> | | | | |

Hal ini didukung oleh Anholt (2003:5) mengatakan bahwa dengan membuat brand akan mencakup identitas maupun logo. Branding merupakan proses perancangan desain, merencanakan dan menginformasikan nama serta identitas untuk membangun reputasi.

Pada pernyataan kedua dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden menyatakan bahwa membuat logo bertujuan agar produknya dikenal oleh para konsumen. Terdapat 1 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 0 responden menjawab Tidak Setuju, 21 responden menjawab Ragu-Ragu, 18 responden menjawab Setuju dan 24 responden menjawab Sangat Tidak Setuju. Artinya masih banyak responden ragu-ragu dan sangat setuju akan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masalah tersebut benar terjadi. Mengingat betapa pentingnya logo bagi sebuah brand, dalam proses pembuatan logo harus dipikir secara matang. Kurangnya kesadaran akan pentingnya brand dan logo dikalangan pelaku UMKM hal ini yang menjadi penyebabnya. Dalam membangun sebuah merek tidak hanya sebatas melakukan kegiatan komunikasi pemasaran, namun yang terpenting adalah menunjukkan nilai tertinggi yang dapat diteruskan ke pelanggan atau konsumen, pelaku UMKM mulai memperbaiki kualitas produk hingga inovasi produk. Menurut *american marketing association* mengatakan bahwa dalam menanamkan nama merek kedalam benak konsumen perlu pencarian ciri khas atau perbedaan diantara produk lain dengan kategori yang sama. Tujuannya agar konsumen memiliki ingatan terkait merek dari suatu produk walaupun dibandingkan dengan produk berkategori sama. Selanjutnya pelaku UMKM harus mampu membangun strategi agar produk yang dimiliki mempunyai keunggulan masing-masing dan keunggulan tersebut menjadi pengenalan maupun daya ingat terhadap konsumen.

Pada pernyataan ketiga dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden menyatakan bahwa merek atau logo mereka menimbulkan

kesan keyakinan. Terdapat 1 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 0 responden menjawab Tidak Setuju, 30 responden menjawab Ragu-Ragu, 12 responden menjawab Setuju dan 21 responden menjawab Sangat Setuju. Artinya 30 responden menjawab ragu-ragu mengenai keyakinan brand produk yang mereka jual. Dalam menumbuhkan kepercayaan atau keyakinan konsumen tidaklah mudah, karena banyaknya pelaku UMKM lainnya yang juga berusaha mencari keyakinan dari konsumen lainnya.

5.1.5. Belum Mengoptimalkan Pemasaran Online

Masih ada beberapa pelaku UMKM yang belum paham mengenai pemasaran online, sehingga mereka akan kesulitan untuk mendistribusikan produknya. Menurut pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan pemasaran online terlalu rumit dan akan menyita waktu, padahal dengan adanya pemasaran online akan membuat efektif dan efisien untuk mengenalkan produknya ke masyarakat luas, sehingga pemasaran online bagi pelaku UMKM saat ini belum optimal.

Berdasarkan Tabel 5.5. dapat dilihat pernyataan pertama pada data kuesioner dari 64 responden menyatakan bahwa pelaku UMKM selalu melakukan penjualan secara online. Terdapat 10 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 24 responden menjawab Tidak Setuju, 5 responden menjawab Ragu-Ragu, 8 responden menjawab Setuju dan 17 responden menjawab Sangat Setuju. Artinya 24 responden menyatakan bahwa mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, mereka belum sepenuhnya melakukan penjualan secara online. Pelaku UMKM sebagian besar masih melakukan

penjualan dengan cara tradisional untuk menjual produknya dan tentunya dengan pemasaran yang minim pula.

Tabel 5.5.
Data Hasil Kuesioner Belum Mengoptimalkan Pemasaran Online

| No | Pernyataan | Hasil | | | | |
|----|---|--|----|----|----|----|
| | | STS | TS | RR | S | SS |
| 1. | Kami selalu melakukan penjualan secara online | 10 | 24 | 5 | 8 | 17 |
| 2. | Saya selalu melakukan komunikasi dan pelayanan secara digital dengan pelanggan | 5 | 27 | 6 | 13 | 13 |
| 3. | Menurut saya pemasaran online untuk promosi terlalu rumit dan menyita waktu | 11 | 15 | 12 | 21 | 5 |
| 4. | Menurut saya pemasaran online dapat memudahkan konsumen untuk memesan produk | 1 | 9 | 24 | 7 | 23 |
| 5. | Menurut saya pemasaran online untuk promosi dapat membuat efektif dan efisien untuk mengenalkan produk ke masyarakat luas | 1 | 22 | 8 | 12 | 21 |
| 6. | Apakah pemasaran online dapat optimal dalam memasarkan produk? | Kesimpulan jawaban menurut responden mengenai pemasaran online apakah dapat optimal dalam memasarkan produknya, jawabannya yaitu hampir keseluruhan dominan menjawab bahwa pemasaran online saat ini belum, mereka masih menggunakan pemasaran secara offline dan beranggapan lebih optimal dengan pemasaran offline. Pelaku UMKM belum paham dan bisa memanfaatkan pemasaran online dengan maksimal, asumsi mereka dengan adanya pemasaran online akan menyita waktu dan membuat waktu tidak efektif dan efisien. | | | | |

Salah satu alasan hal ini dapat terjadi karena pelaku UMKM malas untuk menekuni konsumen yang membeli produk mereka dengan jumlah yang sedikit.

Ditambah pengetahuan untuk memasarkan produk secara online sangat minim. Sebenarnya berjualan secara online atau biasa disebut bisnis online dapat diartikan dimana suatu aktivitas yang dilakukan perseorangan atau komunitas untuk mendapatkan keuntungan dan berbagi informasi dengan memanfaatkan jaringan internet yang telah tersedia. Secara umum media online merupakan media yang mendukung adanya interaksi sosial. Hal ini didukung oleh Sugeng Cahyono (2016:142) mengatakan bahwa media sosial yaitu suatu teknologi yang berbasis web yang mengubah suatu komunikasi kedalam dialog interaktif. Ada beberapa contoh situs media sosial yang sangat populer saat ini adalah facebook, instagram, whatsapp, blog dan masih banyak lagi. Dengan adanya media sosial ini diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan dalam berbisnis secara online agar mampu bersaing dengan yang lain.

Pada pernyataan kedua dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden menyatakan bahwa pelaku UMKM selalu melakukan komunikasi dan pelayanan secara digital dengan pelanggan. Terdapat 5 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 27 responden menjawab Tidak Setuju, 6 responden menjawab Ragu-Ragu, 13 responden menjawab Setuju dan 13 responden menjawab Sangat Setuju. Artinya 27 responden hasil terbanyak bahwa tidak setuju jika melakukan komunikasi dan pelayanan secara digital dengan pelanggan. Banyak faktor yang mempengaruhinya, masalah terkait dengan pelayananan digital untuk saat ini sangat penting karena di era yang serba digital dimana hampir semua aktivitas menggunakan bantuan teknologi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan

melalui media tertentu untuk menghasilkan tujuan dengan mengharapkan *feedback*. Jika pelaku UMKM menggunakan layanan digital dengan baik serta proses bisnis digital dan komunikasi digital dengan baik akan berdampak positif terhadap konsumennya.

Pada pernyataan ketiga dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden menyatakan bahwa pelaku UMKM jika pemasaran online untuk promosi terlalu rumit dan menyita waktu. Terdapat 11 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 15 responden menjawab Tidak Setuju, 12 responden menjawab Ragu-Ragu, 21 responden Setuju dan 5 responden menjawab Sangat Setuju. Artinya 21 responden yang menjawab setuju bahwa menurut mereka pemasaran online terlalu rumit dan menyita waktu. Banyak kasus dari pelaku UMKM yang menganggap remeh manfaat *e-commerce* itu sendiri. Mereka beranggapan bahwa penggunaan *e-commerce* hanya akan menyita waktu dan menunda usahanya berkembang, mereka tidak mempertimbangkan sisi positifnya yang akan dikemudian hari. Selain itu pelaku UMKM masih kebingungan dengan memanfaatkan gadgetnya, padahal pemasaran online mempunyai dampak positif serta negatif pada bisnis usaha. Dampak positif yang dikemukakan oleh Lakshmi, Mahboob and Chudhary (2017) yakni penyebaran informasi yang lebih cepat kepada konsumen, menjangkau konsumen pada area yang lebih luas, teknologi merupakan asset untuk bisnis, memberikan lebih banyak pilihan dengan mengkreasikan media yang merupakan kombinasi dari audio, visual, teks dan media interaktif. Selain dampak positif, dampak negatif yang ditimbulkan media sosial terhadap bisnis usaha menurut Lakshmi, Mahboob

and Chudhary (2017) yaitu meningkatkan kekuatan konsumen karena publisitas buruk, ketidakpuasan konsumen juga lebih cepat menyebar.

Pada pernyataan keempat dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden pelaku UMKM menyatakan pemasaran online dapat memudahkan konsumen untuk memesan produknya. Terdapat 1 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 9 responden menjawab Tidak Setuju, 24 responden menjawab Ragu-Ragu, 7 responden menjawab Setuju dan 23 responden menjawab Sangat Setuju. Artinya 24 responden ragu-ragu dengan pernyataan ini mereka ingin memasarkan produknya lewat media online agar memudahkan pelanggannya, akan tetapi mereka belum bisa memanfaatkannya secara maksimal sehingga muncul lah perasaan ragu-ragu. Oleh karena itu pemasaran online yang lebih dikenal dengan *e-commerce* yakni konsep yang menggambarkan suatu proses jual beli barang melalui jaringan internet, hal ini menggambarkan pelaku UMKM dapat memberikan pelayanan kepada konsumen atau pelanggan tanpa menyita waktu justru membuat waktu menjadi lebih efektif dan efisien (Turban et al, 2002). Hal ini juga didukung oleh Jenu Widjaja Tanjung (2011) yang mengatakan bahwa dengan menggunakan akses internet dapat memberikan anggaran pemasaran yang efisien dan biaya yang rendah. Buktinya banyak perusahaan yang mencoba menawarkan berbagai macam produk usahanya melalui internet. Dampak positif *e-commerce* dirasakan juga oleh pelanggan yaitu menawarkan opsi lebih banyak sehingga memungkinkan pelanggan untuk melakukan seleksi produk dan bertransaksi secara nonstop dari berbagai lokasi.

Pada pernyataan kelima dapat dilihat bahwa data kuesioner menunjukkan dari 64 responden pelaku UMKM menyatakan pemasaran online untuk promosi dapat membuat efektif dan efisien untuk mengenalkan produk ke masyarakat luas. Terdapat 1 responden menjawab Sangat Tidak Setuju, 22 responden menjawab Tidak Setuju, 8 responden menjawab Ragu-Ragu, 12 responden menjawab Setuju dan 21 responden menjawab Sangat Setuju. Artinya 22 responden pada kenyataannya tidak setuju jika pemasaran online untuk promosi akan membuat waktu efektif dan efisien. Berdasarkan kajian dalam sudut pandang islam, penggunaan media sosial dinilai penting karena dapat memepererat persaudaraan serta dapat membantu penyebaran informasi secara cepat dan mudah. Dengan adanya media sosial sangat membantu para pelaku UMKM dengan mudah melakukan kegiatan pemasaran tanpa mengeluarkan modal yang tinggi. Penggunaan media sosial merupakan salah satu cara yang paling penting bagi pelaku UMKM untuk menguasai pasar. Hal ini dikarenakan kemudahan internet memberikan manfaat bagi semua orang. Liang & Turban terdapat dalam (Marliya & Wahyono, 2016) proses penyebaran informasi begitu mudah dan cepat, hanya perlu mengupload gambar produk di media sosial, maka iklan tersebut dapat dilihat oleh pengguna internet diseluruh dunia. Bahwasanya memang media sosial begitu penting dan memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat. Dengan kemajuan teknologi yang ada membuat aktivitas menjadi efektif dan efisien. Hanya dengan memegang gadget, segala keinginan dan kebutuhan dapat terpenuhi dengan mudah. Hampir setiap pelaku UMKM memiliki media sosial, bahkan biasanya lebih dari satu akun. Hal ini bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan

produk usahanya secara gratis. Selain itu untuk mempromosikan produk, media sosial juga dimanfaatkan untuk membangun komunikasi dengan konsumen atau pelanggan.

5.2. Pembahasan

5.2.1. Kurangnya Permodalan dari Akses Dari Sumber Lembaga Keuangan

Penelitian ini sangat mendukung karena di Negara yang berkembang dimana Dunia tentang permodalan sebagai salah satu faktor yang menghambat pertumbuhan ekonomi termasuk pada sektor UMKM (lihat Ariawati, 2005; Hafisah, 2004; Kallon dkk, 1990; Okpara 2011; Rosid, 1998; Sulistio dan Mansur, 2010). Minimnya modal yang dialami oleh pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan menjadi faktor penghambat untuk mengembangkan usahanya. Dilihat kesimpulan dari data hasil kuesioner bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan cenderung menggunakan modalnya sendiri dalam menjalankan usahanya (Okpara, 2011) oleh karena itu dimana akses permodalan masih menjadi isu penting dalam pengembangan UMKM.

Beberapa pelaku UMKM yang menyatakan bahwa mereka lebih cenderung menggunakan modalnya sendiri yang jumlahnya relative terbatas sehingga akan mempengaruhi perkembangan usahanya. Dari hasil data kuesioner 64 responden diperoleh kesimpulan bahwa hal ini disebabkan karena lemahnya akses terhadap pembiayaan sehingga pelaku UMKM tidak dapat memenuhi persyaratan, tata cara dan prosedur yang diberikan oleh pihak lembaga keuangan yang terlalu rumit. Selain itu tidak adanya agunan yang diberikan dengan jumlah pembiayaan yang diajukan. Faktor agunan serta terbatasnya kemampuan dalam

memenuhi persyaratan yang terlalu rumit merupakan faktor yang menyebabkan lemahnya akses UMKM terhadap pembiayaan (Gray et al, 1997; Kiggundu, 1998; Pramuka dkk, 2010; Trulsson, 1997; Ulfah dkk, 2009; Van Dijk, 1995).

Menurut pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan usaha dapat berkembang apabila para pelaku UMKM mendapatkan tambahan modal untuk usahanya. Pelaku UMKM berharap adanya kemudahan dari pihak lembaga keuangan guna mengajukan permohonan dana dengan prosedur dan persyaratan yang tidak rumit. Modal dalam UMKM memegang peranan penting karena dengan adanya modal yang cukup stabil pelaku UMKM dapat meningkatkan dan mengembangkan usahanya. Mengingat adanya permasalahan ini perlu diperhatikan lagi, pelaku UMKM berharap adanya kemudahan dalam akses pengajuan ke lembaga keuangan.

Adanya permasalahan seperti ini, pelaku UMKM perlu menerapkan manajemen keuangan. Manajemen keuangan sangat penting bagi pelaku UMKM, untuk mempertahankan kondisi dan kinerja keuangannya agar mampu bertahan dalam segala situasi kondisi ekonomi yang terus berubah, selain itu hal ini sangat diperlukan karena sebagai alat untuk mengelola keuangan. Oleh karena itu, pelaku UMKM seharusnya memiliki strategi dalam memajemen keuangan yang baik dan tepat untuk menghadapi perubahan bisnis. Sebagaian besar pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan mengandalkan modalnya sendiri sebagai modal utamanya, sehingga pelaku UMKM tidak begitu memperhatikan pengelolaan keuangan. Manajemen keuangan yang baik menjadi kunci sukses bagi pelaku UMKM untuk terus dapat mengakses sumber pendanaan dari lembaga keuangan. Hal ini sangat

diperlukan agar ketika pelaku UMKM sudah mampu mengakses sumber pendanaan dari lembaga keuangan, mereka sudah siap dan mampu memiliki kemampuan keuangan yang baik dalam mengelola sumber dana tersebut.

5.2.2. Kurangnya Inovasi Produk Dalam Hal Meningkatkan Daya Saing Bisnis

Inovasi produk merupakan salah satu faktor berpengaruh dalam upaya peningkatan daya ditengah persaingan bisnis yang ketat. Hills (2008) menyatakan bahwa inovasi adalah gagasan, objek atau suatu praktik yang bersifat baru menurut beberapa individu atau kelompok tertentu. Dari data hasil kuesioner pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan ingin menambah variasi produk yang dijualnya agar dapat memperluas segmentasi pasar mengingat selera konsumen saat ini sangat beragam, untuk memahami dan menemukan permasalahan yang ada dalam inovasi produk pelaku UMKM dituntut untuk terus dapat mempelajari pasar dan memahami kemauan konsumen terhadap produk sebelumnya sehingga dapat menjadi landasan inovasi selanjutnya. Tanpa inovasi yang dilakukan para UMKM konsumen akan merasa bosan dengan produk yang itu-itu saja tanpa ada nya sesuatu yang baru. Sudah jelas jika inovasi produk diperlukan agar nilai jual produk meningkat maka pelaku UMKM harus mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan cara memberikan produk yang baru sehingga ada pembeda dengan produk yang lain.

Pernyataan selanjutnya yaitu dalam penggunaan bahan baku harus dimanfaatkan secara maksimal agar terciptanya sebuah produk, dalam pemanfaatan bahan baku pelaku UMKM masih kurang maksimal padahal hal ini

sangat diperlukan jika pelaku UMKM dapat memanfaatkan bahan baku yang ada untuk berinovasi tentunya UMKM akan dapat lebih berkembang dan siap untuk menghadapi persaingan. Akan tetapi pelaku UMKM harus mengutamakan kualitas dari bahan baku tersebut, kualitas bahan baku memang nomor satu sehingga pengolahan mempunyai kualitas yang terbaik. Pelaku UMKM harus memikirkan juga tidak hanya kualitas bahan baku dan hasil olahan saja yang berkualitas, namun dalam proses pengolahan produk juga harus murni. Kualitas produk harus tetap dipertahankan bahkan ditingkatkan, hal tersebut dapat menjadi strategi pelaku UMKM untuk berdaya saing.

Hal ini didukung oleh Sri (2012) mengatakan bahwa pentingnya pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan untuk inovatif dan menghasilkan produk dengan kualitas tinggi untuk berhasil dalam berdaya saing. Oleh karena itu, hal ini perlu dilakukan jika pelaku UMKM tidak mampu mempertahankan eksistensi terhadap produknnya sudah jelas akan tergeser oleh pesaing yang dapat terus berinovasi dalam produknya. Agar pelaku UMKM mampu bertahan haruslah membuat keputusan dalam berbisnis. Adapun salah satu keputusan yang terpenting yaitu seperti strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang harus diambil dalam keputusan yaitu bauran pemasaran. Dalam inovasi ini terdapat strategi produk (*product*) dimana pelaku UMKM mampu menekuni dan komitmen terhadap konsumen dengan memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen. Produk yang dibuat oleh pelaku UMKM adalah makanan ringan, minuman, *handycraft* dan batik. Dalam hal ini produk menjadi tolak ukur keberhasilan suatu

pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan agar lebih unggul dari kompetitor lainnya.

Selain itu ada strategi harga (*price*) harga merupakan *marketing mix* yang memiliki peran penting dalam berusaha, karena harga berada diposisi khusus dalam *marketing mix*. Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menciptakan kebijakan harga seperti pelaku UMKM menetapkan harga dasar produk, menentukan potongan harga untuk *reseller* dan yang berhubungan dengan harga. Agar suatu produk dapat bersaing di pasaran maka pelaku UMKM dapat melakukan penetapan harga. Harga yang terlalu tinggi dapat menimbulkan daya saing akan menurun, sebaliknya jika harga yang rendah dapat menimbulkan kerugian khususnya apabila biaya produksi pelaku UMKM meningkat. Oleh karena itu, pelaku UMKM dalam menetapkan harganya harus sesuai dengan jenis dan kualitas produk serta mampu mengetahui segmen pasar mana yang akan mereka raih.

5.2.3. Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia

Rendahnya kualitas sumber daya manusia akan mempengaruhi segalanya, karena kualitas sumber daya manusia menjadi faktor penting untuk mengembangkan usahanya. Ketika kualitas sumber daya manusia semakin baik maka proses produksi, pemasaran dan pengelolaan usaha akan berjalan semakin baik dengan begitu pengembangan usaha yang dilakukan pelaku UMKM semakin meningkat Budiarto (2016:26). Disisi lain pelaku UMKM masih merasa putus asa ketika mereka mengalami kegagalan dalam memulai usahanya, hal ini disebabkan masih rendahnya jiwa kewirausahaan dan pelaku UMKM jika mengalami

kesulitan karena penghasilan usahanya merosot tajam oleh karena itu pelaku UMKM langsung cenderung putus asa. Perasaan putus asa tidak akan membantu pelaku UMKM melewati kegiatan yang penuh dengan ketidakpastian. Pelaku UMKM yang merasa putus asa jika mengalami kegagalan cenderung memiliki motivasi yang rendah.

Selain itu mereka masih kebingungan mengenai asal-usul produk yang diproduksinya hal ini terjadi karena pelaku UMKM masih memiliki pengetahuan yang terbatas. Padahal dengan adanya pengetahuan pelaku UMKM dapat mengelola pengetahuan terkait produk dan jasanya dengan baik. Jika pelaku UMKM paham akan pengetahuan dan menguasai ilmu serta teknologi maka mereka tidak akan kebingungan mengenai asal-usul produknya. Selanjutnya pelaku UMKM masih minim dengan keberanian dalam mengambil risiko saat berwirausaha, hal ini didukung oleh Saiman (2014:57) mengatakan bahwa keberanian mengambil risiko saat berwirausaha yaitu suatu keinginan untuk mencoba melakukan secara cerdas terlepas dari rasa malu dan takut. Pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan memang belum sepenuhnya berani mengambil risiko karena mereka takut jika nanti mengalami kegagalan dan pelaku UMKM belum memiliki mental yang kuat masih diliputi dengan rasa takut dan cemas sekalipun dalam kondisi yang tidak pasti. Hal ini pelaku UMKM tergolong rendah dalam mengambil risiko untuk mengembangkan usahanya, pelaku UMKM kurang berpengalaman dalam menghadapi masalah sehingga kesulitan dan kebingungan dan susah mengatasi masalah yang muncul dalam usahanya. Disini pelaku

UMKM harus berani bertanggung jawab, bersedia menguji coba dugaannya tentang usaha yang dijalankannya dan berani mengambil risiko salah.

Selanjutnya pelaku UMKM belum memaksimalkan dalam mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan, pelatihan berpengaruh pada Sumber Daya Manusia pelaku UMKM agar mampu untuk meningkatkan produktivitas usahanya. Ada beberapa pelaku UMKM yang belum memaksimalkan dalam pelatihan-pelatihan rata-rata mereka yang belum tergabung pada Asosiasi UMKM sehingga mereka kurang mendapatkan informasi. Di era sekarang sedikit banyak pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan tidak mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan hal tersebut menandakan kurangnya kepekaan dari pelaku UMKM, padahal dengan adanya pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan dapat membantu pelaku UMKM dalam hal wawasan tentang bagaimana mendistribusikan, mempromosikan dengan perkembangan teknologi yang ada, meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia dan masih banyak lagi manfaat positifnya. Minimnya kesadaran pelaku UMKM didukung dengan sikap mereka yang hanya ingin instan tanpa melalui segenap proses yang ada.

Pelaku UMKM juga kurang berkontribusi baik antar sesama anggota Asosiasi UMKM. Sangat disayangkan apabila para pelaku UMKM tetap merasa bahwa pelatihan itu penting, padahal hal itu bisa menjadi pondasi mereka agar tidak mengalami kegagalan. Walau ada juga yang ikut pelatihan tetap ada yang gagal, setidaknya dengan adanya pelatihan dapat meminimalisir kegagalan

tersebut. Akan tetapi sangat disayangkan apabila pelaku UMKM yang sudah difasilitasi sedemikian rupa oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan tidak mengikuti ketentuan yang berlaku, contohnya pelaku UMKM hanya terpaku pada tour yang juga merupakan fasilitas yang sudah disediakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan. Padahal dengan adanya pelatihan baik secara internal maupun eksternal dapat menambah wawasan yang ada untuk para pelaku UMKM agar lebih baik lagi kedepannya. Oleh karena itu, kualitas Sumber Daya Manusia pelaku UMKM perlu ditingkatkan lagi melalui pelatihan-pelatihan dan saling memotivasi satu sama lain antar pelaku UMKM.

5.2.4. Tidak Adanya Branding

Salah satu faktor yang menentukan kesuksesan dalam kegiatan pemasaran yaitu dengan adanya kekuatan brand dari bisnis usaha itu sendiri. Pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan masih banyak yang tidak memperhatikan kualitas produknya. Rata-rata pelaku UMKM hanya mengejar keuntungan tanpa memperhatikan persepsi konsumen atas produk yang dijual. Padahal membangun persepsi konsumen sangat penting agar nantinya konsumen selalu ingat dengan merek produk UMKM tersebut. Pelaku UMKM masih kebingungan dalam membuat merek atau logo sehingga masih banyak kesamaan dengan produk lain hal ini dikarenakan bahwa mereka belum benar-benar memahami bagaimana awal membangun sebuah bisnis usaha, maka sebelumnya pelaku UMKM harus menentukan terlebih dahulu nama dan simbol dari UMKM tersebut. Hal ini didukung oleh (Yuristiadhi & Sari, 2017, p.34) bahwa fungsi dari brand yakni sebagai pembeda atau pembanding dengan merek lainnya. Dilihat dari data hasil

kuesioner dapat diketahui bahwa pelaku UMKM enggan dalam membangun branding karena sangat banyak faktor yang menghambat pelaku UMKM tersebut. Faktor penghambatnya seperti mereka masih memandang rendah manfaat merek untuk pengembangan usaha dan manajemen merek bukan sebagai prioritas dalam pelaksanaan usahanya. Selanjutnya pelaku UMKM beranggapan bahwa mereka membuat logo hanya bertujuan agar produknya dikenal oleh konsumen. Pelaku UMKM harus memperhatikan bagaimana brand serta packaging produknya, karena brand yang baik akan selalu dikenal dan memiliki pengaruh yang *timeless* bagi pelanggan dan nantinya dapat berpotensi untuk menciptakan basis pelanggan yang loyal.

Selanjutnya pelaku UMKM ragu-ragu apakah brand produknya menimbulkan kesan keyakinan. Permasalahan yang timbul karena kesamaan sebuah brand atau dengan kata lain para pelaku UMKM menjunjung sebuah nilai yang sama membuat para pelaku UMKM ragu apakah brand atau nilai tersebut dapat menjadi daya tarik dari konsumen tersebut. Lalu dengan konsumennya juga memiliki keraguan untuk memutuskan pembelian, keraguan ini muncul bisa dilihat dari kualitas brand produk tersebut. Karena konsumen cenderung memilih brand karena merasa nilai dari produk tersebut terjangkau dan praktis. Dengan adanya pembahasan terkait branding diharapkan pelaku UMKM dapat menumbuhkan kesadarannya agar mampu membangun brandnya dengan baik.

Selanjutnya masih terkait dengan strategi produk (*product*) dalam konteks bauran pemasaran produk dari satu jenis model akan diproduksi oleh beberapa pelaku UMKM lainnya. Oleh karena itu, pelaku UMKM diperlukan untuk

memperhatikan kualitas model produk yang diinginkan konsumen, selain itu sangat berkaitan erat dengan desain, merek, logo serta packagingnya dari suatu produk untuk dapat menarik konsumen yang tidak kalah penting dengan pelaku UMKM lainnya. Packaging tidak hanya berkaitan dengan model produk, akan tetapi packaging yang berkualitas dan baik yang nantinya mampu menambah ketahanan produk lebih lama. Membangun merek (*branding*) sangat diperlukan oleh pelaku UMKM tujuannya untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan, diferensiasi dan mampu meningkatkan pertumbuhan usahanya.

5.2.5. Belum Mengoptimalkan Pemasaran Online

Salah satu faktor yang menjadi penyebab rendahnya penghasilan pelaku UMKM yaitu karena belum optimalnya dalam pemasaran online. Masih banyak pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan yang belum melakukan pemasaran secara online, pemasaran yang dilakukan pelaku UMKM saat ini kebanyakan baru menggunakan pemasaran tradisional. Hal ini disebabkan bahwa para pelaku UMKM belum memahami bagaimana cara untuk menggunakan teknik pemasaran online yang tepat serta belum memiliki kemampuan dalam hal mengelola usahanya dengan baik. Sehingga pelaku UMKM juga belum bisa memaksimalkan komunikasi dan pelayanan secara digital dengan pelanggan juga sama seperti hal tersebut.

Pelaku UMKM juga ragu-ragu dengan pemasaran online apakah nantinya akan memudahkan konsumen untuk memesan produknya, justru dengan pemasaran online semua akan mudah jika pelaku UMKM dibekali pengetahuan tentang teknologi yang sedang berjalan saat ini agar mereka tidak ketinggalan

zaman. Pelaku UMKM mengatakan bahwa dengan pemasaran online akan menyita waktu dan membuat waktu tidak efektif dan efisien.

Menurut Prabandari dan Azzuhri (2011) terkait penggunaan *e-commerce* dan didukung oleh Turban et al., (2006) keberadaan *e-commerce* meningkatkan efektivitas untuk menunjang transaksi bisnis pelaku UMKM, sayangnya *e-commerce* masih belum menjadi pilihan bagi pelaku bisnis UMKM di Kabupaten Grobogan. Para pelaku UMKM akan mendapatkan banyak keuntungan dengan menggunakan *e-commerce*, mereka sangat mungkin untuk mendapat konsumen dari luar daerah bahkan yang jauh sekalipun, mendapat cukup banyak relasi dan koneksi, memangkas beberapa biaya operasional, memudahkan berkomunikasi sehingga omset penjualan juga meningkat. Sehingga pemanfaatan *e-commerce* juga tentunya dirasakan oleh konsumen mereka.

Hal tersebut mendapat dukungan oleh (Widiyana et al., 2012), bahwa pemanfaatan *e-commerce* juga menguntungkan bagi pihak konsumen. Menurut Krisnawati (2018) berpendapat bahwa UMKM perlu mempertimbangkan penggunaan media online dalam pengembangan usahanya. Penggabungan metode bisnis secara online dan offline akan sangat bagus untuk pelaku UMKM. Pemasaran secara online akan lebih baik jika didukung dengan pendekatan personal untuk tetap menjaga relasi dengan konsumen dan bahkan melebarkan reputasi, tidak terbatas di Kabupaten Grobogan.

Dalam pemasaran juga terdapat strategi tempat (*place/distribution*) tempat yang dimaksud yaitu tempat bertemunya konsumen dengan penawaran produk atau terjadinya transaksi. Sistem penyaluran atau distribusi produk bisa

menciptakan keunggulan bersaing dari seorang pelaku UMKM. Seorang pelaku UMKM yang cerdas maka mereka akan mengetahui bahwa semakin kuat jaringan distribusi dari sebuah produk maka keunggulan bersaing akan semakin meningkat. Strategi distribusi yang dilakukan pelaku UMKM ini yaitu di rumahnya pelaku UMKM sendiri, bahkan juga ada yang mempunyai toko di pasar.

Selanjutnya dalam strategi promosi (*promotion*) promosi merupakan *marketing mix* yang sama sangat penting dengan strategi-strategi diatas. Dengan adanya promosi, pelaku UMKM dapat mengkomunikasikan dan memberikan penjelasan sekaligus dapat meyakinkan calon konsumen mengenai produk yang mereka jual. Tanpa promosi konsumen tidak dapat mengenal produk yang dijualnya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik konsumen dan mempertahankan konsumen. Pesatnya perkembangan teknologi pada zaman sekarang, menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Akan tetapi pelaku UMKM lebih banyak promosi melalui mulut ke mulut sehingga dianggap cara efektif dan tradisional untuk mempromosikan produknya.

BAB VI.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat ditarik dalam sebuah kesimpulan mengenai permasalahan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Asosiasi UMKM di Kabupaten Grobogan yaitu sebagai berikut :

6.1.1. Kurangnya Permodalan dari Akses Dari Sumber Lembaga Keuangan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan mengalami kesulitan dalam mengakses permodalan ke pihak lembaga keuangan. Hal ini disebabkan oleh beberapa masalah seperti pelaku UMKM kesulitan dan kebingungan mengenai permohonan dana dengan prosedur, tata cara dan persyaratan yang terlalu rumit. Sehingga mereka hanya mengandalkan modalnya sendiri dengan jumlah yang terbatas untuk mengembangkan usahanya.

6.1.2. Kurangnya Inovasi Dalam Hal Meningkatkan Daya Saing Bisnis

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan mengalami kesulitan untuk menginovasi produknya. Pelaku UMKM belum bisa maksimal untuk menginovasi produknya sehingga produknya masih tertinggal dengan UMKM lainnya. Oleh karena itu, daya saing yang dimilikinya sangat minim serta pelaku UMKM kurang maksimal dalam pemanfaatan bahan baku yang ada sehingga produk yang dipasarkan hanya itu-itu saja.

6.1.3. Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan mengalami permasalahan Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia.

Pelaku UMKM cenderung mudah putus asa dalam merintis usahanya ketika mengalami kegagalan selain itu pelaku UMKM kurang berani mengambil risiko apabila dalam pengembangan usahanya kedepan. Pelaku UMKM kurang bisa membuat produknya sesuai dengan tuntutan konsumen seperti pelaku UMKM kurang mampu menjelaskan kelebihan, asal-usul, dan manfaat dari produknya. Sebagian besar pelaku UMKM belum tergabung dalam Asosiasi sehingga mereka kurang informasi mengenai agenda pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan dan pelaku UMKM kurang aktif dalam mengikuti pertemuan rutin Asosiasi sehingga mereka kurang motivasi dari pelaku UMKM yang sudah berhasil.

6.1.4. Tidak Adanya Branding

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan merasa jika logo serta packaging yang dijualnya masih ada kesamaan dengan produk lain. Pelaku UMKM membuat logo bertujuan agar produknya dikenal oleh konsumen lainnya. Sedangkan pelaku UMKM belum bisa membuat brandnya berbeda dengan produk lain, sehingga timbul lah rasa ragu apakah brandnya dapat menimbulkan kesan keyakinan dibenak konsumen.

6.1.5. Belum Mengoptimalkan Pemasaran Online

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan masih menggunakan pemasaran tradisional. Pelaku UMKM beranggapan bahwa dengan adanya pemasaran online membuat rumit, tidak efektif dan efisien. Oleh karena itu pelaku UMKM masih belum bisa mengoptimalkan pemasaran secara online.

Sehingga pemahaman tentang pemanfaatan teknologi dalam mengembangkan bisnis dengan pemasaran online masih rendah.

6.2. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas serta pengalaman penulis saat melaksanakan kegiatan magang, maka penulis ingin memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat berguna bagi semua pihak yang terkait supaya dalam menjalankan kegiatan magang yang lainnya dapat berjalan dengan lebih baik lagi. Adapun rekomendasi yang dapat penulis berikan yaitu :

6.2.1. Rekomendasi Bagi Pelaku UMKM :

1. Para pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan masih memiliki modal usaha yang rendah, oleh karena itu hendaknya pelaku UMKM memiliki strategi dalam memperoleh sumber modal dan jumlah modal yang digunakan untuk menjalankan usahanya. Karena modal usaha sangat berperan penting untuk mengembangkan usaha yang dijalani oleh pelaku UMKM. Selain itu pelaku UMKM juga bisa mengikuti Program Sertifikasi Hak Atas Tanah (SHAT) program pemerintah ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dalam penyediaan jaminan kredit atau pembiayaan melalui peningkatan status atau legalitas hak atas tanah yang nantinya dimiliki oleh pelaku UMKM berupa sertifikat.
2. Pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan disarankan untuk menginovasi produknya, menjadikan produknya lebih beragam sehingga nantinya memunculkan produk yang banyak pilihan dan mampu untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Pelaku UMKM perlu memahami

keinginan pelanggan dan diharapkan mampu membuat peluang dimasa yang akan datang supaya dapat menarik konsumen. Selain itu dalam pemanfaatan bahan baku harus diperhatikan untuk mutu kualitasnya. Jika kualitas semakin baik, maka konsumen akan semakin tertarik pada produk tersebut.

3. Pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan dalam menjalankan usahanya harus memiliki rasa percaya diri dan jangan mudah putus asa jika mengalami kegagalan dalam usaha. Serta berani mengambil risiko jika memang diperlukan untuk pengembangan usahanya. Pelaku UMKM harusnya mampu mengetahui asal-usul mengenai produk yang dijualnya. Jika pelaku UMKM masih memiliki Sumber Daya Manusia yang rendah hendaknya perlu mengikuti berbagai pelatihan-pelatihan yang telah difasilitasi oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan dan ikut bergabung pada Asosiasi hal ini dapat menjadi bekal pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia.
4. Pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan perlu memperbaiki logo serta packaging dari produknya agar lebih menarik dan tidak terjadi kesamaan dengan brand lainnya. Karena branding pada UMKM sangatlah penting hal ini bertujuan untuk pengenalan brand dalam benak konsumen. Melalui branding produk dapat dikenali konsumen secara menyeluruh.
5. Pelaku UMKM di Kabupaten Grobogan disarankan harus mencoba memanfaatkan media sosial, *marketplace*, *website* serta *endorse influencer* sebagai media pemasaran online. Karena di era zaman yang sudah maju

dan dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih, maka pelaku UMKM harus memanfaatkan hal tersebut. Selain digunakan sebagai media pemasaran juga dapat digunakan untuk berinteraksi kepada konsumen dengan mengikuti trend terbaru.

6.2.2. Rekomendasi Bagi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan

1. Disiplin kerja perlu ditingkatkan lagi untuk seluruh pegawai di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan agar proses pencapaian kinerja dapat berjalan lancar.
2. Membangun kerjasama dan komunikasi yang baik antar sesama pegawai, maupun antara atasan dan bawahan.
3. Memperbaiki dan menciptakan lingkungan kerja yang positif, sehingga dapat menunjang kelancaran aktivitas Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan.
4. Menyusun program kegiatan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM.
5. Melaksanakan pendampingan dan akses konsultasi bisnis terhadap pelaku UMKM untuk pengembangan bisnis

6.2.3. Rekomendasi Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

1. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang harus mempersiapkan program MBKM secara matang, sebelum mahasiswa terjun secara langsung ke tempat magang.

2. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang memberikan bimbingan secara mendetail kepada mahasiswa yang akan melakukan kegiatan magang.
3. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang memberikan sosialisasi tata cara pelaksanaan magang dan tata cara penyusunan laporan magang yang lebih terperinci sehingga mahasiswa tidak mengalami kesulitan dalam menyusun laporan magang, sebaiknya diberikan sebelum kegiatan magang dimulai.



BAB VII.

REFLEKSI DIRI

7.1. Hal-Hal Positif Yang Relevan Dengan Magang

Hal positif dan relevan yang penulis rasakan yaitu disetiap kegiatan organisasi akan selalu ada komunikasi dan hubungan dengan orang banyak. Di hari pertama antusiasme penulis sangat besar karena ini merupakan pengalaman baru yang penulis rasakan. Penulis merasa malu dan canggung pada awalnya, karena ini merupakan pengalaman pertama penulis bekerja di lingkungan kantor.

Penulis merasa sangat diterima oleh para staff dan pegawai Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan, penulis diberikan banyak kesempatan untuk merasakan dan turut membantu kegiatan-kegiatan di setiap bidang. Penulis juga diberikan saran dan masukan yang bermanfaat. Adanya relasi yang baik dirasakan oleh penulis sangat berguna untuk saling berkomunikasi dalam melakukan pekerjaan, ketika menerima intruksi, meminta bantuan, berdiskusi, dan komunikasi lainnya.

Penulis merasa kegiatan ini sangat dapat memupuk sifat mandiri, tanggung jawab, dan sikap kedewasaan penulis terhadap apa yang menjadi tugas penulis. Dengan tugas-tugas yang diberikan pada penulis sikap tanggung jawab penulis dapat terlatih sehingga dalam mengerjakannya penulis berupaya semaksimal mungkin. Ketika diminta oleh pegawai Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan, penulis juga dapat melakukan kerja sama dengan baik dengan sesama mahasiswa magang, sehingga peningkatan dalam *team work* pun juga dapat penulis rasakan.

7.2. Manfaat dan Kekurangan Kegiatan Magang Bagi *Soft-Skills* Penulis

Mealalui kegiatan magang ini penulis dapat mengembangkan *soft-skills* penulis dengan adanya tugas-tugas yang diberikan. Diantaranya yaitu berbicara di depan umum atau *public speaking* penulis merasa semakin terasah. Selain itu penulis juga menjadi lebih efisien dalam segi manajemen waktu dan tugas. Penulis juga belajar untuk *multi tasking* dalam menjalankan pekerjaan yang diberikan. Kekurangan yang penulis rasakan yaitu belum terbentuknya sifat kepemimpinan penulis dalam mengambil langkah dan keputusan pada pekerjaan, penulis masih harus mengikuti arahan dan instruksi dari staff yang lebih berpengalaman pada masing-masing bidang.

7.3. Manfaat dan Kekurangan Kegiatan Magang Bagi Pengembangan Kemampuan Kognitif

Secara kemampuan kognitif penulis merasakan manfaat yang besar dari kegiatan magang di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan. Diantaranya yaitu meningkatnya kemampuan berbahasa yang penulis rasakan melalui proses langsung dan tugas-tugas yang diberikan kepada penulis. Selain itu ketelitian dan kecepatan penulis dalam melakukan pengamatan juga terlatih saat diberikan tugas membuat formulir rekomendasi. Sementara kekurangan yang mungkin penulis rasakan adalah kurang berkembangnya penalaran penulis dalam menjalankan tugas yang diberikan, hal ini dikarenakan tidak semua yang penulis tanyakan dapat terjawab oleh kantor. Terdapat informasi internal dari kantor yang orang luar tidak boleh tahu. Sehingga dari hal tersebut penulis kurang mengerti penalaran dari sebuah aktivitas yang ditugaskan pada penulis.

7.4. Faktor Kesuksesan Pengalaman Magang

Selama kegiatan magang penulis menemukan faktor-faktor kesuksesan dalam bekerja berdasarkan dari pengalaman magang di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Grobogan antara lain yaitu :

1. Seperti penulis harus memberanikan diri untuk melakukan interaksi dan menjalin komunikasi yang baik dengan rekan kerja atau pegawai agar terciptanya lingkungan kerja yang nyaman untuk bekerja, karena lingkungan kerja yang nyaman sangat berpengaruh pada kualitas kerja seseorang.
2. Berintegrasi dan berlaku jujur dalam melakukan setiap aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaan.
3. Memiliki skala prioritas dalam setiap pekerjaan sehingga penulis dapat menyelesaikan tanggung jawab dengan baik dan tepat waktu. Faktor manajemen waktu dan kerja juga berperan penting karena dengan menjalankan manajemen kedua tersebut dalam kerja akan menciptakan hasil kinerja yang bagus pada sebuah kantor. Dengan adanya tanggung jawab yang tinggi pada diri seseorang nantinya akan mendatangkan kepercayaan dari rekan kerja maupun kepala dinas.
4. Selain itu, dalam dunia kerja juga harus mematuhi peraturan, norma, dan budaya yang berlaku pada lingkungan kerja, hal ini agar kita bisa menjaga nama baik kantor dinas, perguruan tinggi dan diri kita sendiri.

7.5. Rencana Perbaikan Diri, Karir dan Pendidikan Selanjutnya

Rencana penulis untuk perbaikan diri, karir dan pendidikan selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Rencana perbaikan diri yang akan dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara merubah pola pikir penulis, sehingga penulis dapat berpikir dengan lebih luas dan terbuka dalam berbagai hal. Selanjutnya yang akan penulis lakukan yaitu evaluasi diri, hal ini dilakukan agar penulis dapat memahami apa yang kurang dan apa yang harus diperbaiki bahkan yang harus ditingkatkan lagi dari diri penulis. Penulis harus dapat memahami kemampuan apa yang dimiliki oleh penulis, sehingga kemampuan itu dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin.
2. Rencana perbaikan karir yang akan dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara memperluas jaringan kerja dan relasi, luasnya jaringan kerja dan relasi yang dimiliki bermanfaat untuk menambah pengetahuan secara luas. Selanjutnya rencana perbaikan karir dengan cara menambah wawasan dengan seputar dunia kerja, hal ini tentunya akan bermanfaat bagi penulis karena memberikan gambaran mengenai dunia kerja, sehingga penulis dapat memposisikan diri sesuai dengan lingkungan yang akan atau sedang dihadapi.
3. Rencana perbaikan pendidikan selanjutnya penulis masih belum mendapatkan gambaran setelah melaksanakan kegiatan magang karena penulis ingin langsung menerapkan ilmu yang sudah didapat selama perkuliahan di dunia kerja yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- AF Ramadhan, 2018. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan literasi keuangan.
- Agus Hermawan, Komunikasi Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2012), 36.
- Amirullah, 2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Anwas, Oos M. 2013. PEMBERDAYAAN Masyarakat di Era Global. Jakarta: ALFABETA.
- Bambang Riyanto, 1997, Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi 4. BPFE, Yogyakarta
- Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta,2011), 139.
- Direktorat Literasi dan Edukasi OJK, 2014. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*.
- Hills, Gerald. 2008. *Marketing and Entrepreneur-ship Research Ideas and Opportunities*, Journal of Small and Medium Entrepreneur-ships.
- Indriany, (2013;67-68). Pengertian Inovasi Produk. Oleh AH Rahayu, 2017.
- Kasmir, (2006). *KEWIRAUSAHAAN*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler, Philip dan Bes, Lateral Marketing, (Jakarta: Erlangga, 2004), 31 tipe.
- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran, Jilid II, Prenhallindo, Jakarta, 2002, hal., 758.
dan Bes, Lateral Marketing, (Jakarta: Erlangga, 2004), 31 tipe.
- Krisnawati 2018, Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia (Studi Kasus: UMKM Kuliner Tanpa Restaurant “Kepiting Nyinyir”). Jurnal ManajemenBisnis Krisnadwipayana. Vol. 6 No. 1. Hal 69-74.
- Listyawan Ardi Nugraha. (2011). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Usaha Pengusaha Industri Kerajinan Perak Di Desa Sodo Kecamatan Paliyan Kabupaten Gunung Kidul. Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Notatmodjo, Soekidjo. 1998. Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: Rineka Cipta.

PENGARUH KENYAMANAN, KEAMANAN ..., YUDA ARAMAS,
MANAGEMEN, UMP 2017

Poerwadarminta, W. (2002). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Riyanto, (2010:18) Analisis Penentuan Struktur Modal Yang Optimal Untuk Meningkatkan Nilai Perusahaan, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol 48 No. 1 Juli 2017.

Sadono Sukirno, Pengantar Bisnis, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hal. 172

Satyagraha (1994). “Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Redefinisi SWOT”.

Sunarto. (2006). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Amus, Yogyakarta

Supriyanto. (2006). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Penanggulangan Kemiskinan. Yogyakarta. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 3(1)

William J. Stanton. 2004. Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.

