

**UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DI LINGKUNGAN DINAS
KOPERASI DAN TENAGA KERJA KABUPATEN BOYOLALI**

SKRIPSI



Disusun Oleh :
BARGO UTOMO
17.13.0253

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2022**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**“UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI
DAN TENAGA KERJA KABUPATEN BOYOLALI”**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Pembuat Pernyataan



Bargo Utomo

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI DAN TENAGA KERJA KABUPATEN BOYOLALI

SKRIPSI

Oleh :

BARGO UTOMO

17.13.0253

Telah disetujui dan disahkan dengan baik oleh Pembimbing Skripsi guna
melengkapi tugas dan sebagian persyaratan kelulusan Sarjana Manajemen
Program Studi Strata I Manajemen

Surakarta, Februari 2022

Dosen Pembimbing



(Andri Nurtantiono, SE.,MM)

Ketua Program Studi Manajemen



(Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A.)

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI :
UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI
DAN TENAGA KERJA KABUPATEN BOYOLALI

Oleh :
BARGO UTOMO
17.13.0253

Telah disetujui dan disahkan dengan baik dihadapan Penguji Skripsi guna
melengkapi tugas dan sebagian persyaratan kelulusan Sarjana Manajemen
Program Studi Strata I Manajemen

Hari : Jumat

Tanggal : 12 Agustus 2022

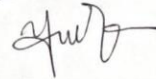
Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Andri Nurtantiono, S.E.,MM

()

Anggota : Putri Maisara, S.E.,M.B.A

()

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta



(Dr. Pardi, S.E.,M.M.,M.H.)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan nikmat kesehatan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) Manajemen. Sholawat berserta salam tidak lupa pula saya haturkan kepada junjungan baginda Rasulullah SAW yang kita tunggu syafaat dan manfaatnya di yaumul qimayah nanti.

Saya persembahkan skripsi ini kepada:

Kedua orang tua, orang tua yang luar biasa tak kenal lelah selalu memotivasi dan memberi semangat buat saya semoga selalu dalam lindungan dan bimbingan Allah SWT. Istri saya, yang mana selalu memberi semangat, memotivasi serta memberikan kasih sayang danyang takpernah lupa untuk selalu memohonkan Do'a-Nya kepada Allah SWT agar Allah Permudah saya dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Serta taklupa saya ucapkan terimakasih kepada kawan-kawan seperjuangan sayayang selalu memotivasi untuk selalu cepat dan tepat dalam mengerjakan sesuatu dan kepada Keluarga Besar Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolalidimana saya berproses untuk menjadi pribadi yang kuat dan disiplin, dan kepada sahabat-sahabat, adik-adik yang selalu membantu dan men Do'a-Kan agar skripsi ini bisa selesai.

ABSTRAK

Dalam penelitian ini tujuan utama nya adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Upaya Pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali. Model Analisis data adalah menggunakan metode kualitatif, karena menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis bukan berupa angka. Penulis melakukan pengamatan langsung ke lapangan sekaligus melakukan wawancara kepada Kepala Bidang UKM, dan pihak yang ikut terlibat langsung dalam tugas tersebut. Pengumpulan data juga dilakukan dengan dokumentasi yang berupa foto. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil analisis didapati bahwa Pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali memiliki kelemahan dari segi inovasi produk, memiliki kekuatan dari segi letak yang strategis dan membuat UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali harus memanfaatkan peluang yang dimiliki. Strategi yang dipakai adalah SO (*Strength Opportunities*) yaitu mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang yang muncul

Kata Kunci : *Pengembangan UMKM, Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Boyolali.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil ‘Alamin, Segala puji bagi Allah SWT Tuhan Semesta Alam. Atassegala karunia nikmatNya sehingga penulis dapat menyusun Skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi yang berjudul“UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI DAN TENAGA KERJA KABUPATEN BOYOLALI” disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan Sarjana Manajemen Program Studi Strata I.

Dalam penulisan Skripsi ini telah melibatkan berbagai pihak baik dari dalam Sekolah maupun luar Sekolah dan penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang secara langsung dan tidak langsung membantu menyelesaikan penulisan Skripsi ini, dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

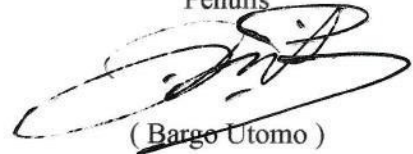
1. Dr.Sunarto Isstianto.,MMselaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
 2. Ketua Program Studi Manajemen Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A.
 3. Pembimbing Andri Nurtantiono, S.E.,M.M.
 4. Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali.
 5. Bapak dan Ibu Dosen STIES Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepadapenulis.
 6. Seluruh teman satu angkatan yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.
- Disamping itu penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih banyak

kekurangan dan belum sempurna, saran dan kritik yang membangun dari pembaca, penulis harapkan sehingga menjadi lebih baik.

Demikian yang bisa kami sampaikan, penulis berharap agar Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Surakarta, Februari 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Bargo Utomo', enclosed within a large, loopy oval shape.

(Bargo Utomo)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMANJUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan	6
D. Manfaat	6
1. Bagi Dinas.....	6
2. Bagi Peneliti	7
3. Bagi Pembaca dan Almamater	7
E. Metode Penelitian.....	7
1. Metode Penelitian.....	7
2. Metode Pengumpulan Data.....	8
a. Metode Dokumentasi	8
b. Metode Interview (Wawancara)	8
c. Metode Angket/Kuesioner	9
3. Metode Analisi Data	9
F. Kerangka Pikiran.....	12

BAB IILANDASAN TEORI	13
A. Devinisi UMKM	13
B. Peran UMKM.....	14
C. Permasalahan UMKM	15
D. Kewirausahaan Digital	16
E. Upaya Pengembangan UMKM.....	18
F. Pengertian Analysis SWOT	20
BAB IIPEMBAHASAN DAN ANALISIS	27
A. Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Boyolali	27
B. Pembahasan	51
BAB IVPENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan ekonomi adalah suatu usaha untuk meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat, karena dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka dibutuhkan lapangan pekerjaan yang mampu menyerap setiap angkatan yang ada. Indonesia sebagai negara yang penuh dengan kekayaan alam, belum mampu untuk memaksimalkan potensi yang ada. Masyarakat dituntut untuk lebih mengembangkan kemampuan atau potensi yang ada pada diri sendiri maupun yang berada di wilayah masing-masing sehingga kebutuhan mereka masih bisadipenuhi.

Pemenuhan kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat. Dengan adanya peluang usaha tersebut, diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik sehingga mampu mengurangi tingkat urbanisasi yang tinggi. Selain itu, dengan adanya usaha yang menitik beratkan pada peluang yang ada di daerah sekitar, diharapkan mampu menjadi ikon atau ciri khas dari daerah tersebut.

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah asset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omzet total 0 sampai 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah asset lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan omzet total Rp 300 juta sampai Rp 2,5 milyar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 milyar dan omzet total Rp 2,5 milyar sampai Rp 50 milyar.

Pada realitanya, kondisi yang terjadi di lapangan tidak seperti harapan, beberapa UMKM ada yang berangsur-angsur mengalami penurunan dari segi kualitas produk maupun jumlah usahanya. Kenyataan ini tentu berbanding terbalik dengan program pemerintah yang berusaha mengangkat UMKM agar terus berkembang agar terus menyokong ekonomi Negara.

Ketika terjadi krisis ekonomi 1998, hanya sektor UMKM yang bertahan dari kolapsnya ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis. Krisis ini telah mengakibatkan kedudukan posisi pelaku sektor ekonomi berubah. Usaha besar satu persatu pailit karena

bahan baku impor meningkat secara drastis, biaya cicilan utang meningkat sebagai akibat dari nilai tukar rupiah terhadap dollar yang menurun dan berfluktuasi. Sektor perbankan yang ikut terpuruk turut memperparah sektor industri dari sisi permodalan. Banyak perusahaan yang tidak mampu lagi meneruskan usaha karena tingkat bunga yang tinggi. Berbeda dengan UMKM yang sebagian besar tetap bertahan, bahkan cenderung bertambah.

Di Indonesia harapan untuk membangkitkan ekonomi rakyat sering kita dengarkan karena pengalaman ketika krisis multidimensi tahun 1997-1998 usaha kecil telah terbukti mampu mempertahankan kelangsungan usahanya, bahkan memainkan fungsi penyelamatan di beberapa sub-sektor kegiatan. Fungsi penyelamatan ini segera terlihat pada sektor-sektor penyediaan kebutuhan pokok rakyat melalui produksi dan normalisasi distribusi. Bukti tersebut paling tidak telah menumbuhkan optimisme baru bagi sebagian besar orang yang menguasai sebagian kecil sumberdaya akan kemampuannya untuk menjadi motor pertumbuhan bagi pemulihan ekonomi.

Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali terus membuat program khusus setiap tahunnya bagi para UMKM dan diharapkan membuat UMKM di Kabupaten Boyolali terus berkembang dan menumbuhkan jiwa wirausaha bagi setiap orangnya.

Anggaran BPUM (Bantuan Pelaku Usaha Mikro) Tahun anggaran 2021, Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali membuat aplikasi sistem dengan tujuan untuk memberikan kemudahan

bagi calon penerima dana BPUM (Bantuan Pelaku Usaha Mikro) di Kabupaten Boyolali dikarenakan sistem ini berbasis *Online* dan terintegrasi dengan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali langsung, dengan aplikasi sistem yang bernama “ESEMU” dan dapat diakses melalui link : www.esemu.diskopnaker.go.id ini diharapkan dimulai dari masyarakat umum yang mempunyai usaha untuk mendaftarkan dirinya dengan persyaratan dilampirkan dalam foto aplikasi sistem tersebut selanjutnya Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali sebagai filter untuk program ini. Dan Untuk melihat perkembangan UMKM di Kabupaten Boyolali dalam periode enam tahun terakhir dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1 Tabel Perkembangan UMKMKabupaten Boyolali 2016-2021

Tahun	Jumlah UMKM Unit
2016	16.012
2017	16.137
2018	16.137
2019	16.137
2020	66.035
2021	70.423

Sumber :Bidang UKM Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kab. Boyolali

Dari tabel UMKM diatas, dapat dilihat bahwa kegiatan UMKM dari tahun 2016 sampai tahun 2017 mengalami kenaikan jumlah dibuktikan dengan banyaknya para pengusaha yang mencari perizinan pada tahun tersebut, sedangkan pada akhir tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 tidak mengalami perkembangan dikarenakan banyak UKM yang tidak

melaporkan kegiatan usahanya kepada Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali, dan pada tahun 2020 meningkat jumlahnya setelah diverifikasi di lapangan terkait UKM yang aktif dan sudah mempunyai izin, sedangkan pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang signifikan dikarenakan adanya program pemerintah yang memberikan bantuan kepada para pelaku UMKM melalui bank BRI dan program tersebut bernama BPUM (bantuan bagi pelaku usaha mikro) sehingga masyarakat yang semula tidak mempunyai perizinan UKM, mereka mencari perizinan tersebut.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut permasalahan diatas, yang penulis tuangkan dalam sebuah penelitian skripsi dengan judul : **“UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI DAN TENAGA KERJA KABUPATEN BOYOLALI”**.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya diatas, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Upaya Pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali ?
2. Apa kendala Upaya Pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali ?

3. Bagaimana Upaya Pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali ditinjau dari Analysis SWOT ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Upaya Pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali.
2. Menganalisa Kendala Upaya Pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali.
3. Untuk Mengetahui Upaya Pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali ditinjau dari Analysis SWOT.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah semangat pegawai Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali. Adapun manfaat lain dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Dinas Koperasi Dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai saran dan pertimbangan bagi pegawai Dinas Koperasi Dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan Pengembangan UMKM supaya tercapainya tujuan yang diharapkan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan akan dapat menambah pengetahuan atau cakrawala berfikir dalam hal wawasan dibidang UMKM, khususnya di Dinas Koperasi Dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali, serta sebagai ajang ilmiah untuk menerapkan berbagai teori yang diperoleh dibangku kuliah dalam praktek di lapangan.

3. Bagi pembaca dan almamater

Hasil penelitian ini semoga bermanfaat bagi pembaca dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi atau bahan kajian dalam menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya di Dinas Koperasi Dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali.

E. METODE PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara langsung dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara penelitian dengan fenomena yang diteliti. Secara langsung disini mempunyai arti bahwa penelitian kualitatif dilakukan secara wawancara tanpa adanya intervensi atau perlakuan yang diberikan oleh peneliti. Sangat tidak dibenarkan untuk memanipulasi atau mengubah latar penelitian.

Metodologi kualitatif mampu menggali pemahaman yang mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus daripada mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar dari sebuah populasi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dalam rangka memahami Upaya Pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali secara mendalam dengan latar alamiah tanpa adanya intervensi atau manipulasi baik dari penulis sendiri maupun dari pihak lain.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara wawancara dan kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dinas-dinas terkait. Dalam penelitian data ini menggunakan metode/teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

2) Metode Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin

mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3) Metode Angket/Kuesioner

Metode angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Metode kuesioner dibedakan atas beberapa jenis tergantung pada sudut pandang. Dipandang dari cara menjawab, maka kuesioner dibedakan atas:

- a) Kuesioner terbuka, yang memberikan kesempatan kepada responden untuk menjawab dengan kalimat sendiri.
- b) Kuesioner tertutup, yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.
- c) Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terbuka, yaitu kuesioner yang memungkinkan responden untuk menjawab dengan kalimat sendiri.

3. Metode Analisis Data

1) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang berguna untuk menggambarkan variabel yang diteliti. Analisis ini digunakan sebagai alat untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai gambaran umum dan kondisi kelayakan usaha dan upaya pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali.

2) Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treaths*). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), untuk menghasilkan analisis yang tepat. Langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali, adalah dengan Matrik Internal Eksternal.

Setelah mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan informasi tersebut ke dalam rumusan strategi. Untuk memudahkan dalam melaksanakan analisis SWOT diperlukan matriks SWOT. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi yang perlu dijalankan dengan cara mengelompokkan masing-masing problem. Variabel yang digunakan dalam analisis strategi

pengembangan adalah analisis SWOT. Memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Model yang digunakan adalah matriks SWOT (*Strength, weakness, opportunity, threats*). Matriks ini menggambarkan dengan jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh Dinas maupun perusahaan dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini menghasilkan empat sel alternatif strategis, yaitu:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi yang berdasarkan jalan pikiran perusahaan/dinas, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan/dinas untuk mengatasi ancaman.

4. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

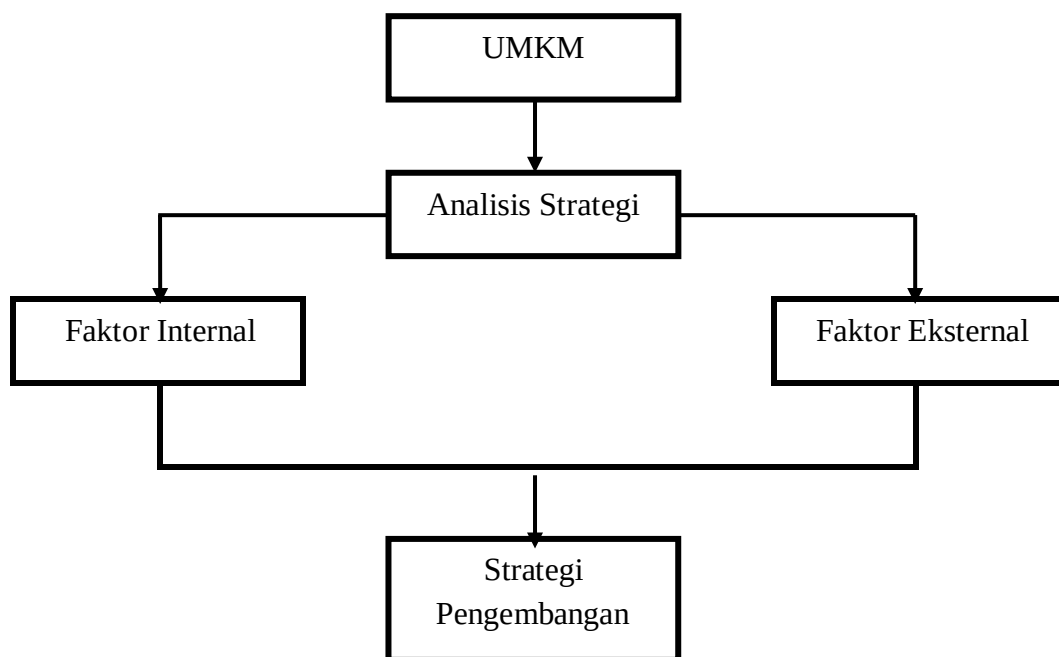
5. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive (bertahan) dan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

F. KERANGKA PEMIKIRAN

Analisis kelayakan bisnis dibutuhkan untuk mengetahui apakah UMKM di Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali berkembang ataupun tidak berkembang karena pada kenyataannya UMKM merupakan salah satu mata pencaharian yang diunggulkan bagi sebagian besar masyarakat di Kabupaten Boyolali.

Selain itu perlu dikaji upaya pengembangan yang tepat untuk dapat meningkatkan UMKM di Kabupaten Boyolali. Yang dianalisis dengan satu model matriks SWOT untuk menciptakan strategi pengembangan UMKM. Berdasarkan keterangan diatas secara skematis kerangka berpikir dapat digambarkan sebagai berikut:



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Definisi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Pada prinsipnya pembedaan antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, usaha besar umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun, definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Oleh karena itu memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Di Indonesia definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang-perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana telah diatur dalam UU tersebut.

Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, maka definisi dari masing-masing usaha adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha dengan kekayaan bersih kurang dari 50 juta rupiah atau menghasilkan penjualan kurang dari 300 juta rupiah selama satu tahun.
- b. Usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan antara 50 sampai 500 juta rupiah atau menghasilkan penjualan antara 300 juta hingga 2,5 miliar rupiah selama satu tahun.
- c. Usaha menengah adalah usaha dengan kekayaan antara 500 juta sampai 10 miliar rupiah atau menghasilkan penjualan antara 2,5 hingga 50 miliar rupiah selama satu tahun.

B. Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Diakui bahwa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga di negara-negara maju. Di negara maju UMKM sangat penting, tidak hanya karena kelompok usahanya tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja

dibandingkan usaha besar, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan dan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusinya dari usaha besar.

Berdasarkan kontribusi UMKM terhadap PDB per sektor dapat diketahui bahwa kontribusi UMKM terbesar berada di sektor PPKP dengan unit UMKM sebesar 49.58 %, disusul dengan sektor PHR dengan 29.56 %. Industri pada sektor ini sangat potensial dikembangkan sejak dari mikro, dan ada peluang dikembangkan untuk menjadi industri besar.

C. Permasalahan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Perkembangan UMKM di negara sedang berkembang dihalangi oleh banyak hambatan. Hambatan-hambatan tersebut bisa berbeda antara satu daerah dan daerah lain, atau antar pedesaan dan perkotaan, atau antar sektor, atau antar sesama perusahaan di sektor yang sama. Masalah-masalah tersebut antara lain adalah:

a. Terbatasnya modal dan akses dari sumber dan lembaga keuangan.

Keuangan inklusif perlu dimasukkan dalam program pengembangan lembaga keuangan. Penyertaan modal perlu disertai dengan pembimbingan sistem manajemen.

b. Masih rendahnya kualitas SDM pelaku usaha. Kemampuan manajerial para pelaku UMKM perlu ditingkatkan. Begitu pun sistem kadrisasi perlu dibangun. Sering kali dijumpai UMKM hanya one man show, sehingga dibutuhkan tim solid yang mampu mewarisi UMKM dari pendirinya.

- c. Kemampuan pemasaran yang terbatas. Meskipun media online telah berkembang, akan tetapi media ini belum dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM.
- d. Akses informasi usaha yang masih rendah.
- e. Belum berjaln kemitraan yang baik yang saling menguntungkan antar pelaku UMKM, usaha besar, dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD).
- f. Distribusi dan pengadaan bahan baku dan input lainnya
- g. Biaya tinggi akibat prosedur administrasi dan birokrasi yang kompleks khususnya dalam pengurusan izin usaha, dan ketidakpastian akibat peraturan dan kebijaksanaan ekonomi yang tidak jelas dan tidak menentu arahnya.

D. Kewirausahaan Digital

Pengembangan UMKM berbasis digital menjadi salah satu alternatif penyelamatan sektor UMKM di masa pandemi Covid-19. Meski demikian selama ini pemerintah dengan Kementerian Koperasi dan UKM telah berusaha mendorong terjadi transformasi digital. Dengan begitu pandemi Covid-19 telah membuat tumbuhnya ekosistem kewirausahaan digital. Dalam konteks ini, kewirausahaan digital merupakan bentuk bisnis yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital, baik proses hingga pada pemasaran produk dan jasa. Dengan kata lain, semua jenis usaha yang menjual produknya secara online baik menggunakan website atau aplikasi termasuk dalam ranah kewirausahaan digital. Penggunaan aplikasi e-commerce dan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital

termasuk ranah kewirausahaan digital. Dengan demikian, masa depan kewirausahaan digital bisa menjadi salah satu sektor yang akan banyak memberikan kontribusi positif pada penguatan perekonomian Indonesia. Hal itu dapat dilacak dari menguatnya peran teknologi informasi dalam dunia bisnis.

Apalagi media sosial dalam konteks ekonomi semakin membuka peluang usaha baru bagi masyarakat dalam mengembangkan model kewirausahaan digital. Jika ditelaah, kewirausahaan digital berasal dari kata “teknopreneur” yang bermakna “wirausaha digital” dari gabungan antara “teknologi” dan “entrepreneur”. Secara umum, kata “teknologi” merujuk pada penerapan praktis ilmu pengetahuan yang digunakan untuk menjalankan industri, meliputi; penciptaan alat-alat, pengembangan keahlian, pemecahan masalah, dan sebagainya. Sedangkan kata “entrepreneur” merujuk pada seseorang atau kelompok yang menciptakan usaha dengan keberanian menanggung risiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada.

Identifikasi tersebut semakin mengonfirmasi fenomena kewirausahaan digital akan banyak melahirkan kesempatan bagi publik untuk memulai kewirausahaan terutama ditingkatan UMKM. Hal itu bisa dilacak karena model kewirausahaan digital banyak menawarkan solusi berupa kemudahan dan nyaman dengan harga dan tarif yang lebih murah. Meski demikian, seorang wirausaha digital tidak cukup bermodalkan satu atau dua kemampuan di bidang teknologi saja, tetapi

juga harus peduli terhadap inovasi teknologi yang didukung dengan penemuan ide kreatif. Artinya, perkembangan bisnis dalam bidang teknologi tetap harus melibatkan banyak aktor, seperti pemilik ide kreatif (wirausaha digital), pusat riset, penyedia modal dan pemerintah.

E. Upaya Pengembangan UMKM

Pengembangan UMKM pada dasarnya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi UMKM, maka kedepan perlu diupayakan hal-hal berikut:

- 1) Penciptaan Iklim Usaha yang kondusif
- 2) Bantuan permodalan
- 3) Perlindungan usaha
- 4) Pengembangan kemitraan
- 5) Pelatihan
- 6) Membentuk lembaga khusus
- 7) Memantapkan asosiasi
- 8) Mengembangkan promosi
- 9) Mengembangkan kerjasama yang setara.

Pengembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah kedepan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan

UMKM di samping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Berdasarkan pasal 16 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang berperan sebagai pengembang UMKM adalah Pemerintah dan pemerintah daerah sebagai pihak yang memfasilitasi usaha dalam bidang:

- a. Produksi dan pengolahan
- b. Pemasaran
- c. Sumber daya manusia
- d. Desain dan teknologi.

Pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan dilakukan dengan cara:

- a. Meningkatkan teknis produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi UMKM
- b. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk UMKM
- c. Mendorong penerapan standardisasi dalam proses produksi dan pengolahan
- d. Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan usaha menengah. Jadi, pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui pemberian

fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Pemberdayaan UMKM diselenggarakan sebagai kesatuan dan pembangunan perekonomian nasional untuk mewujudkan kemakmuran rakyat.

F. Pengertian Analysis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*weakness*) intern perusahaan serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan

secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategik yang berhasil.

Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.

1. Faktor- Faktor dalam Analisis SWOT

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan merupakan sumber daya/ kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan.

Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dan pemasok dan faktor-faktor lain.

Faktor- faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber

keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

b. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan merupakan keterbatasan/ kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/ kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Dalam praktek keterbatasan dan kelemahan-kelemahan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

Kekuatan dan kelemahan internal merupakan aktivitas terkontrol suatu organisasi yang mampu dijalankan dengan sangat baik atau buruk. Hal ini muncul dalam manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan dan sebagainya.

c. Peluang (Opportunities)

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kecenderungan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/

regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/ pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli/ pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan.

Faktor kekuatan dan kelemahan dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

2. Analisis Matriks SWOT

Untuk membuat suatu rencana harus mengevaluasi faktor eksternal maupun faktor internal. Analisis faktor-faktor haruslah menghasilkan

adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (*weakness*) yang terdapat pada organisasi itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (*opportunity*) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (*treath*) yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan.

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

- a. Faktor eksternal ini mempengaruhi opportunities and threats (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi- kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industry (*industry environment*) dan lingkungan bisnin makro (*macroenvironment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.
- b. Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya

manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus di arahkan pada usaha- usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang- peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT.

Masing- masing alternatif strategi tersebut adalah:

a. Strategi SO (*Strenght- Opportunity*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.

b. Strategi ST (*Strenght- Threath*)

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan- kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman- ancaman yang ada.

c. Strategi WO (*Weakness- Opportunity*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT (*Weakness- Threath*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan- kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman- ancaman.

Tabel 2.1

MatriksSWOT

	<i>Strength(S)</i>	<i>Weakness(W)</i>
	Daftarsemuakekuatan Yang dimiliki.	Daftarsemua Kelemahayang dimiliki.
<i>Opportunities(O)</i> Daftarsemuapeluang Yangdapat di identifikasi.	StrategiSO Gunakansemua Kekuatanyangdimiliki Untukmemanfaatkan Peluangyangada.	StrategiWO Atasisemua Kelemahandengan memanfaatkan Peluangyangada.
<i>Threats(T)</i> Daftarsemua Ancamanyangdapat diidentifikasi.	StrategiST Gunakansemua Kekuatanuntuk Menghindariancaman.	StrategiWT Tekansemua Kelemahandancegah semua ancaman.

Sumber: FreddyRangkuti, AnalisisSWOT: TeknikMembedahKasusBisnis

Dengan matriks strategi SWOT tersebut, kemudian dilakukan *positioning*, untuk mengukur posisi BMT yang bersangkutan. Mengingat pengaruh aspek internal dan eksternal terhadap bisnis pada BMT berbeda-beda, maka dalam melakukan *positioning* harus dilakukan pembobotan atas aspek-aspek tertentu.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis setelah melakukan penelitian dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengembangan UMKM Secara Fisik

Pengembangan UMKM secara fisik yang dilakukan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali berupa pemberian sarana dan prasarana bangunan Pasar Rakyat, yang mana pembangunan tersebut bersumber dari anggaran dana (TP) Tugas Pembantuan APBN (Anggaran Belanja Negara) dari Tahun 2015, 2016, 2017 dan 2019. Pada tahun 2015 desa karangnongko tersebut mendapatkan bantuan sarana pasar rakyat dikarenakan sangat potensi dengan kuliner, kerajinan tangan dari limbah dan sebagian mempunyai lahan pertanian yang bisa dikembangkan untuk pembibitan tanaman dan pepohonan, sehingga hasil produk dari pelaku usaha dibuatkan tempat untuk melakukan transaksi jual beli berdekatan dengan tempat usaha. Pada Tahun 2016 desa andongupaya pengembangan UKM Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali dilakukan di sebelah utara wilayah Kabupaten Boyolali ini bertujuan untuk mengenalkan produk UKM di Desa Andong yang kebanyakan produk dihasilkan dari pertanian dan peternakan seperti halnya hasil tani jagung, padi, dan

daging sapi. Pada Tahun 2017 Desa Ringinlarik upaya pengembangan UMKM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali, dikarenakan Desa Ringinlarik memiliki banyak produk UKM, mulai dari makanan dari olahan susu, sabun dari olahan susu dan sebagian mempunyai lahan pertanian yang bisa digunakan untuk memproduksi pakan ternak sapi dan kambing sehingga hasil produk dari hasil olahan susu dibuatkan tempat dengan tujuan untuk mendekatkan konsumen dari Kabupaten lain seperti Kabupaten Klaten dan Kabupaten Magelang. Dan yang terakhir pada tahun 2019 di Desa Wonosegoro yang mayoritas penduduknya menjadi pelaku usaha seperti penghasil madu asli dari hutan, kerajinan tangan seperti ukir kayu jati sehingga sarana dan prasarana di desa tersebut sangat dibutuhkan. Dan kendalanya adalah keterbatasan anggaran dan SDM yang sangat sedikit, dikarenakan UMKM di Kabupaten Boyolali mencapai 66.035, dan sedangkan SDM yang menangani UMKM hanya 4 orang saja.

2. Pengembangan UMKM Secara Non Fisik

Pengembangan UMKM Secara Non Fisik dilakukan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali salah satunya dengan mengadakan pembinaan dan pelatihan yang dilakukan setiap triwulannya dengan tujuan untuk motivasi atau dorongan bagi masyarakat untuk mengasah kemampuan yang mereka miliki serta dapat menjadikan bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan bagi

masyarakat yang ingin membuka usaha sendiri. Pengembangan UMKM di Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali dengan cara mengikutsertakan pelaku UKM untuk mengikuti pameran dalam acara Hari Koperasi Nasional, yang dalam acara tersebut banyak masyarakat luas yang ikut serta dalam acara pameran maupun bazar produk UMKM, dengan kesempatan itu produk-produk UKM di Kabupaten Boyolali dapat dikenal dan diminati masyarakat luas, dalam hal ini produk yang sangat diminati adalah hasil produk berbahan dasar dari susu. Dan yang terakhir adalah dengan mengadakan program BPUM atau Bantuan Pelaku Usaha Mikro yang sudah dimulai dari tahun 2019 dengan cara melakukan verifikasi ke lapangan terlebih dahulu. Dan kendalanya adalah masih rendahnya kualitas SDM pelaku UKM sehingga belum bisa melakukan kerjasama dengan stake holder dan mengakses pembiayaan dengan bunga lunak.

3. Pengembangan UMKM dengan SWOT

Upaya Pengembangan UMKM dilihat dari SWOT Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali masih mempunyai kelemahan dari segi kekurangan SDM di Lingkungan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali, akan tetapi mempunyai kekuatan dari fokus pemerintah pada UMKM dan memunculkan program bantuan bagi para pelaku UKM sehingga bisa di manfaatkan untuk menambah modal UMKM.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas, maka saran yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan UMKM secara Fisik

Menyusun anggaran yang lebih banyak terhadap pembangunan pasar desa, sehingga para pelaku UKM mendapatkan fasilitas yang layak dan masyarakat umum tergerak untuk menciptakan produk UKM yang berpotensi di wilayah setempat.

2. Pengembangan Secara UMKM Non Fisik

Mensosialisasikan kegiatan praktik pembuatan model olahan pangan yang terbaru kepada masyarakat umum, dan tidak hanya dengan para pelaku UKM yang terdaftar saja, untuk memperluas pengetahuan masyarakat terhadap UMKM.

3. Pengembangan dengan SWOT

Dilihat dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja masih banyak cara yang bisa dilakukan, dengan cara memanfaatkan tenaga kontrak ataupun dengan menambah tenaga kontrak dengan SK Kepala Dinas, untuk menambah kekuatan dalam hal Upaya Pengembangan UMKM di Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali.

DAFTAR PUSTAKA

- Esaunggul.(2017).*Strategi Pengembangan UMKM*.
<https://www.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/2017/01/Strategi-Pengembangan-UMKM-Pedesaan-Menuju-Entrepreneurs-Village-Pada-Pasar-Global.pdf> (diakses pada tanggal 01 Februari pukul 19.32 wib)
- Ayodya, W. (2020). *UMKM 4.0 Sestrategi UMKM memasuki era digital*. Jakarta: PT. Elex media komputindo kelompok gramedia.
- Fenidwiangraeni.jurnal.(2021).*Pengembangan UMKM*.
<https://media.neliti.com/media/publications/75851-ID-pengembangan-usaha-mikro-kecil-dan-menemen.pdf> (diakses pada tanggal 08 Februari pukul 16.23 wib)
- Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali. (2022). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (Lkjp)*. Kabupaten Boyolali:
- Nur'aini DF, F. (2020). *Teknik analisis SWOT Pedoman menyusun strategi yang efektif & efisien serta cara mengelola kekuatan dan ancaman*.yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Money.kompas.com(2020). *Pengertian UMKM*
<https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertian-kriteria-dan-contohnya?page=all> (diakses pada tanggal 16 Februari pukul 21.56 wib)
- Pusdatarujateng.go.id(2019). *Letak Geografis Kabupaten Boyolali*
<https://pusdataru.jatengprov.go.id/dokumen/RTRW-Prov/12-Kab-Boyolali/peta-pola-ruang>. (diakses pada tanggal 16 Februari pukul 01.45 wib)

diskopnaker.bojolali.go.id(2020).*Profil Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali*

<http://diskopnaker.bojolali.go.id/>. (diakses pada tanggal 17 Februari pukul 08.32 wib)

peraturan.bpk.go.id(2008).*Undang-undang (UU) tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>.(diakses pada tanggal 17 Februari pukul 08.53 wib)

Mayang (2020).*Jurnal Ilmu Manajemen*

<https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34175> (diakses pada tanggal 17 Februari pukul 10.02 wib)

Muchlisin Riadi (2020). *Analisis SWOT (Pengertian, Tujuan, Aspek, Kuadran dan Matriks)*

<https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis-SWOT.html> (diakses pada tanggal 17 Februari pukul 10.02 wib)

Wikipedia (2022). *Profile Kabupaten Boyolali*

https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Boyolali (diakses pada tanggal 17 Februari pukul 10.51 wib)

Pupu Saeful Rahmat (2012). *Penelitian Kualitatif*

<http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf> (diakses pada tanggal 17 Februari pukul 15.03 wib)

Firda Nur Asmita (2022). *Analisis SWOT: Faktor, Cara Membuat dan Contohnya*

<https://koinworks.com/blog/analisis-swot/> (diakses pada tanggal 17 Februari pukul 18.06 wib)

Anugrah Putri (2022). *Tips Persiapan Sidang Skripsi Lancar dan Sukses Untuk Mahasiswa Akhir*

<https://danacita.co.id/blog/persiapan-sidang-skripsi-mahasiswa-akhir/>(diakses pada tanggal 11Agustus pukul 20.32 wib)