

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang biasa dikenal sebagai UMKM, memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di banyak negara termasuk Indonesia, Jepang, Australia, India, Korea Selatan, dan negara-negara lain yang menjadi bagian dari Kemitraan Ekonomi Komprehensif Regional. Sebagaimana dicatat oleh Halim (2020:18), UMKM merujuk pada bisnis yang menghasilkan produk dan layanan dari bahan baku dasar, memanfaatkan sumber daya alam, keterampilan, dan kerajinan seni tradisional setempat.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Rudjito (dalam Hamidah et al., 2019), UMKM tergolong sebagai badan usaha yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, khususnya dalam hal penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat dan banyaknya jumlah usaha UMKM. Dari perspektif ini, dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan segmen penting dalam dunia usaha yang memiliki daya tahan untuk bertahan dan berkembang di tengah berbagai hambatan ekonomi baik dalam skala global maupun nasional. UMKM berpotensi memainkan peran penting dalam meningkatkan perekonomian nasional dan daerah. Keunggulan yang diberikan UMKM bagi perekonomian nasional meliputi penciptaan prospek lapangan kerja dan peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), yang menjadi pendekatan penting untuk mengatasi tantangan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat kecil dan menengah. Sebaliknya, kontribusi UMKM bagi

perekonomian daerah meliputi peningkatan pendapatan daerah dan penerimaan pajak, pemberian keterampilan berwirausaha kepada penduduk, penurunan tingkat pengangguran di daerah, dan pembinaan pembangunan masyarakat.

Tabel 1.1 Data UMKM di Indonesia

Tahun	Jumlah UMKM (Juta)	Pertumbuhan (%)	Serapan Tenaga Kerja
2020	64	-2,24	116 Juta (96,6%)
2021	65,46	2,28	116,5 Juta (97%)
2022	65	-0,70	117 Juta (97%)
2023	66	1,52	118 Juta (97%)
2024	66,2	0,55	118 Juta (97%)

Sumber: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, 2025

Berdasarkan data pada tabel 1.1 di atas, jumlah pelaku UMKM tiap tahunnya mengalami sejumlah peningkatan selain pada tahun 2020 ketika terjadi wabah Covid-19 yang melumpuhkan perekonomian seluruh masyarakat. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan jumlahnya mencapai 99 persen dari keseluruhan unit usaha di Indonesia.

Namun hingga tahun 2024, meskipun perannya dalam lapangan pekerjaan cukup besar, UMKM baru berkontribusi sekitar 61 persen terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB). Hal ini menunjukkan besarnya potensi UMKM yang belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk kepentingan perekonomian nasional. Paradoksnya, meskipun merupakan mayoritas badan usaha, UMKM di Indonesia menghadapi kendala yang cukup besar dalam upayanya untuk maju. Sebagaimana dilaporkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2024, hanya 20 persen UMKM yang berhasil meningkatkan operasinya selama lima tahun terakhir. Tantangan, termasuk

keterbatasan akses terhadap pendanaan, kemampuan manajemen yang tidak memadai, dan keterlibatan terbatas di pasar ekspor sering kali menghambat UMKM sehingga membuatnya tetap terikat pada kategori mikro atau kecil.

Data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2022 terdapat 65 juta orang yang terlibat dalam UMKM di Indonesia, yang mencakup 24 persen dari total populasi 275,77 juta jiwa. Distribusi UMKM menunjukkan bahwa terdapat sekitar 65,93 juta usaha mikro, yang merupakan 99,89 persen, usaha kecil berjumlah 59.260 unit atau 0,009 persen, dan usaha besar berjumlah 4.987 unit atau 0,001 persen. Angka-angka ini menunjukkan potensi signifikan yang melekat pada sektor UMKM dan menyoroti fungsi vital UMKM dalam mempromosikan pembangunan ekonomi secara keseluruhan.

Kementerian Koperasi dan UKM mengindikasikan bahwa ada berbagai kategori UMKM yang saat ini sedang dalam pengembangan, yang meliputi sektor-sektor seperti pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, perhotelan, layanan swasta, dan industri manufaktur yang penting untuk kemajuan karena kepentingannya yang signifikan. Pertama, mereka menawarkan manfaat ekonomi yang cukup besar, seperti meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan ekspor, dan berkontribusi pada kesehatan keuangan regional. Kedua, mereka menumbuhkan lingkungan bisnis yang menguntungkan yang secara positif memengaruhi industri lain. Ketiga, mereka meningkatkan citra dan identitas bangsa melalui jalan-jalan seperti pariwisata, simbol-simbol nasional, pengembangan budaya, warisan, dan adat istiadat setempat. Keempat, mereka bergantung pada sumber daya terbarukan, termasuk

inovasi dan kreativitas. Kelima, mereka mendorong kemajuan dan inovasi, yang berfungsi sebagai keunggulan kompetitif bangsa. Terakhir, mereka dapat menghasilkan efek sosial yang bermanfaat, termasuk meningkatkan standar hidup dan mempromosikan kohesi sosial.

Efektivitas UMKM belum menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam perekonomian nasional, terutama karena kurangnya dukungan yang diterima banyak perusahaan ini di berbagai daerah. Dampaknya terhadap bisnis lokal dan lanskap ekonomi secara keseluruhan tidak seberapa dibandingkan dengan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan-perusahaan besar. Kekurangan ini berasal dari berbagai kendala dan pembatasan yang terus berlanjut dalam sektor UMKM. Pertama-tama, ada tantangan internal seperti kualitas Sumber Daya Manusia yang kurang baik, jaringan bisnis yang terbatas, dan kurangnya akses ke pasar modal, serta keterampilan organisasi dan manajemen yang kurang memadai. Selain itu, kendala eksternal masih ada, termasuk lingkungan bisnis yang kurang mendukung, fasilitas dan infrastruktur yang kurang memadai, dampak otonomi daerah, tekanan dari perdagangan bebas, kebijakan pemerintah yang tidak konsisten dan diskriminatif, serta pertumbuhan pasar ritel modern. Terakhir, maraknya konglomerat bisnis yang dominan telah menghambat kemampuan mereka untuk secara efektif memanfaatkan kapasitas produksi dan sumber daya keuangan mereka untuk bersaing di arena global, ditambah dengan hubungan yang buruk dalam industri tersebut, yang ditandai dengan tidak adanya perusahaan khusus yang mampu menjembatani kesenjangan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih besar.

Meskipun banyak tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia, pemerintah terus berupaya untuk memajukan usaha-usaha ini berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 dengan memberikan dukungan penting. Melalui bimbingan, bantuan, dan inisiatif penguatan, berbagai pemangku kepentingan termasuk pemerintah, pemerintah daerah, sektor swasta, dan masyarakat berkolaborasi guna memberdayakan UMKM dalam pertumbuhan mereka dan meningkatkan keterampilan dan daya saing pasar mereka. Selain itu, PP Nomor 7 Tahun 2021, dalam Pasal 91, memperjelas bahwasanya tanggung jawab untuk mengembangkan UMKM berada di tangan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Ini melibatkan pengumpulan data, mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada dalam UMKM, merumuskan program pengembangan yang disesuaikan dengan isu-isu tertentu dan memanfaatkan potensi, melaksanakan inisiatif pengembangan ini, dan mengawasi proses implementasi secara efektif

Tabel 1.2 Jumlah Usaha Kecil dan Mikro di Indonesia Per Provinsi

NO	PROVINSI	JUMLAH USAHA SKALA KECIL DAN MIKRO			
		2021	2022	2023	2024
1	JAWA TENGAH	898.162	855.488	892.108	902.906
2	JAWA TIMUR	828.482	762.015	874.497	887.471
3	JAWA BARAT	625.943	622.225	667.795	671.639
4	NTT	136.054	156.305	168.002	170.940
5	BALI	149.516	148.326	150.466	152.787
6	NTB	104.588	106.975	109.227	149.962
7	DI YOGYAKARTA	137.499	107.891	123.572	134.025
8	SULAWESI SELATAN	126.489	122.880	129.679	133.926
9	SUMATERA UTARA	120.163	132.382	120.914	126.907
10	ACEH	103.300	113.292	108.498	110.526

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2025

Berdasarkan data pada tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa Jawa Tengah secara konsisten menempati posisi teratas dalam jumlah UMKM di Indonesia. Pada

tahun 2024, sebanyak 21 persen dari total UMKM di Indonesia berada di Jawa Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa Jawa Tengah telah berhasil menciptakan ekosistem yang kondusif bagi tumbuh kembangnya usaha mikro dan kecil.

Pertumbuhan UMKM di Indonesia tercermin dari kemajuan UMKM di Jawa Tengah. Jawa Tengah berada pada posisi tengah Pulau Jawa. Melihat kemampuan ekonominya, Provinsi Jawa Tengah berperan sebagai koridor yang menghubungkan Provinsi Jawa Barat, Provinsi Jawa Timur, dan DIY sehingga turut mendorong kemajuan ekonominya. Informasi statistik menunjukkan tren positif dalam jumlah UMKM binaan di Jawa Tengah. Pada tahun 2018, terdapat 143.738 wirausahawan, meningkat menjadi 161.458 pada tahun 2019. Jumlah UKM tumbuh menjadi 167.391 pada tahun 2020 dan menjadi 173.431 pada tahun 2021. Hingga akhir tahun 2022, Jawa Tengah memiliki 178.821 UMKM binaan. Tenaga kerja UMKM binaan di Jawa Tengah pada tahun 2022 mencapai 1,32 juta orang atau sebesar 3,6 persen dari jumlah penduduk Jawa Tengah, meningkat dibandingkan tahun 2021 yang sebanyak 1,31 juta orang. Sementara itu, tenaga kerja sektor ini pada tahun 2020 mencapai 1,29 juta orang.

Jawa Tengah dengan kekayaan budaya dan sejarahnya yang panjang pernah terbagi menjadi beberapa wilayah administratif yang disebut karesidenan. Pembagian ini merupakan warisan dari masa penjajahan Belanda. Secara umum, eks-karesidenan di Jawa Tengah meliputi; Eks-Karesidenan Banyumas, Eks-Karesidenan Kedu, Eks-Karesidenan Pati, Eks-Karesidenan Semarang, dan Eks-Karesidenan Surakarta. Meskipun sistem karesidenan tidak lagi berlaku secara resmi, namun pembagian wilayah ini masih sering dijadikan rujukan dalam

berbagai konteks seperti penelitian, perencanaan pembangunan, hingga pemahaman tentang identitas regional di Jawa Tengah. Pembagian karesidenan di Jawa Tengah memiliki implikasi yang signifikan terhadap perkembangan UMKM di setiap wilayah di mana masing-masing eks-karesidenan memiliki potensi dan karakteristik UMKM yang berbeda-beda. Pembagian karesidenan di Jawa Tengah dapat menjadi kerangka kerja yang berguna untuk memahami potensi dan tantangan UMKM di setiap wilayah. Dengan memahami karakteristik unik dari masing-masing eks-karesidenan, pemerintah dan pelaku UMKM mampu merancang strategi yang lebih efektif untuk mengembangkan sektor UMKM di Jawa Tengah.

Pembagian karesidenan di Jawa Tengah tidak hanya memberikan gambaran tentang potensi dan karakteristik UMKM di setiap wilayah, tetapi juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pertumbuhan jumlah UMKM. Setiap karesidenan memiliki potensi unik yang dapat mendorong penambahan jumlah pelaku UMKM. Salah satu contohnya adalah pada wilayah eks-karesidenan Pati di mana wilayah ini jumlah pelaku usaha UMKM yang cukup banyak dengan penyebaran di berbagai wilayah. Berikut adalah pembagian jumlah pelaku usaha pada wilayah eks-Karesidenan Pati.

Tabel 1.3 Jumlah Usaha Kecil dan Mikro Eks Karesidenan Pati Tahun 2024

NO	Kabupaten	Jumlah UKM	Presentase (%)	Jumlah Penduduk
1	Jepara	82.249	54,03	1.192.811
2	Kudus	27.200	18,13	856.472
3	Pati	15.460	10,31	1.361.068
4	Rembang	12.974	8,65	654.881
5	Blora	13.301	8,87	888.224
JUMLAH		149.961		

Sumber: Diolah oleh penulis, 2024

Pada tabel 1.3 di atas menunjukkan data jumlah Industri Mikro Kecil (IMK) tahun 2024 di mana jumlah usaha IMK di Kabupaten Jepara memiliki potensi usaha terbesar dengan jumlah 82,24 ribu usaha atau sejumlah 54,03 persen. Kabupaten Kudus terbesar berikutnya dengan 27,2 ribu usaha atau sejumlah 18,13 persen dan kemudian disusul Kabupaten Pati dengan 15,46 ribu usaha atau sebanyak 10,31 persen. Hal ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Jepara memiliki upaya pengembangan UMKM yang baik dibanding daerah sekitarnya yang tentunya mampu untuk mewujudkan pemerataan pembangunan daerah.

Guna mencapai pertumbuhan yang merata, sektor UMKM merupakan aset penting yang dapat ditingkatkan di Kabupaten Jepara. Kabupaten ini berada di pesisir utara Provinsi Jawa Tengah dan dikenal sebagai pusat produksi mebel dan karya seni dari kayu. Selain itu, berbagai sektor industri lainnya memegang peranan penting dalam mendorong Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Kabupaten Jepara, terutama karena jumlah UKM yang meningkat setiap tahunnya.

Tabel 1.4 Jumlah UMKM Kabupaten Jepara

No	Sektor Ekonomi	Jumlah Unit Usaha			Presentase (%)
		2022	2023	2024	
1	Pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan	19.635	19.635	19.635	23,97
2	Pertambangan dan penggalian	81	81	81	0,09
3	Industri pengolahan	30.212	31.095	31.435	37,96
4	Listrik, gas, dan air bersih	1.750	1.750	1.750	2,13
5	Bangunan	208	208	208	0,25
6	Perdagangan, hotel, dan restoran	28.314	28.314	28.314	34,56
7	Pengangkutan dan komunikasi	277	277	277	0,33
8	Keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan	21	21	21	0,02
9	Jasa-jasa swasta	528	528	528	0,64
Jumlah		81.026	81.909	82.249	100

Sumber: DISKOPUKMNAKERTRANS Kabupaten Jepara, 2024

Perbandingan data statistik pada tabel 1.4 di atas terlihat apabila UMKM di Kabupaten Jepara mengalami kemajuan dan pertumbuhan dengan baik terutama pada industri pengolahan. Kabupaten Jepara telah lama dikenal sebagai sentra kerajinan kayu yang memiliki reputasi internasional. Namun dalam beberapa tahun terakhir, UMKM di Jepara tidak hanya terbatas pada sektor mebel. Dengan dukungan pemerintah dan kreativitas masyarakat, berbagai sektor UMKM lain juga tumbuh pesat mulai dari kuliner khas, *fashion*, hingga produk-produk berbasis teknologi. Pertumbuhan UMKM ini bukan sekadar memberikan andil yang signifikan terhadap perekonomian daerah, tetapi juga membuka lapangan kerja bagi masyarakat.

Tabel 1.5 Jumlah Serapan Tenaga Kerja pada Sektor UMKM Kabupaten Jepara

Tahun	Serapan Tenaga Kerja	Jumlah Penduduk	Persentase (%)
2021	213.485	1.188.510	17,96
2022	213.605	1.192.811	17,91
2023	215.371	1.264.598	17,03
2024	218.355	1.283.687	17,01

Sumber: DISKOPUKMNAKERTRANS Kabupaten Jepara, 2024

Pada Tabel 1.5 di atas menunjukkan bahwa meskipun jumlah serapan tenaga kerja UMKM di Kabupaten Jepara mengalami peningkatan secara absolut dari tahun 2021 hingga 2024, yaitu dari 213.485 menjadi 218.355 orang namun persentase kontribusinya terhadap jumlah penduduk justru mengalami penurunan dari 17,96 persen menjadi 17,01 persen. Hal ini menunjukkan bahwa laju pertumbuhan penduduk lebih tinggi dibanding pertumbuhan tenaga kerja yang diserap oleh sektor UMKM yang mengindikasikan bahwa peningkatan jumlah UMKM belum diiringi dengan perluasan kapasitas usaha atau penciptaan lapangan kerja yang signifikan. Dengan demikian, strategi pengembangan UMKM yang dijalankan masih lebih mendorong pertumbuhan kuantitas pelaku usaha (*self-employed*) daripada penguatan struktur usaha yang mampu menyerap tenaga kerja secara lebih luas.

Pesatnya kemajuan sektor manufaktur masih sangat bergantung pada UMKM dalam perekonomian daerah. Dengan jumlah UMKM yang cukup banyak dan tersebar merata, Jepara menunjukkan ketahanan yang lebih baik dibandingkan daerah lain. Bukti terkini dari kemerosotan ekonomi global yang terkait dengan Covid-19 menunjukkan bahwa Kabupaten Jepara mengalami penurunan pertumbuhan minus 1 persen. Namun, kinerja ini melampaui rata-rata keseluruhan

Jawa Tengah dan nasional, yang keduanya mengalami penurunan minus 2 persen. Edi Sujatmiko, Sekretaris Daerah Jepara, menyatakan bahwa UMKM memegang peranan penting dalam mendorong pemulihan ekonomi di Jepara pascapandemi, dengan proyeksi untuk tahun 2022 menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi Jepara hampir dapat mencapai 6 persen pada angka 5,95 persen, sedangkan rata-rata Jawa Tengah dan nasional berada pada angka 5,31 persen.

Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi (Diskopukmnakertrans) Kabupaten Jepara memang mempunyai peran yang sangat penting, khususnya bagi UMKM, dalam melakukan pendataan, penyediaan informasi yang jelas, pelatihan, peningkatan kemampuan, promosi, pendampingan, dan pengawasan yang bertujuan untuk memajukan pertumbuhan sektor UMKM di Kabupaten Jepara, yang semuanya dilakukan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab pokoknya. Pengaturan mengenai UMKM tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM). Saat ini, pengaturan yang mengatur standar UMKM tertuang dalam PP Nomor 7 Tahun 2021 tentang Pembinaan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM. Kriteria UMKM terkini tertuang dalam Pasal 36 PP UMKM. PP ini ditetapkan berdasarkan pemberlakuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

Pengembangan sektor UMKM di Kabupaten Jepara menjadi tugas dan wewenang yang dilaksanakan oleh Diskopukmnakertrans sesuai dengan Perda Kabupaten Jepara Nomor 19 Tahun 2012 tentang Usaha Mikro, Kecil dan

Menengah. Pemerintah Kabupaten Jepara berupaya mengembangkan pertumbuhan UMKM dengan strategi sebagai berikut

1. Pemberdayaan UMKM melalui pendataan, kemitraan, kemudahan perizinan, penguatan kelembagaan dan koordinasi dengan *stakeholder* terkait
2. Peningkatan pemahaman dan pengetahuan usaha mikro serta kapasitas dan kompetensi SDM usaha mikro dan kewirausahaan
3. Pengembangan Usaha Mikro dengan orientasi peningkatan skala usaha menjadi usaha kecil
4. Fasilitasi UMKM dalam pengembangan produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, serta desain dan teknologi

(Sumber: Rencana Strategis Diskopukmnakertrans Kabupaten Jepara Tahun 2023-2026)

Keempat poin strategi tersebut menggambarkan arah kebijakan yang ingin dicapai oleh Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Jepara dalam upaya penguatan dan pengembangan sektor UMKM. Namun, untuk mengetahui sejauh mana kesesuaian antara rumusan strategis tersebut dengan kebutuhan dan kondisi riil pelaku usaha di lapangan, perlu dilakukan penjabaran lebih lanjut dalam bentuk matriks strategi. Matriks berikut ini disusun guna memetakan keterkaitan antara arah strategis, strategi implementatif, tujuan yang ingin dicapai, serta catatan terhadap pelaksanaan di lapangan yang diperoleh melalui temuan penelitian.

Tabel 1.6 Matriks Strategi Diskopukmnakertrans

Arah Strategis	Strategi Utama	Tujuan Strategis	Catatan Implementasi / Keterangan
1. Pemberdayaan UMKM melalui pendataan, kemitraan, perizinan, dan koordinasi	a. Optimalisasi sistem data terintegrasi UMKM b. Pembentukan forum kemitraan daerah c. Penyederhanaan izin usaha mikro	Memperkuat basis data, legalitas, dan jaringan kemitraan UMKM	Butuh integrasi lintas OPD, evaluasi keberhasilan <i>MyUMKM</i> masih minim
2. Peningkatan kapasitas SDM usaha mikro dan kewirausahaan	a. Pelatihan manajerial dan literasi digital b. Inkubasi usaha sektor prioritas c. Sertifikasi pelaku usaha	Meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam pengelolaan dan pengembangan produk	Masih dominan pelatihan satu kali tanpa pendampingan lanjutan
3. Pengembangan usaha mikro menuju skala usaha kecil	a. Akses permodalan melalui koperasi dan lembaga keuangan b. Penguatan <i>branding</i> lokal c. Pendampingan naik kelas	Memfasilitasi UMKM agar bisa bertumbuh dan bersaing di pasar yang lebih luas	Tidak semua UMKM disiapkan naik kelas; minimnya pembukuan dan pemahaman manajemen keuangan
4. Fasilitasi produksi, pemasaran, desain, SDM dan teknologi	a. Bantuan alat produksi dan desain kemasan b. Pelatihan pemasaran digital c. Akses teknologi sederhana bagi UMKM	Mendukung peningkatan produktivitas dan daya saing produk UMKM	Implementasi belum merata dan banyak yang tidak tahu cara penggunaan bantuan alat maupun <i>platform online</i>

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Kehadiran suatu strategi senantiasa memerlukan pelaksanaan untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi. Begitu pula pendekatan pengembangan UMKM yang telah disusun secara matang oleh Diskopukmnakertrans Kabupaten Jepara tidak akan berhasil tanpa adanya pelaksanaan yang baik. Hunger dan Wheelen (2021) mengemukakan bahwa pelaksanaan strategi yang solid secara tidak

efektif dapat berujung pada kehancurannya. Oleh karena itu, penerapan strategi pengembangan UMKM dari Diskopukmnakertrans Kabupaten Jepara menjadi sangat penting dan perlu terus ditingkatkan untuk mewujudkan sektor UMKM yang bermutu dan berdaya saing di Kabupaten Jepara.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fadzilla (2020) tentang strategi Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kota Banda Aceh dalam upaya peningkatan pertumbuhan industri kreatif di kalangan UMKM menunjukkan bahwa upaya pemberdayaan telah berjalan efektif melalui metodologi pembinaan yang meliputi sosialisasi, pelatihan bagi pelaku UMKM, dan pendampingan yang intensif. Namun demikian, masih terdapat beberapa hal yang masih kurang dalam pemberdayaan dan pertumbuhan, khususnya dalam hal pelatihan yang belum maksimal dan sarana prasarana yang tersedia belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan. Oleh karena itu, perlu dilakukan identifikasi kebutuhan khusus pelaku UMKM dengan menyelenggarakan pelatihan secara berkala dan terjadwal, meningkatkan peran Dinas dalam promosi produk, mendirikan sentra khusus, dan memberikan dukungan khusus dalam hal pemasaran.

Penelitian lain yang dilakukan Suci Astari pada tahun 2021 mengkaji pendekatan yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam pengembangan sektor UMKM. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM adalah pendekatan penguatan yang dilakukan melalui program kerja yang bertujuan untuk membangun sistem pendukung bagi UMKM. Hal ini meliputi taktik promosi dan pemberdayaan produk yang

terintegrasi dalam program kerja yang difokuskan pada pembinaan kewirausahaan dan penciptaan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan hasil kajian terdahulu, jelas terlihat bahwa Dinas Koperasi dan UKM memegang peranan penting dalam memajukan dan mendukung para pemangku kepentingan UMKM. Perlu adanya perhatian yang serius dari pemerintah dan masyarakat terhadap pertumbuhan UMKM supaya mampu bersaing secara efektif dengan pelaku usaha yang lain.

Inisiatif yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jepara untuk membina UMKM menghadapi beberapa tantangan. Wawasan awal yang dikumpulkan melalui wawancara dengan peserta UMKM mengungkapkan sejumlah masalah, seperti: Pertama-tama, upaya pemberdayaan terbukti tidak memadai, terutama terdiri dari seminar dan lokakarya singkat yang berlangsung 2-3 hari, yang secara signifikan membatasi efektivitasnya dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi di antara peserta UMKM. Sesi pelatihan ini seringkali dibatasi hanya untuk 25-30 orang UMKM. Kelangkaan pelatihan atau pendampingan yang berkelanjutan menyebabkan para peserta UMKM yang tidak memiliki akses menjadi tertinggal dibandingkan dengan mereka yang mendapatkan pembinaan dan dukungan secara teratur. Keterbatasan keuangan menjadi alasan signifikan di balik distribusi yang tidak konsisten dari inisiatif pelatihan dan pendampingan ini, yang mengakibatkan fokus pada banyaknya program dengan mengorbankan kualitas, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kemunduran dan tersingkirnya UMKM yang kurang kompetitif.

Kedua, kurang adanya sarana promosi untuk memperkenalkan produk UMKM pada media digital di Kabupaten Jepara. Kabupaten Jepara belum memiliki media untuk melakukan promosi seperti *website* khusus UMKM sehingga akses pemasaran produk UMKM masih terbatas sehingga pelaku UMKM hanya mengandalkan media sosial, *e-commerce* ataupun melakukan pemasaran di minimarket secara mandiri. Ketiga, UMKM di Kabupaten Jepara mempunyai potensi yang besar namun banyak pelaku usaha yang masih kesulitan dalam mengelola keuangan usahanya. Kurangnya pendampingan dari Diskopukmnakertrans dalam hal penyusunan pembukuan dan administrasi keuangan menjadi salah satu kendala utama. Akibatnya, banyak UMKM yang kesulitan dalam mengambil keputusan bisnis yang tepat, mengakses pembiayaan, dan mengembangkan usahanya.

Berdasarkan uraian fakta dan data yang telah disajikan di atas serta mengacu pada sejumlah penelitian lainnya perlu diketahui strategi Dinas Koperasi dan UKM dalam mengembangkan sektor UMKM yang bukan hanya dari segi kuantitas tetapi juga dari segi kualitas dengan fakta adanya peningkatan pertumbuhan pelaku UMKM walaupun terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi pelaku usaha yang berkaitan dengan proses manajemen atau strategi pengembangan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM OLEH DINAS KOPERASI, UKM, TENAGA KERJA, DAN TRANSMIGRASI KABUPATEN JEPARA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi.

1. Data Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jepara mencatat bahwa jumlah UMKM meningkat dari 80.050 unit pada tahun 2020 menjadi 82.249 unit pada 2024. Namun, peningkatan ini lebih bersifat kuantitatif tanpa disertai peningkatan kapasitas usaha secara signifikan. Banyak pelaku usaha terutama di sektor pengolahan masih menjalankan usahanya tanpa pembukuan, tanpa branding, dan hanya mengandalkan pasar lokal.
2. Kebijakan tidak disusun berdasarkan diagnosis spesifik dan tidak semua sektor prioritas mendapat perhatian seimbang.
3. Sebagian besar pelaku UMKM di Jepara tidak memiliki sistem pencatatan keuangan, tidak memahami perencanaan modal, dan tidak memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha.
4. Banyak pelatihan UMKM yang dilakukan hanya bersifat satu kali dan tidak diikuti dengan pendampingan atau kunjungan lapangan. Evaluasi terhadap dampak pelatihan juga tidak dilakukan secara berkala.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja dan Transmigrasi dalam upaya pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara?

2. Apa saja hal-hal yang menghambat Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja dan Transmigrasi dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah, penelitian ini memiliki dua tujuan di antaranya.

1. Menganalisis strategi Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi dalam upaya pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara
2. Menganalisis hal-hal yang menghambat Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara

1.5 Kegunaan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini digunakan untuk berkontribusi dalam pengembangan ilmu administrasi publik terkait pemikiran akademis tentang strategi pengembangan UMKM oleh dinas terkait.
2. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk pihak-pihak yang membutuhkan, khususnya bagi lembaga atau instansi pemerintah dan membantu memecahkan permasalahan terkait strategi pengembangan UMKM oleh dinas terkait.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini mengandalkan temuan-temuan dari pengalaman pendidikan yang diperoleh di kelas, yang berarti konten yang dibahas dalam penelitian ini didasarkan pada subjek-subjek yang dibahas selama kuliah dan memperkaya pemahaman dan pengalaman praktis dalam melakukan penelitian.

2. Bagi Instansi terkait

Penelitian ini mampu mengupayakan sebuah solusi dalam mengupayakan sebuah strategi pengembangan pelaku UMKM seperti Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi (Diskopukmnakertrans) dengan berkontribusi dalam hal saran atau masukan yang positif

3. Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini dapat membantu para pelaku UMKM dalam memahami berbagai strategi pengembangan yang dilakukan oleh instansi terkait guna meningkatkan kapasitas dan kompetensi mereka

1.6 Kajian Pustaka

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Penulis dalam penelitian ini memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti mengenai strategi pengembangan UMKM. Uraian penelitian terdahulu dalam Tabel 1.7 dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 1.7 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul	Fokus	Hasil	Perbedaan dengan Penelitian ini
1.	Jatmiko, B, dkk (2021)	<i>Strategies for MSMEs to Achieve Sustainable Competitive Advantage: The SWOT Analysis Method</i>	Mengusulkan strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mewujudkan keunggulan kompetitif berkelanjutan dengan menerapkan metode analisis SWOT	UMKM Kulonprogo harus memperhatikan tujuh aspek manajemen bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Tujuh aspek tersebut adalah: 1) strategi bisnis, 2) sumber daya manusia, 3) teknologi informasi, 4) produk, 5) promosi, 6) kerja sama, dan 7) tanggung jawab sosial perusahaan	Penelitian ini lebih fokus pada proses pengembangan UMKM secara umum dengan analisis SWOT
2.	Sulastri & Hardiyansyah (2021)	Kelembagaan dan Strategi UMKM di Daerah	Meneliti sejauh mana peran kelembagaan memengaruhi keberhasilan program pengembangan	Ditemukan bahwa lemahnya koordinasi antar instansi dan tidak adanya integrasi kebijakan antar sektor menyebabkan program pengembangan UMKM berjalan	Penelitian ini berfokus pada evaluasi strategi berdasarkan aspek koherensi tindakan

			UMKM di tingkat daerah	sendiri-sendiri, tanpa dampak signifikan terhadap pelaku usaha	
3.	Justin Y. L, Zirong Yang, Yingting Li, dan Yilin Zhang (2022)	<i>Development Strategy and the MSMEs Finance Gap</i>	Menyelidiki penyebab kesenjangan keuangan UMKM yang menyebabkan struktur keuangan terdistorsi dihasilkan oleh strategi yang menentang keunggulan komparatif sehingga kesenjangan keuangan UMKM semakin besar	Kedalaman segmen penyimpanan uang dan liku-liku proporsi kredit merupakan penyebab utama yang memengaruhi tingkat disparitas moneter UMKM. Akar penyebab tantangan UMKM dapat berupa prosedur yang membatasi keunggulan komparatif yang muncul dalam pengelolaan struktur akun yang kewalahan oleh bank-bank besar yang menjadi tidak teratur.	Penelitian ini lebih fokus pada masalah kesenjangan yang terjadi pada sektor UMKM
4.	Raharjo & Anantanyu (2022)	Transformasi UMKM di Tingkat Lokal	mengevaluasi peran pemerintah daerah dalam mengembangkan UMKM sebagai pilar ekonomi lokal	Strategi pengembangan UMKM di tingkat lokal cenderung bersifat administratif dan belum sepenuhnya berbasis kebutuhan sektor unggulan. Program yang dijalankan belum didasarkan pada pemetaan potensi dan tidak memiliki arah strategis jangka panjang	Penelitian ini lebih bersifat umum terhadap kebijakan daerah
5.	Cici Fatimah (2023)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Lamongan	Menganalisis strategi pengembangan UMKM dengan melakukan pemindaian lingkungan, perumusan strategi,	Teknik pembinaan UMKM di Kabupaten Lamongan berjalan dengan baik. Bentuk teknik yang dilakukan Pemerintah Daerah meliputi SHAT, perizinan P-IRT, legalitas usaha, permodalan KUR, dan program megapeneur. Kendala yang menghambat pembangunan adalah belum dipahaminya	Penelitian ini lebih fokus untuk menganalisis strategi secara lebih holistik mulai dari siapa yang terlibat, awal perumusan

			implementasi, evaluasi, dan kontrol	branding produk secara baik dalam variabel finansial maupun teknis.	strategi, dan evaluasi serta kontrol yang terjadi
6.	Akhmad, Idhan Khalid, Asdar (2023)	<i>Strategy for Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Gowa Regency, Indonesia</i>	Merumuskan strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Gowa menggunakan analisis SWOT	Kekuatan yang dimiliki oleh UMKM di Kabupaten Gowa yaitu meningkatnya minat masyarakat dalam berusaha dan dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan UMKM dengan kelemahan yang dihadapi diantaranya koordinasi pembinaan oleh masing –masing Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan belum adanya balai pelatihan	Penelitian ini lebih fokus kepada penciptaan iklim usaha yang sehat bagi pelaku UMKM
7.	Andiga D.A.B.T, Musa H., Siti J., dan Nimmi Z. (2023)	<i>Market-based dynamic capabilities for MSMEs: Evidence from Indonesia's ornamental fish industry</i>	Upaya untuk mengembangkan model konseptual <i>Market Based Dynamic Capabilities</i> (MBDC) untuk UMKM di industri ikan hias Indonesia	MBDC dapat dibangun dalam kondisi pasar yang dinamis dan kompetitif bagi organisasi dengan sumber daya, kapabilitas, dan pengetahuan berbasis pasar. Lebih jauh, MBDC akan mempengaruhi kinerja organisasi dan selanjutnya mendorong kecenderungan ekspor.	Penelitian ini fokus kepada pengembangan UMKM menggunakan konsep MBDC
8.	Irhash Abdul Hakam, dkk. (2023)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Menengah melalui Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia	Melakukan tinjauan sistematis terhadap literatur yang ada untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dalam pengembangan UMKM melalui	Meningkatkan kualitas SDM dapat menjadi kunci utama dalam kemajuan UMKM. SDM yang berkualitas dapat memberikan daya saing, meningkatkan efisiensi, dan mendorong kemajuan UMKM. Metodologi pelatihan dan pengembangan merupakan langkah penting dalam meningkatkan kualitas SDM di UMKM. Melalui pelatihan	Fokus penelitian ini hanya pada pengembangan UMKM melalui perbaikan kualitas Sumber Daya Manusia

			peningkatan kualitas SDM	yang terfokus, UMKM dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan, yang dapat berdampak positif pada kualitas produk dan layanan yang ditawarkan.	
9.	Nurhayati, Ramadhani, & Santoso (2023)	Literasi Keuangan Pelaku UMKM di Jawa Tengah	Menilai tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pencatatan keuangan dan dampaknya terhadap keberlangsungan usaha	Mayoritas pelaku UMKM belum mampu membuat pembukuan dasar dan mengelola keuangan usaha secara terpisah dari keuangan pribadi. Hal ini berdampak pada ketidakmampuan dalam mengakses kredit usaha rakyat dan program bantuan formal.	Penelitian ini hanya membahas satu aspek dari pengembangan UMKM, yakni keuangan

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan data penelitian terdahulu pada Tabel 1.7 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa upaya pengembangan UMKM oleh pemerintah daerah secara umum masih menghadapi berbagai tantangan, terutama pada aspek kelembagaan, literasi pelaku usaha, dan efektivitas program pelatihan. Sebagian besar penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kebijakan pengembangan UMKM belum dilandasi oleh strategi yang terintegrasi dan berkelanjutan. Namun, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji koherensi strategi pengembangan UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting sebagai bentuk evaluasi strategis terhadap kebijakan pemerintah daerah dalam memberdayakan UMKM dengan menitikberatkan pada diagnosis permasalahan, arah kebijakan, dan tindakan koheren yang telah atau belum dilakukan.

1.6.2 Administrasi Publik

Administrasi publik, sebagaimana didefinisikan oleh Chandler dan Plano (1988: 29-30), melibatkan pengaturan dan pengelolaan aset dan staf publik untuk mengembangkan, melaksanakan, dan mengawasi keputusan yang terkait dengan kebijakan publik. Para penulis selanjutnya menggambarkan administrasi publik sebagai suatu keahlian dan bidang studi yang berfokus pada penataan masalah publik dan pelaksanaan berbagai tanggung jawab yang diberikan. Sebagai suatu disiplin ilmu, administrasi publik berupaya untuk mengatasi masalah masyarakat dengan meningkatkan atau menyempurnakan proses, khususnya dalam domain organisasi, sumber daya manusia, dan manajemen keuangan.

McCurdy (1986), dalam telaah pustaka menyatakan bahwa administrasi publik dapat dianggap sebagai aktivitas politik yang berfungsi sebagai sarana pengelolaan negara. Administrasi publik juga dapat didefinisikan sebagai pendekatan sistematis untuk melaksanakan berbagai tugas pemerintahan. Dengan demikian, administrasi publik mencakup lebih dari sekadar manajemen; administrasi publik juga bersinggungan dengan politik. Perspektif ini mungkin mempersulit pemahaman tentang administrasi publik dan batasan-batasannya. Meskipun demikian, perspektif ini mencerminkan evolusi administrasi publik yang sedang berlangsung, yang tetap terkait erat dengan ranah politik.

Berdasarkan beberapa pengertian administrasi publik di atas, dapat disimpulkan bahwa administrasi publik adalah kerjasama organisasi publik dalam

kegiatan untuk mengatasi berbagai permasalahan publik melalui produk kebijakan publik untuk mencapai tujuan negara.

1.6.3 Manajemen Publik

Gagasan manajemen publik pada dasarnya merupakan bidang penelitian yang berasal dari berbagai bidang. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen publik memiliki landasan ilmiah yang berakar pada bidang lainnya meliputi ilmu manajemen, administrasi publik, kebijakan publik, ilmu politik, dan lain-lain. Penggabungan berbagai disiplin ilmu ini pada akhirnya mengarah pada pengembangan studi dalam manajemen publik.

Penegasan yang disebutkan di atas dapat diperkuat dari perspektif Overman (dalam Keban, 2004:85), yang menunjukkan bahwa manajemen publik tidak boleh disamakan dengan "manajemen ilmiah," meskipun manajemen publik memiliki hubungan yang signifikan dengannya. Manajemen publik tidak boleh dianggap sinonim dengan "analisis kebijakan," dan tidak boleh dipandang semata-mata sebagai administrasi publik, yang menggambarkan keseimbangan antara pendekatan "rasional-instrumental" dan aspek kebijakan yang didorong oleh politik. Manajemen publik mencakup pemeriksaan interdisipliner yang luas terhadap fitur-fitur organisasi umum, yang mengaitkan berbagai peran manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian dengan elemen-elemen seperti SDM, keuangan, infrastruktur fisik, informasi, dan politik. Selain itu, Pasolong (2007:83) secara ringkas mendefinisikan manajemen publik sebagai

"manajemen lembaga pemerintah." Meskipun interpretasi ini cukup luas, pada dasarnya manajemen publik membahas administrasi entitas pemerintah.

Dari berbagai uraian yang diberikan, jelas bahwa inti dari manajemen publik berputar di sekitar inisiatif badan-badan pemerintah untuk mengawasi bidang-bidang publik dengan profesionalisme dan keadilan. Hal ini dicapai dengan memanfaatkan berbagai kemampuan atau aset organisasi, yang bertujuan untuk memberikan layanan luar biasa yang memenuhi harapan dan persyaratan publik. Akibatnya, manajemen publik melampaui sekadar pengawasan normatif terhadap sektor publik; fokus utamanya adalah pada bagaimana hasil dari manajemen ini dapat menghasilkan dampak dan keuntungan yang paling menguntungkan bagi masyarakat.

1.6.4 Manajemen Strategi

Manajemen strategis, sebagaimana didefinisikan oleh David (2012), merujuk pada "disiplin dan keterampilan dalam menciptakan, melaksanakan, dan menilai pilihan yang dibuat oleh para eksekutif untuk mencapai tujuan organisasi." Manajemen strategis mencakup serangkaian upaya pengambilan keputusan strategis yang dilaksanakan oleh manajemen untuk tujuan perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi. Penafsiran David tentang manajemen strategis sangat mencerminkan konsep manajemen dalam konteks yang lebih luas.

Nawawi (2017) menyebut manajemen strategis sebagai prosedur pengambilan keputusan yang krusial dan menyeluruh, yang dipadukan dengan metode untuk menetapkan dan mengeksekusi keputusan yang dibuat oleh

manajemen senior yang diterapkan di semua tingkatan organisasi untuk mewujudkan tujuannya. Menurut David dan Wheelen (2001), manajemen strategis melibatkan sekumpulan pilihan dan aktivitas manajerial yang membentuk keberhasilan jangka panjang suatu bisnis. Mereka percaya bahwa manajemen strategis mencakup pemantauan lingkungan, menyusun strategi, mengeksekusi strategi tersebut, dan menilai serta mengendalikan efektivitasnya. Jauch dan Glueck, sebagaimana dikutip oleh Purwanto dan Afandi (2021), mendefinisikan manajemen strategis sebagai serangkaian tindakan dan keputusan yang berkontribusi pada pengembangan strategi atau beberapa strategi efektif yang ditujukan demi mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan uraian yang diberikan oleh para spesialis yang disebutkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis merupakan suatu usaha yang terkait erat dengan proses manajemen organisasi. Hal ini mencakup berbagai elemen seperti menetapkan tujuan, menguraikan tindakan atau tugas, melaksanakannya, dan menilai hasil. Proses manajemen strategis mencakup penetapan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan, memeriksa lanskap kompetitif, menilai organisasi internal, meninjau strategi, dan memastikan bahwa manajemen dikomunikasikan secara efektif ke seluruh divisi organisasi.

1.6.5 Teori Strategi Pengembangan dari Richard Rumelt

Penelitian ini menggunakan teori strategi pengembangan oleh Richard Rumelt di dalam bukunya yang berjudul “*Good Strategy Bad Strategy*” (Rumelt, 2011). Richard Rumelt mendefinisikan elemen strategi organisasi yang baik dan

menjelaskan bagaimana merancang strategi yang memanfaatkan kekuatan sebuah organisasi sembari memperbaiki kelemahan yang ada. Menurutnya, kebanyakan organisasi beroperasi secara reaktif terhadap tantangan sehari-hari yang hanya memiliki garis besar tujuan jangka panjang yang tidak jelas dan secara keliru mereka sebut sebagai “strategi”. Jadi, ketika sebuah organisasi mempunyai strategi yang dipikirkan dengan matang dan spesifik, organisasi tersebut mempunyai keunggulan dibandingkan organisasi lainnya hanya karena organisasi tersebut lebih siap menghadapi tantangan yang dihadapi. Sebaliknya, strategi yang buruk adalah strategi yang tidak dipikirkan dengan matang yang didasarkan pada kesalahpahaman dan kepemimpinan yang salah arah.

Inti dari strategi yang baik adalah struktur dasar yang menyatukan pemikiran dan tindakan yang disebut “kernel”. Guna menjawab rumusan masalah pada penelitian ini, digunakan tiga tahapan di dalam teori ini yaitu diagnosis situasi, panduan kebijakan, dan tindakan yang koheren.

1. Diagnosis Situasi

Ini mendefinisikan tantangan dan menemukan elemen yang paling penting. Diagnosis yang baik memungkinkan organisasi untuk memusatkan perhatian lebih banyak pada hal-hal tertentu dan lebih sedikit pada hal lain. Kutipan kunci: “Sebagian besar upaya strategi adalah mencoba menelusuri apa yang sedang terjadi. Bukan hanya memutuskan apa yang harus dilakukan, namun masalah yang lebih mendasar dalam memahami situasi.” (Rumelt, 2011: 79)

- a. Analisis Internal: Kekuatan dan kelemahan, termasuk sumber daya manusia, modal, teknologi, dan manajemen
- b. Analisis Eksternal: Peluang dan tantangan yang dihadapi, termasuk kebijakan pemerintah, kondisi pasar, dan persaingan

Berdasarkan analisis ini, Diskopukmnakertrans dapat mengidentifikasi berbagai permasalahan dan hambatan yang dihadapi UMKM. Hal ini penting untuk dilakukan agar strategi pengembangan UMKM yang dirumuskan dapat tepat sasaran dan efektif dalam mengatasi permasalahan yang ada.

2. Panduan Kebijakan

Panduan kebijakan yang baik menciptakan atau berstandar pada sumber-sumber kebaikan bagi masyarakat. Hal ini mengantisipasi tindakan atau reaksi dari penyampaian kebijakan, mengurangi kompleksitas dan ambiguitas, dan menghasilkan tindakan yang koheren. Kutipan kunci: “Panduan kebijakan menguraikan pendekatan menyeluruh guna mengatasi hambatan-hambatan yang disoroti. Kebijakan ini bersifat panduan karena mengarahkan tindakan ke arah tertentu tanpa menjelaskan secara pasti apa yang harus dilakukan.” (Rumelt, 2011: 84)

- a. Sesuai dengan Hasil Diagnosis Situasi: Panduan kebijakan harus didasarkan pada temuan dan kesimpulan dari analisis situasi yang telah dilakukan
- b. Jelas dan terukur: Panduan kebijakan harus memuat target dan indikator yang jelas dan terukur untuk mengukur keberhasilan strategi

- c. Realistis dan *achievable*: Panduan kebijakan harus realistis dan dapat dicapai dengan sumber daya yang tersedia
- d. Koheren dan Terintegrasi: Panduan kebijakan harus koheren dan terintegrasi dengan kebijakan dan program pemerintah daerah lainnya

3. Tindakan yang Koheren

Ini berarti berupaya untuk mengambil langkah-langkah penting setelah menentukan aturan pendekatan karena penting untuk membuatnya jelas, koheren, dan sesuai dengan merek. Langkah-langkah yang diambil tidak boleh meniadakan rencana tindakan atau penentuan masalah.

Kutipan kunci: “Rencana ini tidak menyebutkan segala tindakan yang akan diambil ketika peristiwa terjadi, namun perlu adanya kejelasan yang cukup mengenai tindakan yang akan membawa konsep ke bumi. Agar dapat diterapkan, tindakan harus terkoordinasi dan dibangun di atas satu sama lain dengan menfokuskan energi organisasi.” (Rumelt, 2011: 87)

- a. Sesuai dengan Panduan kebijakan: Tindakan yang dilakukan harus sesuai dengan panduan kebijakan yang telah ditetapkan
- b. Terukur dan Terpantau: Tindakan yang dilakukan harus terukur dan terpantau secara berkala untuk memastikan kemajuan dan efektivitas strategi
- c. Fleksibel dan Adaptif: Tindakan yang dilakukan harus fleksibel dan adaptif terhadap perubahan kondisi dan situasi
- d. Melibatkan Berbagai Pihak: Tindakan yang dilakukan harus melibatkan berbagai pihak terkait

Ketiga unsur strategi di atas menjadi indikator dalam melihat penerapan strategi pengembangan UMKM yang dilakukan oleh Diskopukmnakertrans Kabupaten Jepara.

1.6.6 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan perusahaan yang dimulai dengan modal investasi yang minim, memiliki nilai aset yang rendah, dan mempekerjakan tenaga kerja yang sedikit. Penilaian nilai modal dan jumlah karyawan sejalan dengan definisi yang diberikan oleh badan pemerintah atau organisasi lain yang berfokus pada tujuan tertentu. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa UMKM termasuk dalam kategori usaha yang bercirikan skala terbatas, investasi modal yang sederhana, dan jumlah karyawan yang terbatas. Meskipun demikian, perusahaan-perusahaan ini secara aktif berupaya untuk menegakkan kepuasan pelanggan (Alimudin et al. 2019).

Perspektif alternatif dari Soerjono et al., (2021), mendefinisikan Usaha Kecil sebagai suatu badan usaha ekonomi yang mandiri dan efisien yang dioperasikan oleh orang perseorangan atau organisasi yang bukan merupakan anak perusahaan atau divisi dari perusahaan yang lebih besar, dan tidak dimiliki, diatur, atau berafiliasi secara langsung atau tidak langsung dengan badan usaha menengah atau besar, sepanjang memenuhi kriteria Usaha Kecil.

UMKM berperan sebagai fondasi penting bagi berbagai aspek kemajuan ekonomi nasional sehingga penting bagi mereka untuk memperoleh kesempatan, dukungan, jaminan keamanan, dan peningkatan yang cukup sebagai cara untuk

mendukung perekonomian rakyat. Keberhasilan pertumbuhan UMKM tidak terlepas dari pengaruh para pengusaha dan unsur-unsur lain yang membantu UKM ini dalam mempertahankan operasinya.

PP No. 7 Tahun 2021 mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (PP UMKM) telah diterbitkan oleh pemerintah bersama 48 peraturan pelaksana lainnya dari UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja pada 16 Februari 2021 lalu. PP UMKM tersebut mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM) di mana salah satunya merupakan aturan terkait kriteria UMKM itu sendiri.

PP UMKM NO.7/2021 Pasal 1 menjelaskan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah dibagi menjadi beberapa pengertian yakni:

- a. Usaha Mikro merupakan usaha yang kegiatan usahanya dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro yang memenuhi arahan dalam PP ini.
- b. Usaha Kecil merupakan usaha keuangan yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang atau badan usaha yang bukan menjadi anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah dan besar yang memenuhi persyaratan sebagai usaha kecil yang tunduk pada ketentuan dalam PP.

- c. Usaha Menengah adalah usaha keuangan mandiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau secara langsung atau tidak langsung menjadi bagian dari usaha kecil dan usaha besar yang memenuhi kebutuhan usaha menengah sesuai dengan ketentuan dalam PP.

Berdasarkan PP UMKM NO.7/2021 Pasal 35 UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal pribadi dan modal pinjaman guna melakukan kegiatan aktivitas suatu usaha. Kriteria modal usaha terdiri atas:

- a. Usaha Mikro

Memiliki modal tidak lebih dari satu miliar rupiah diluar tanah dan bangunan tempat usaha

- b. Usaha Kecil

Memiliki modal lebih dari satu miliar rupiah sampai yang paling banyak lima miliar rupiah diluar tanah dan bangunan tempat usaha

- c. Usaha Menengah

Mempunyai modal lebih dari lima miliar rupiah sampai yang paling banyak sepuluh miliar rupiah diluar tanah dan bangunan tempat usaha

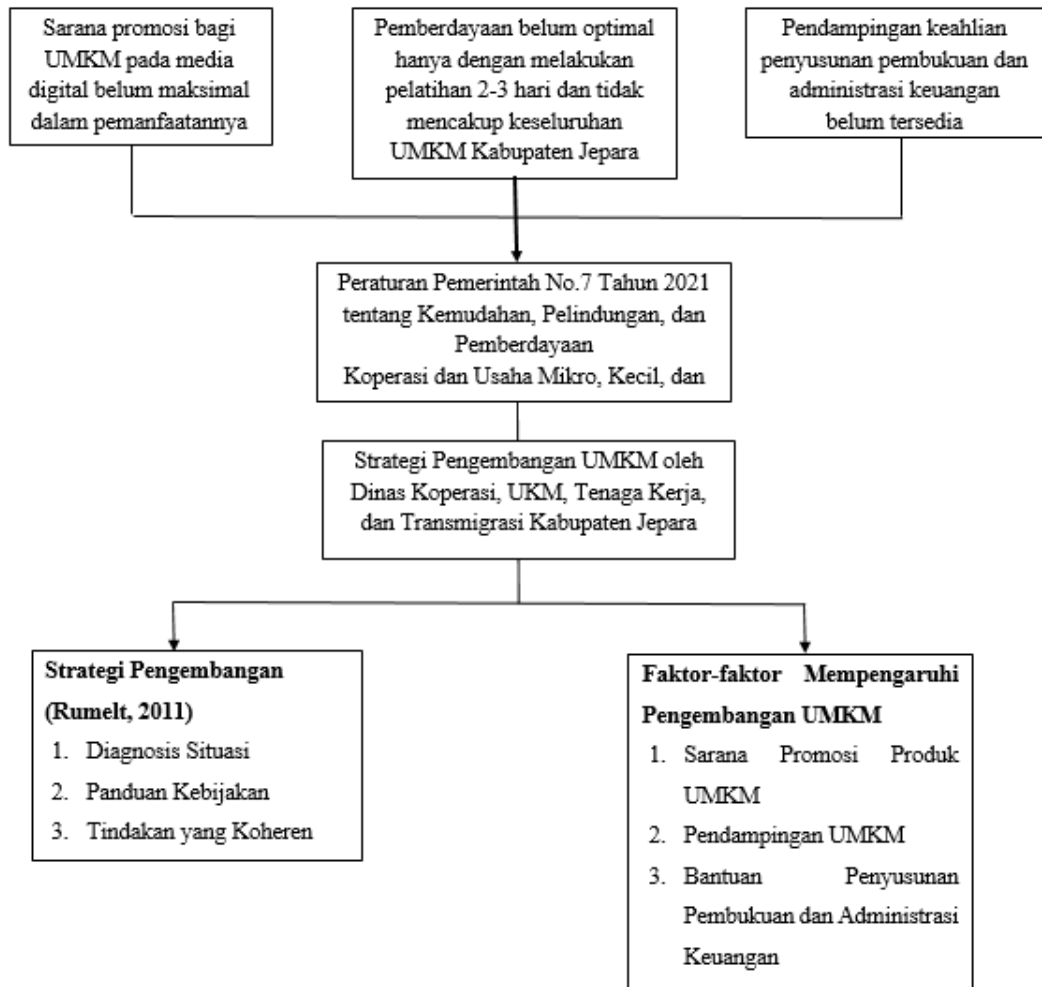
Kriteria hasil penjualan tahunan terdiri atas:

- a. Usaha mikro mendapatkan hasil penjualan tahunan sampai yang paling banyak dua miliar rupiah

- b. Usaha kecil mendapatkan hasil penjualan tahunan lebih dari dua miliar rupiah sampai yang paling banyak lima belas miliar rupiah
- c. Usaha menengah mendapatkan hasil penjualan tahunan lebih dari lima belas miliar rupiah sampai yang paling banyak lima puluh miliar rupiah

1.7 Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 1.2 Kerangka Pikir Penelitian



1.8 Fenomena Penelitian

Fenomena penelitian mengidentifikasi hal-hal yang akan diselidiki oleh peneliti untuk menggambarkan masalah-masalah yang ada di lapangan sebagai fokus penelitian. Penggunaan fenomena penelitian membantu peneliti dalam mengatur alur pikir dan mengaitkan teori yang telah dipaparkan dengan temuan empiris. Fenomena dan indikasi yang akan diselidiki meliputi:

Tabel 1.8 Fenomena Penelitian

No	Aspek Teori	Fenomena	Gejala	Informan	Teknik Pengumpulan Data
1.	Diagnosis Situasi	Strategi pengembangan UMKM belum berbasis pemetaan kebutuhan sektor	Pelatihan tidak sesuai sektor usaha, pelaku usaha bingung mengimplementasikan materi	1. Kasubag Renval 2. Kasi Pemasaran dan Jaringan Usaha 3. Kasi Perlindungan dan Pendampingan Usaha 4. Ketua Paguyuban UMKM 5. Pelaku UMKM	1. Observasi 2. Wawancara 3. Dokumentasi
		UMKM tumbuh secara kuantitatif namun stagnan secara kualitas	Tidak ada pencatatan usaha, promosi terbatas, sulit mengakses pasar <i>digital</i>		
2.	Panduan Kebijakan	Program dinas tidak fokus pada sektor strategis	Semua UMKM diberi pelatihan umum, tanpa klasifikasi sektoral seperti makanan dan minuman		
		Tidak ada kebijakan pendampingan pascapelatihan	UMKM tidak pernah dihubungi lagi setelah pelatihan, tidak tahu harus bertanya ke mana saat menghadapi masalah usaha		
3.	Tindakan yang Koheren	Tindakan pemerintah tidak saling menguatkan	Pelatihan, bantuan, dan promosi tidak terhubung: ada yang dapat pelatihan tapi tidak dapat alat, atau		

			dapat alat tapi tidak bisa menggunakannya		
		Promosi digital belum dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM	Pelaku tidak tahu atau tidak pernah mengakses <i>platform MyUMKM</i> ; sosialisasi dan pelatihan teknis terbatas		

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan kualitatif melibatkan teknik penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif baik melalui narasi tertulis maupun ekspresi lisan dari individu atau dengan mengamati perilaku. Sebagaimana disebutkan oleh Mukhtar (2013: 10), penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang merinci semua data atau kondisi yang melingkupi subjek atau objek penelitian, diikuti dengan analisis dan perbandingan berdasarkan keadaan yang ada, yang pada akhirnya bertujuan untuk menawarkan solusi terhadap masalah yang dihadapi dan memberikan informasi terkini yang berkontribusi pada kemajuan pengetahuan, dengan aplikasi potensial untuk berbagai tantangan. Secara umum, penelitian deskriptif adalah jenis penyelidikan yang dirancang guna membuat penggambaran terperinci atau secara sistematis menggambarkan kejadian atau fenomena dengan akurasi faktual dan kejelasan yang terorganisir.

Penelitian kualitatif pada judul "Strategi Pengembangan UMKM oleh Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi Kabupaten Jepara" adalah jenis

penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang strategi pengembangan UMKM yang diterapkan oleh Diskopukmnakertrans dari sudut pandang pelaku UMKM, pemangku kepentingan terkait, dan implementer kebijakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna, pengalaman, dan perspektif yang mendasari strategi pengembangan UMKM yang dijalankan oleh Diskopukmnakertrans Kabupaten Jepara.

1.9.2 Lokasi Penelitian

Menurut Husein Umar (2013: 38), lokasi penelitian menjabarkan mengenai apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Jepara. Penetapan lokasi penelitian merupakan langkah yang terpenting ketika melangsungkan penelitian kualitatif karena mulai penetapan lokasi, maka objek serta tujuan dilaksanakannya penelitian dapat ikut ditetapkan. Penetapan Kabupaten Jepara didasarkan atas adanya sejumlah program strategis dari pemerintah daerah dalam upaya pemberdayaan UMKM, seperti pelatihan, pendampingan, fasilitasi perizinan, dan penggunaan platform digital *MyUMKM*. Namun demikian, berdasarkan data awal serta pengamatan lapangan, program-program tersebut masih menghadapi kendala dalam implementasi dan keberlanjutan. Kondisi ini relevan dengan fokus penelitian yang bertujuan untuk mengevaluasi strategi pengembangan UMKM dengan menggunakan pendekatan teori Richard Rumelt, yang menekankan diagnosis situasi, panduan kebijakan, dan tindakan yang koheren.

Dengan demikian, pemilihan lokasi di Kabupaten Jepara tidak hanya mempertimbangkan ketersediaan data dan aksesibilitas, tetapi juga relevansi antara

kompleksitas masalah di lapangan dengan kebutuhan akan evaluasi strategis terhadap kebijakan pengembangan UMKM di tingkat daerah.

1.9.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan benda, hal atau orang dan tempat di mana data variabel penelitian melekat dan dipermasalahkan dalam penelitian (Yuliana, 2021). Penentuan subjek penelitian harus berkaitan dengan masalah penelitian, sehingga penelitian ini memiliki subjek yang relevan dengan pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara. Peneliti memerlukan beberapa narasumber/informan sehingga melibatkan semua pihak yang memiliki peran dalam pelaksanaan pengembangan UMKM yaitu perwakilan Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi, perwakilan bidang Koperasi dan UKM, ketua paguyuban UMKM Kabupaten Jepara, dan pelaku usaha UMKM.

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

1.9.4.1 Jenis Data

Data merupakan segala informasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Segala informasi tersebut belum tentu dimasukkan ke dalam penelitian karena hanya data yang sesuai dengan kebutuhan fokus penelitian. Adapun jenis-jenis data menurut cara memperolehnya dapat dibedakan menjadi 2, yaitu:

a. Data Primer

Data primer terdiri dari informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, khususnya informan yang menjadi fokus penelitian peneliti. Fuadah (2021) menyatakan bahwa data primer berfungsi sebagai sumber langsung bagi

pengumpul data. Untuk memperoleh data primer, peneliti terlibat dalam interaksi langsung melalui wawancara langsung dengan informan, untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan dapat diandalkan dan dapat dianalisis secara akurat.

b. Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang dimanfaatkan sebagai sumber daya tambahan untuk menyusun dan menyajikan temuan penelitian, atau dalam hal sumber pengetahuan yang tidak memiliki kredibilitas dan detail langsung. Contohnya termasuk item seperti buku, artikel, dan laporan, dan sebagainya.

1.9.4.2 Sumber Data

Sumber data memiliki peran penting dalam membentuk metode pengumpulan data, di samping jenis data yang sudah ada sebelumnya (Indrianto, 2013:142). Dalam penelitian, sumber data merujuk pada entitas tempat informasi dapat dikumpulkan. Saat melakukan wawancara untuk pengumpulan data, sumber data dikenal sebagai informan, yang merujuk pada individu yang memberikan tanggapan, baik melalui cara tertulis maupun lisan. Dalam kasus di mana observasi digunakan, sumber data dapat berupa entitas dinamis atau proses. Saat menggunakan dokumentasi sebagai metode, dokumen atau catatan yang relevan berfungsi sebagai sumber data. Sumber data ini pada akhirnya akan masuk dalam ranah teknik penelitian kualitatif.

Sumber data dalam penelitian kualitatif memegang peranan penting karena mereka memiliki pengetahuan yang relevan dengan tema penelitian. Pemilihan penyedia data memengaruhi ketepatan dan kedalaman informasi yang dikumpulkan sehingga

penting bagi peneliti untuk memilih sumber data yang tepat dan sesuai dengan fokus penelitian mereka. Penyedia data yang dipilih sangat penting untuk melakukan penelitian dan sumber data berikut ini diperlukan:

- Sumber data primer

Sumber data primer merupakan informasi penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber awal (bukan melalui perantara). Sumber informasi penting berasal dari wawancara langsung dengan beberapa pihak dan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan sesuai dengan inti penelitian.

- Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam proyek penelitian mengacu pada informasi yang dikumpulkan secara tidak langsung, artinya bersumber dari entitas eksternal, seperti publikasi, terbitan berkala, dan materi lain yang dapat membantu penelitian ini. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memvalidasi dan memperkuat keakuratan hasil dari wawancara yang dilakukan sebelumnya.

Tabel 1.9 Informan Penelitian

No.	Informan	Keterangan	Jumlah
1.	Kasub Bagian Perencanaan, Evaluasi dan Keuangan	Informan 1	1
2.	Kasi Pemasaran dan Jaringan Usaha	Informan 2	1
3.	Kasi Perlindungan dan Pendampingan Usaha	Informan 3	1

4.	Ketua Paguyuban UMKM “Kartini Mandiri”	Informan 4	1
5.	Pelaku UMKM	Informan 5, 6, 7, 8 dan 9	5

1.9.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi aspek penting dari penelitian karena metode ini terutama bertujuan untuk memperoleh data selama proses penelitian. Teknik pengumpulan data sangat penting untuk mencapai tujuan penelitian kualitatif. Jika peneliti tidak memiliki metode yang efektif guna mengumpulkan data, mereka kemungkinan akan gagal memperoleh informasi yang akurat. Ada banyak teknik penelitian yang dapat memfasilitasi proses pengumpulan data; berikut ini adalah berbagai metodenya:

1. Wawancara

Informasi dari informan yang berbeda dapat diperoleh oleh seorang analis dengan melakukan wawancara, dengan demikian wawancara dalam suatu penelitian sangatlah penting, terutama dalam penelitian yang bersifat subjektif. Menurut Nasution (2013), wawancara dapat diartikan sebagai suatu diskusi yang memuat suatu alasan tertentu dan dilakukan oleh dua pihak, yaitu penanya sebagai penguji dan terwawancara sebagai penjawab. Dengan demikian, dalam penelitian ini metode wawancara sangatlah penting untuk menganalisis proses pengembangan UMKM oleh Diskopukmnakertrans Kabupaten Jepara.

Metode wawancara ini digunakan peneliti guna menggali data terkait pelaksanaan strategi pengembangan UMKM. Adapun informannya antara lain:

- a) Kepala Bidang Koperasi dan UKM selaku pejabat terkait untuk mendapatkan informasi tentang kebijakan dan program-program terkait pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara
- b) Staf Bidang Koperasi dan UKM selaku yang menangani program pengembangan agar mendapatkan informasi tentang implementasi program di lapangan, termasuk tantangan dan hambatan yang dihadapi
- c) Ketua Paguyuban UMKM Jepara selaku pihak yang menjembatani antara dinas dan pelaku UMKM agar mendapatkan informasi tentang aspirasi dan kebutuhan UMKM di Kabupaten Jepara
- d) Pelaku UMKM selaku pihak utama agar mendapatkan informasi mengenai tantangan dan hambatan yang mereka hadapi dalam mengembangkan usahanya.

3. Studi Dokumentasi

Analisis dokumentasi merupakan suatu strategi atau pendekatan yang berfungsi sebagai alat bantu untuk mengungkap atau mencari berbagai informasi dari semua sumber yang relevan yang terkait dengan isu penelitian (Anzar, 2018). Istilah dokumentasi berasal dari kata dokumen yang merujuk pada bahan-bahan tertulis. Ketika melakukan dokumentasi, peneliti meneliti bahan-bahan tertulis seperti buku, artikel, dokumen resmi, pedoman, notulen rapat, jurnal, dan catatan sejenisnya.

Catatan ini berfungsi sebagai penyempurnaan dalam pelaksanaan penelitian menggunakan teknik observasi dan diskusi catatan lapangan sehingga dokumentasi menjadi penting. Berbagai sumber seperti surat kabar, buku, berbagai teks, dan referensi merupakan komponen yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian. Dengan memanfaatkan pendekatan ini, peneliti menyelidiki informasi dalam bentuk dokumen yang relevan dengan Rencana Strategis yang ditujukan untuk pertumbuhan UMKM, infrastruktur, fasilitas, gambar dokumenter, dan banyak lagi.

1.9.6 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum terjun ke lapangan, selama kerja lapangan, dan setelah kerja lapangan dilaksanakan. Tujuannya adalah untuk mengekstrak makna dan wawasan dari informasi yang dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan meningkatkan pemahaman fenomena tertentu (Nasution, 2008). Langkah-langkah yang terlibat dalam analisis data untuk penelitian ini adalah sebagai berikut. Awalnya, reduksi data terjadi, di mana peneliti mengidentifikasi elemen-elemen kunci dari data yang dikumpulkan, meringkas informasi, menekankan poin-poin penting, dan mencari tema dan pola. Proses reduksi ini terjadi secara bertahap, selama dan setelah pengumpulan data, yang mengarah ke pelaporan akhir. Peneliti mengatur data penting yang terkait dengan fokus penelitian dan mengembangkan struktur untuk presentasi.

Kedua, penyajian data. Setelah data disederhanakan, tahap selanjutnya adalah memamerkan data. Dalam tugas ini, penulis mengorganisasikan data

menurut klasifikasinya, memisahkan setiap topik sehingga informasi terkait dikonsolidasikan di satu lokasi, dengan setiap area diberi label yang jelas. Proses ini bertujuan untuk meningkatkan kegunaan data, mengurangi kemungkinan kesalahan. Ketiga, informasi yang dihimpun pada langkah sebelumnya kemudian ditinjau ulang secara menyeluruh untuk mengidentifikasi bagian data mana yang lengkap dan mana yang masih kurang dan memerlukan informasi lebih lanjut, dan evaluasi ini dilakukan di sepanjang kegiatan.

1.9.7 Kualitas Data atau Validitas Data

Kualitas data atau Validitas data merupakan aspek krusial dalam penelitian kualitatif. Memiliki data yang valid sangatlah penting karena beberapa alasan di antaranya, menghasilkan temuan penelitian yang kredibel dan dapat diandalkan, memungkinkan generalisasi temuan penelitian, meningkatkan kepercayaan terhadap penelitian, dan membantu dalam pengambilan keputusan.

Guna melakukan validitas data, peneliti menggunakan teknik Triangulasi Data, yaitu Triangulasi sebagai teknik pengumpulan data. Menurut Maulana (2019), tujuan dari triangulasi bukanlah untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.

- **Triangulasi Sumber**

Triangulasi sumber melibatkan verifikasi informasi yang dikumpulkan dari informan dengan memeriksa silang fakta-fakta di antara berbagai informan. Setelah peneliti menganalisis data dan membuat

kesimpulan, konfirmasi (*Member Check*) dicari dari tiga sumber data yang berbeda. Tujuan triangulasi sumber adalah untuk menyelidiki keabsahan informasi tertentu dengan memanfaatkan berbagai sumber data, termasuk observasi, wawancara, dan dokumentasi (Gunawan, 2013: 219)

- **Triangulasi Metode**

Metode Triangulasi melibatkan validasi temuan penelitian dengan memanfaatkan berbagai strategi pengumpulan data, termasuk wawancara, observasi, dan dokumentasi. Seperti yang dinyatakan oleh Sugiyono (2016:275), pendekatan triangulasi ini berfungsi untuk menilai keandalan data dengan memverifikasi informasi dari sumber yang sama menggunakan berbagai teknik. misalnya adalah perolehan data melalui wawancara komprehensif dan memverifikasinya dengan observasi partisipatif serta dokumentasi yang berasal dari sumber data yang sama.