

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator fundamental dalam mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat di suatu daerah karena berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan per kapita, penciptaan lapangan kerja, serta pengurangan tingkat kemiskinan secara berkelanjutan (Putra, 2023; Todaro & Smith, 2006). Dalam konteks ekonomi kerakyatan, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai pilar utama penggerak ekonomi lokal karena mampu memperluas kesempatan kerja, memperkuat struktur ekonomi daerah, serta meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, pemberdayaan pelaku UMKM menjadi bagian penting dalam agenda pembangunan daerah, khususnya dalam perspektif administrasi publik yang berorientasi pada peningkatan kapasitas masyarakat melalui intervensi kebijakan yang adaptif dan berkelanjutan (Tambunan, 2021).

Dalam dokumen perencanaan pembangunan daerah, pemberdayaan UMKM menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing ekonomi wilayah. Rancangan Teknokratik RPJMD Provinsi Jawa Tengah Tahun 2025–2029 menegaskan bahwa masih terdapat berbagai permasalahan strategis yang dihadapi, antara lain belum optimalnya kontribusi sektor unggulan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah, rendahnya daya saing tenaga kerja, serta belum optimalnya inovasi dan pengembangan usaha berbasis potensi lokal. Hal tersebut sejalan dengan arah kebijakan dalam RPJPD Provinsi Jawa Tengah Tahun 2025–2045 yang menempatkan peningkatan kualitas UMKM sebagai instrumen penting dalam mengurangi kesenjangan ekonomi antarwilayah melalui penguatan akses pembiayaan, pelatihan, dan perluasan akses pasar.

Di tengah tantangan tersebut, Kota Salatiga menunjukkan capaian pembangunan ekonomi yang relatif baik. Pertumbuhan ekonomi Kota Salatiga tercatat sebesar 5,34% pada tahun 2023 dan berada di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Tengah. Selain itu, Indeks Pembangunan Manusia Kota Salatiga mencapai 84,99 pada tahun yang sama dan menjadi yang tertinggi di Provinsi Jawa Tengah. Namun demikian, capaian makro tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan kualitas pemberdayaan pelaku UMKM sebagai basis utama ekonomi kerakyatan di tingkat lokal.

Jumlah UMKM di Kota Salatiga mengalami peningkatan signifikan dari 23.461 unit pada tahun 2021 menjadi 26.601 unit pada tahun 2024. Peningkatan jumlah tersebut menunjukkan tingginya tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi produktif. Namun, struktur UMKM masih didominasi oleh usaha mikro dan kecil yang mencapai 99,77% dari total populasi UMKM, sehingga memiliki kerentanan terhadap keterbatasan modal usaha, kapasitas manajerial, serta akses pasar yang masih terbatas (Siregar & Wahyudi, 2020).

Selain itu, kapasitas kelembagaan pendukung pemberdayaan UMKM di Kota Salatiga juga belum optimal. Persentase koperasi aktif baru mencapai 53,07% dari total koperasi yang terdaftar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dukungan kelembagaan lokal sebagai bagian dari ekosistem pemberdayaan UMKM masih perlu diperkuat agar mampu meningkatkan akses pelaku usaha terhadap informasi usaha, kemitraan strategis, serta peluang pasar yang lebih luas (Hadi & Zakiah, 2021).

Permasalahan lain yang dihadapi pelaku UMKM di Kota Salatiga adalah keterbatasan akses pasar yang masih didominasi oleh pemasaran konvensional skala lokal. Data menunjukkan bahwa hanya 0,53% pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam kegiatan promosi berskala luas seperti pameran dan bazar. Selain itu, banyak pelaku UMKM yang belum punya kemampuan lietradi

digital yang memadai, yang berdampak pada terbatasnya akses terhadap manajemen usaha serta peluang kemitraan dengan sektor usaha yang lebih besar.

Sebagai upaya untuk meningkatkan pemberdayaan pelaku UMKM, Pemerintah Kota Salatiga melalui Dinas Koperasi dan UKM melaksanakan berbagai program pemberdayaan, antara lain melalui fasilitasi bazar dan pelatihan digital marketing. Program fasilitasi bazar bertujuan untuk meningkatkan visibilitas produk lokal serta memperluas jaringan pemasaran pelaku UMKM, sedangkan pelatihan digital marketing diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi usaha secara berkelanjutan. Kedua program tersebut merupakan bagian dari strategi pemerintah daerah dalam memperkuat pemberdayaan pelaku UMKM melalui pendekatan pemasaran konvensional dan digital secara terpadu.

Meskipun berbagai program pemberdayaan telah dilaksanakan, data menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pelaku UMKM dalam kegiatan bazar baru mencapai 7,72% dan tingkat kemitraan dengan pasar modern masih sangat rendah, yaitu sebesar 0,04%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan pelaku UMKM belum sepenuhnya menghasilkan dampak yang optimal terhadap peningkatan kemandirian usaha dan perluasan akses pasar pelaku UMKM.

Dalam perspektif pemberdayaan masyarakat, keberhasilan program pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan program pemerintah daerah, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan internal pelaku usaha serta kapasitas organisasi lokal dalam mendukung akses terhadap informasi usaha, jejaring kemitraan, dan peluang pasar. Komponen intrapersonal sebagai bagian dari pemberdayaan psikologis berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan diri, motivasi berwirausaha, serta kemampuan pengambilan

keputusan strategis pelaku usaha (Zimmerman, 1995). Selain itu, kapasitas organisasi lokal juga berperan dalam memperkuat akses pelaku UMKM terhadap dukungan kelembagaan, partisipasi program pemberdayaan, serta perluasan akses pasar sebagai bagian dari proses pemberdayaan ekonomi masyarakat (Abhyankar & Iyer, 2002).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kajian empiris untuk menganalisis pengaruh komponen intrapersonal dan kapasitas organisasi lokal terhadap pemberdayaan pelaku UMKM melalui program pemerintah daerah di Kota Salatiga. Penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana faktor internal pelaku usaha dan kapasitas kelembagaan lokal berkontribusi terhadap keberhasilan program pemberdayaan UMKM, sehingga diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih efektif dalam meningkatkan kualitas pemberdayaan pelaku UMKM di Kota Salatiga. Meskipun berbagai penelitian mengenai pemberdayaan UMKM telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian sebelumnya masih menempatkan program pemerintah sebagai variabel utama yang secara langsung memengaruhi tingkat pemberdayaan pelaku UMKM. Penelitian seperti yang dilakukan oleh Hermansyah dkk. (2025) dan Siti Khusnul (2025) lebih berfokus pada evaluasi implementasi program pemberdayaan UMKM melalui pendekatan kebijakan publik, dengan menitikberatkan pada aspek pelaksanaan program pelatihan, bantuan modal, dan fasilitasi pemasaran sebagai faktor determinan keberhasilan pemberdayaan pelaku usaha.

Di sisi lain, beberapa penelitian mengenai pemberdayaan ekonomi masyarakat juga cenderung menekankan pendekatan struktural melalui penyediaan akses sumber daya dan dukungan kelembagaan tanpa mengintegrasikan dimensi psikologis pelaku usaha sebagai faktor internal yang memengaruhi keberhasilan pemberdayaan. Padahal, dalam perspektif pemberdayaan masyarakat modern, keberhasilan program pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh intervensi pemerintah, tetapi juga dipengaruhi oleh

kesiapan individu pelaku usaha dalam mengelola dan memanfaatkan peluang yang tersedia.

Selain itu, penelitian terdahulu umumnya dilakukan pada konteks wilayah metropolitan besar atau kawasan perdesaan, sehingga masih terbatas kajian empiris yang secara spesifik menganalisis pemberdayaan UMKM di kota menengah seperti Kota Salatiga dengan karakteristik ekonomi lokal yang berbeda. Penelitian yang mengintegrasikan dimensi pemberdayaan psikologis dan kapasitas organisasi lokal sebagai faktor determinan keberhasilan program pemberdayaan UMKM melalui pendekatan kuantitatif juga masih relatif terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan yang menunjukkan perlunya kajian empiris mengenai pengaruh komponen intrapersonal dan kapasitas organisasi lokal terhadap pemberdayaan pelaku UMKM melalui program pemerintah daerah, khususnya dalam konteks kota menengah yang memiliki dinamika ekonomi lokal yang khas seperti Kota Salatiga. Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada integrasi pendekatan pemberdayaan psikologis dan kapasitas organisasi lokal dalam menganalisis pemberdayaan pelaku UMKM melalui program pemerintah daerah. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menitikberatkan pada evaluasi implementasi program pemerintah sebagai variabel utama, penelitian ini menempatkan komponen intrapersonal pelaku usaha sebagai faktor internal serta kapasitas organisasi lokal sebagai faktor struktural yang memengaruhi keberhasilan pemberdayaan pelaku UMKM.

Selain itu, penelitian ini juga mengkaji pemberdayaan pelaku UMKM melalui program pemerintah daerah dengan menggunakan dimensi fasilitasi bazar dan pelatihan digital marketing sebagai indikator outcome pemberdayaan yang merepresentasikan pendekatan pemasaran konvensional dan digital secara simultan. Integrasi kedua pendekatan tersebut menjadi penting dalam konteks

transformasi ekonomi lokal yang semakin mengarah pada digitalisasi aktivitas usaha masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan kajian administrasi publik, khususnya terkait strategi pemberdayaan UMKM berbasis penguatan kapasitas individu dan kelembagaan lokal melalui program pemerintah daerah.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah komponen intrapersonal berpengaruh terhadap pemberdayaan pelaku UMKM melalui program pemerintah daerah di Kota Salatiga?
2. Apakah kapasitas organisasi lokal berpengaruh terhadap pemberdayaan pelaku UMKM melalui program pemerintah daerah di Kota Salatiga?
3. Apakah komponen intrapersonal dan kapasitas organisasi lokal berpengaruh secara simultan terhadap pemberdayaan pelaku UMKM melalui program pemerintah daerah di Kota Salatiga?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh komponen intrapersonal terhadap pemberdayaan UMKM melalui program pemerintah daerah
2. Menganalisis pengaruh kapasitas organisasi lokal terhadap pemberdayaan UMKM melalui program pemerintah daerah
3. Menganalisis pengaruh simultan Komponen Intrapersonal (X1) dan kapasitas organisasi lokal (X2) terhadap pemberdayaan UMKM melalui program pemerintah daerah (Y)

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

1. Memperkaya literatur tentang efektivitas program pemberdayaan dan pengembangan UMKM di tingkat daerah
2. Menghasilkan model evaluasi program UMKM yang dapat digunakan untuk penelitian serupa

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Dinas Koperasi dan UKM:
 - 1) Memberikan evaluasi komprehensif terhadap program unggulan yang telah dijalankan
 - 2) Menyediakan rekomendasi untuk perbaikan implementasi program
 - 3) Membantu dalam penyusunan strategi pencapaian target program 2029
2. Bagi UMKM:
 - 1) Memberikan pemahaman tentang manfaat program pemberdayaan yang tersedia
 - 2) Memfasilitasi akses yang lebih baik terhadap program pengembangan usaha

1.4.3 Kegunaan Sosial

1. Mendukung terciptanya ekosistem UMKM yang lebih tangguh di Kota Salatiga
2. Berkontribusi pada pengembangan ekonomi rakyat yang berkelanjutan

3. Membantu mengatasi kesenjangan dalam akses layanan publik bagi pelaku UMKM

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Teori & Tokoh Ahli	Hasil Penelitian	Gap / Perbedaan dengan Penelitian Ini
1	Amin Tohari dkk. (2025)	Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Pendampingan Digital Marketing UMKM Jatirejo	SDGs (PBB) & Digital Marketing Strategy.	Peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan pemahaman branding produk secara digital.	Fokus hanya pada satu instrumen (Digital). Penelitian ini menguji pengaruh sinergis antara bazar fisik dan pemasaran digital.
2	Siti Khusnul dkk. (2025)	Pemberdayaan UMKM Berbasis Kolaborasi: Strategi Model Bazar di Desa Ngenep	Experience Economy (Pine & Gilmore) & Social Capital (Pretty & Ward).	Bazar efektif sebagai wadah transaksi fisik dan edukasi ekonomi bagi masyarakat desa.	Menggunakan pendekatan kualitatif-kolaboratif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh program secara statistik.
3	S. Lianardo dkk. (2022)	Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM (Kota Bekasi)	Integrated Marketing Comm. (Kushwaha) & E-Commerce (Manzoor).	UMKM binaan berhasil melakukan <i>on-boarding</i> ke platform online untuk perluasan skala bisnis.	Berfokus pada aspek pengabdian masyarakat. Penelitian ini berfokus pada evaluasi kebijakan dengan kacamata Administrasi Publik.
4	Pollák & Markovič (2021)	Size of Business Unit as a Factor Influencing	Diffusion of Innovation (E. Rogers)	Ukuran bisnis bukan hambatan utama dalam adopsi digital, melainkan	Menganalisis faktor internal perusahaan. Penelitian ini berfokus

		Adoption of Digital Marketing	& Marketing Mix (Kotler).	manfaat yang dirasakan pelaku usaha.	pada faktor eksternal berupa intervensi program pemerintah.
5	A. Setyawati dkk. (2023)	Ability To Use Digitalization In Increasing Competitive Advantages of MSMEs	Competitive Advantage (Michael Porter) & Resource-Based Theory.	Digitalisasi secara signifikan memperkuat keunggulan kompetitif UMKM di pasar Indonesia.	Berupa tinjauan pustaka (<i>Systematic Literature Review</i>). Penelitian ini menggunakan data primer lapangan di Kota Salatiga.
6	Hermansyah dkk. (2025)	Empowering MSMEs in The Digital Era: A Systematic Literature Review on The Role of Digital Literacy	Digital Literacy Theory (Bawden; Gilster) & Business Performance.	Literasi digital merupakan faktor kritis keberhasilan UMKM dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan.	Berfokus pada literasi digital secara holistik melalui SLR. Penelitian ini berfokus pada pengaruh program manajerial dinas secara empiris.
7	Kartani dkk. (2024)	Analysis of government policy on the development and empowerment of MSMEs through the lens of latest literature	Public Policy Implementation (Van Meter & Van Horn) & Collaborative Governance.	Kebijakan pemerintah yang efektif memerlukan kolaborasi strategis, pendampingan berkelanjutan, dan percepatan birokrasi.	Meninjau kebijakan secara luas melalui literatur terbaru. Penelitian ini fokus pada pengujian statistik terhadap program unggulan spesifik di Salatiga.

Penelitian-penelitian terdahulu yang saya himpun dalam bab ini memberikan kontribusi penting bagi penyusunan skripsi saya. Secara teoretis, karya Amin Tohari dkk. (2025) serta Lianardo dkk. (2022) memperkuat argumen mengenai pentingnya pendampingan teknologi bagi UMKM di era digital. Sementara itu, kajian Siti Khusnul dkk. (2025) memberikan penjelasan yang jernih mengenai peran bazar sebagai ruang interaksi fisik yang mampu menghidupkan ekonomi lokal. Keterkaitan temuan-temuan tersebut menjadi dasar bagi saya dalam menyusun kuesioner, terutama dalam menentukan indikator pemasaran yang relevan dengan kondisi UMKM saat ini. Temuan analisis dalam penelitian ini juga diperluas oleh temuan Pollák & Markovič (2021) serta tinjauan pustaka Setyawati dkk. (2023). Melalui karya mereka, saya melihat bahwa keberhasilan teknologi sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia di dalamnya.

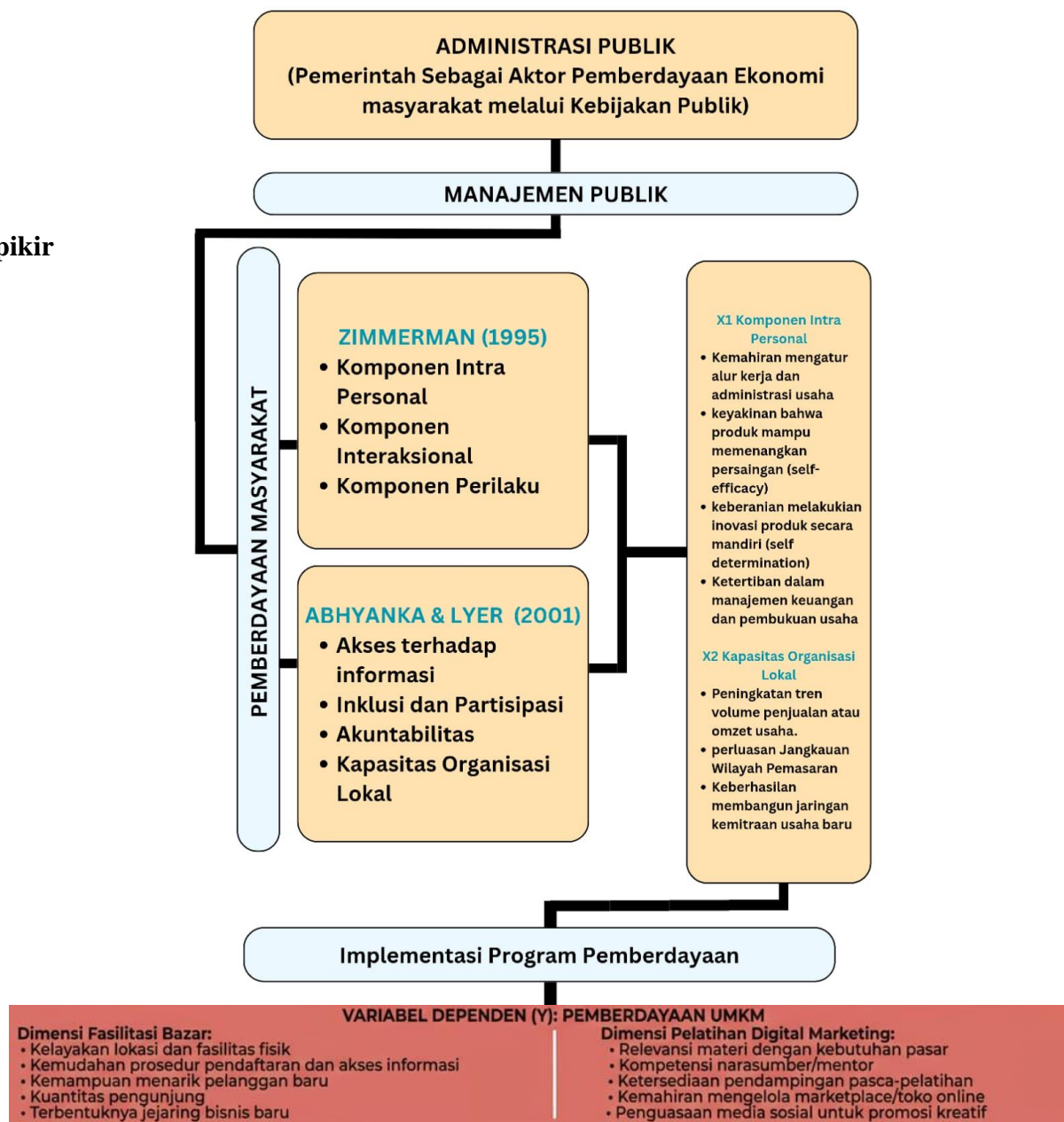
Namun, meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memetakan banyak hal, saya menemukan beberapa celah yang menjadi alasan mengapa penelitian di Kota Salatiga ini perlu dilakukan, antara lain jika penelitian terdahulu banyak menggunakan teori pemasaran murni, penelitian ini mencoba menggunakan pendekatan yang lebih luas dengan mengadopsi Teori Pemberdayaan dari Rappaport (1987) dan Zimmerman (1995). Melalui kacamata ini, persoalan UMKM tidak hanya dilihat dari sisi penjualan, melainkan juga dimensi kemandirian dan kontrol individu atas usahanya dalam bingkai Administrasi Publik. Selain itu, saya melihat masih ada kekosongan dalam menganalisis sinergi antara program fisik dan digital secara bersamaan. Penelitian Siti Khusnul dkk. (2025) memang membuktikan efektivitas bazar, namun belum mengukur bagaimana pengaruhnya jika digabungkan dengan digital marketing. Di sinilah penelitian saya masuk untuk mengisi celah tersebut dengan menguji apakah penggabungan kedua program ini dapat meningkatkan pemberdayaan pelaku UMKM secara signifikan.

Selanjutnya, secara paradigma, penelitian ini berbeda dengan kajian sebelumnya yang umumnya bersifat laporan pengabdian masyarakat (PKM). Saya

menggunakan Paradigma Administrasi sebagai Manajemen untuk mengevaluasi bagaimana otoritas manajerial Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga dalam menjalankan fungsinya. Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar melihat hasil pelatihan, tetapi juga mengukur peran birokrasi pemerintah dalam mendorong kemandirian pelaku UMKM. Secara keseluruhan, kelima artikel tersebut menjadi titik pijak untuk memvalidasi bahwa program bazar dan digital marketing memiliki urgensi tinggi untuk diteliti lebih lanjut dalam konteks kebijakan publik di Kota Salatiga.

Perspektif penelitian ini semakin diperkuat dengan adanya temuan Hermansyah dkk. (2025) yang menegaskan bahwa literasi digital adalah kunci utama bagi UMKM untuk bertahan dan tumbuh di era modern. Namun, jika Hermansyah lebih banyak mengulas sisi kapasitas individu secara teoretis, saya ingin menguji bagaimana program pelatihan yang diberikan oleh dinas mampu menerjemahkan literasi tersebut menjadi keberdayaan nyata. Selain itu, kajian dari Kartani dkk. (2024) memberikan landasan penting mengenai kompleksitas implementasi kebijakan publik bagi UMKM yang membutuhkan sinergi dan koordinasi antar-aktor. Hal ini selaras dengan posisi saya yang menggunakan Paradigma Administrasi sebagai Manajemen untuk mengevaluasi peran manajerial Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga. Ketujuh artikel ini secara kolektif membuktikan bahwa intervensi pemerintah melalui bazar dan digital marketing memiliki nilai urgensi yang tinggi, namun tetap memerlukan pembaruan analisis yang lebih komprehensif dan berbasis data primer di tingkat daerah.

1.6 Kerangka Berpikir



1.7 Kerangka Teori/Konsep

1.7.1 Administrasi Publik

Dalam perkembangan studi administrasi publik, berbagai ahli terkemuka telah memberikan kontribusi signifikan dalam mendefinisikan dan memahami konsep ini secara komprehensif. Chandler dan Plano, sebagaimana dikuti dalam Keban (2004), menawarkan perspektif fundamental dengan mendefinisikan administrasi publik sebagai sintesis kompleks antara pengetahuan teoretis dan keterampilan praktis yang berkaitan dengan pengelolaan urusan publik. Definisi ini mencakup tidak hanya pelaksanaan tugas-tugas administratif, tetapi juga upaya sistematis dalam menyelesaikan berbagai permasalahan publik melalui optimalisasi berbagai aspek krusial seperti pengembangan sumber daya manusia, penguatan struktur organisasi, dan manajemen keuangan yang efektif.

Pemahaman ini kemudian diperkaya oleh Marshall E. Dimock, Gladys O. Dimock, dan Louis W. Koenig dalam karya mereka *Public Administration* (1960), yang memperluas cakupan definisi dengan menempatkan administrasi publik dalam konteks yang lebih luas sebagai serangkaian aktivitas sistematis yang dilaksanakan oleh aparatur pemerintah dalam mengimplementasikan wewenang politiknya. Kontribusi teoretis ini dilengkapi oleh John M. Pfiffner dan Robert V. Prethus yang mengidentifikasi tiga dimensi fundamental dalam administrasi publik: implementasi kebijakan pemerintah yang efektif, koordinasi strategis antara individu dan kelompok kepentingan, serta proses kompleks penerapan kebijakan yang membutuhkan berbagai keterampilan teknis dan manajerial.

Felix A. Nigro dan L. Loyd G. Nigro, dalam analisis yang dikutip oleh Pasolong (2010), memberikan kerangka konseptual yang lebih terstruktur dengan menguraikan lima karakteristik esensial administrasi

publik: (1) kolaborasi kelompok dalam konteks pemerintahan, (2) keterlibatan integratif tiga cabang pemerintahan, (3) peran strategis dalam formulasi kebijakan, (4) interaksi dinamis dengan sektor swasta dan masyarakat, serta (5) diferensiasi substantif dengan administrasi perseorangan. Perspektif ini diperkuat oleh Dwight Waldo yang memandang administrasi publik sebagai sistem kompleks pengelolaan dan pengorganisasian sumber daya manusia dan material untuk mencapai tujuan-tujuan pemerintahan secara efektif.

Dari berbagai lintasan evolusi paradigma Administrasi Publik, penelitian ini secara spesifik menggunakan Paradigma Administrasi sebagai Manajemen (1956-1970) sebagai landasan teoretis untuk membedah peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga. Pemilihan paradigma ini didasarkan pada argumen logis bahwa pemberdayaan UMKM melalui program fasilitasi bazar dan digital marketing merupakan wujud nyata dari teknik manajerial birokrasi untuk mencapai target makro pemerintah. Pemilihan Paradigma Administrasi sebagai Manajemen dalam penelitian ini tidak terlepas dari pandangan bahwa intervensi pemerintah terhadap sektor publik harus dilakukan secara profesional dan terukur. Sebagai mahasiswa, saya melihat bahwa program yang dijalankan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga merupakan bentuk nyata dari bagaimana birokrasi bekerja seperti sebuah "mesin manajerial" untuk mencapai tujuan-tujuan besar negara. Hal ini menjadi sangat relevan karena paradigma ini menekankan bahwa administrasi publik adalah instrumen teknis yang bertugas menciptakan efisiensi di lapangan.

Kaitan erat antara efisiensi dan peran dinas tersebut terlihat jelas pada posisi Dinas Koperasi dan UKM yang bertindak sebagai manajer bagi sumber daya publik. Program fasilitasi bazar dan *digital marketing* bukan sekadar agenda rutin, melainkan strategi manajerial yang dipilih karena

dianggap paling efektif dalam mengonversi anggaran daerah menjadi hasil nyata, yaitu meningkatnya daya saing UMKM. Melalui sudut pandang ini, penelitian saya tidak hanya akan melihat deskripsi programnya saja, melainkan menganalisis secara mendalam bagaimana prosedur administratif seperti proses kurasi peserta bazar dan pemilihan mentor pelatihan dijalankan. Efisiensi dalam tahap-tahap administratif inilah yang menurut paradigma ke-4 akan menentukan keberhasilan pemberdayaan di tingkat bawah.

Selain aspek efisiensi, paradigma ini juga menyoroti adanya otoritas komprehensif yang dimiliki birokrasi untuk menjalankan kepentingan politik negara. Dalam konteks Kota Salatiga, pemerintah memiliki kepentingan untuk menekan angka kemiskinan dan memutar roda ekonomi lokal. Di sinilah Dinas Koperasi dan UKM menggunakan otoritasnya untuk "mengintervensi" pasar melalui bazar dan memperbaiki keterbatasan teknologi pelaku usaha lewat *digital marketing*. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa langkah manajerial yang berwenang dari pihak dinas, pelaku UMKM kemungkinan besar akan terus kesulitan menghadapi hambatan pasar dan tertinggal dalam adopsi teknologi secara mandiri.

Oleh karena itu, hubungan antara kepentingan kebijakan tersebut dengan pelaksanaan teknis di lapangan menciptakan sebuah interaksi dinamis yang seringkali mengaburkan garis tegas antara politik dan administrasi. Program unggulan ini pada dasarnya adalah representasi dari rencana strategis daerah (Renstra) yang diterjemahkan ke dalam tindakan manajemen nyata. Saya ingin melihat bagaimana dinas menyinkronkan antara target-target kesejahteraan masyarakat yang bersifat politis dengan teknik-teknik administratif pemasaran modern yang sangat teknis. Sinkronisasi inilah yang menjadi kunci apakah birokrasi mampu melayani struktur kekuasaan dengan hasil yang optimal.

Pada akhirnya, dengan konsisten berpijak pada paradigma ini, penelitian saya secara tegas menetapkan *locus* atau pusat perhatiannya pada instansi pemerintah sebagai agen penggerak utama. Fokus ini membantu saya menjelaskan mengapa pengaruh program pemerintah menjadi variabel yang sangat menentukan terhadap hasil pemberdayaan pelaku usaha. Dengan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen mulai dari perencanaan hingga pengarahan teknis, saya dapat menilai sejauh mana profesionalisme birokrasi di Kota Salatiga mampu mengubah status para pelaku UMKM dari kelompok yang kurang berdaya menjadi entitas ekonomi yang mandiri dan kompetitif.

1.7.3 Manajemen Publik

Manajemen Publik pada dasarnya merupakan suatu proses strategis yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengaturan dan pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien. Manajemen tidak hanya dipahami sebagai serangkaian aktivitas teknis dalam mengelola organisasi, tetapi juga sebagai suatu profesi yang menuntut kompetensi, keterampilan, serta tanggung jawab dalam mengarahkan individu dan kelompok untuk mencapai tujuan bersama (Mubarok, 2019). Dalam konteks sektor publik, manajemen memiliki peran yang lebih luas karena berkaitan langsung dengan pengelolaan kepentingan masyarakat melalui pelaksanaan kebijakan pemerintah.

Menurut I Made Yudhiantara (2021), manajemen publik merupakan ilmu dan seni yang berkaitan dengan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, koordinasi, dan pengendalian dalam penyelenggaraan administrasi publik. Manajemen publik tidak hanya berfokus pada pengelolaan organisasi pemerintahan secara internal, tetapi juga mencakup

restrukturisasi kebijakan, pengalokasian sumber daya, pengelolaan keuangan publik, pengembangan sumber daya manusia, serta pelaksanaan evaluasi terhadap program-program pemerintah. Dengan demikian, manajemen publik berfungsi sebagai instrumen penting dalam memastikan bahwa pelaksanaan program pemerintah dapat berjalan secara efektif dan berorientasi pada pencapaian tujuan pembangunan.

Pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen publik pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan kualitas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan dalam penyelenggaraan program pemerintah. Sebagaimana dikemukakan oleh Stoner dan Wankel, fungsi manajemen terdiri dari empat tahapan utama yaitu perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), kepemimpinan (leading), dan pengendalian (controlling). Keempat fungsi tersebut menjadi landasan penting dalam pelaksanaan kegiatan organisasi agar dapat berjalan secara terarah dan sistematis dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam fungsi perencanaan, organisasi pemerintah merumuskan tujuan program serta strategi yang akan digunakan untuk mencapai target pembangunan. Fungsi pengorganisasian berkaitan dengan pengaturan struktur organisasi, pembagian tugas, serta koordinasi antar unit kerja agar pelaksanaan program dapat berjalan secara efektif. Selanjutnya, fungsi kepemimpinan berperan dalam mendorong partisipasi serta motivasi pelaksana program dan masyarakat sasaran agar tujuan program dapat tercapai secara optimal. Adapun fungsi pengendalian dilakukan melalui proses monitoring dan evaluasi untuk memastikan bahwa pelaksanaan program berjalan sesuai dengan rencana serta memberikan dampak yang diharapkan.

Dalam konteks administrasi publik daerah, pelaksanaan fungsi manajemen tersebut menjadi sangat penting dalam mendukung keberhasilan program pemberdayaan masyarakat, termasuk pemberdayaan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pemerintah daerah melalui perangkat organisasinya berperan sebagai aktor manajerial yang mengelola berbagai sumber daya publik untuk meningkatkan kapasitas masyarakat secara berkelanjutan.

Sejalan dengan fokus penelitian ini, fungsi manajemen publik tidak hanya berkaitan dengan pelaksanaan program pemerintah daerah sebagai instrumen kebijakan, tetapi juga berkaitan dengan upaya penguatan kapasitas individu pelaku usaha serta kapasitas organisasi lokal yang terlibat dalam proses pemberdayaan. Melalui proses perencanaan program, pengorganisasian kegiatan pemberdayaan, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi program secara berkelanjutan, pemerintah daerah berperan dalam menciptakan kondisi yang mendukung berkembangnya komponen intrapersonal pelaku UMKM sekaligus memperkuat kapasitas organisasi lokal sebagai mitra dalam pelaksanaan program pemberdayaan.

Dengan demikian, penerapan fungsi manajemen publik dalam penelitian ini dipahami sebagai bagian dari strategi pemerintah daerah dalam mengintegrasikan penguatan kapasitas individu dan kelembagaan lokal sebagai faktor penting yang memengaruhi keberhasilan pemberdayaan pelaku UMKM melalui program pemerintah daerah di Kota Salatiga. Dalam perspektif administrasi publik modern, pemerintah daerah memiliki peran strategis sebagai aktor utama dalam pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat di tingkat lokal. Peran tersebut tidak hanya terbatas pada fungsi administratif sebagai pelaksana kebijakan pemerintah pusat, tetapi juga mencakup fungsi manajerial dalam merancang, mengoordinasikan, serta

mengevaluasi berbagai program pembangunan yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, pemberdayaan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi salah satu instrumen penting yang digunakan pemerintah daerah untuk memperkuat struktur ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

Melalui pendekatan manajemen publik, pemerintah daerah berperan dalam mengintegrasikan berbagai sumber daya pembangunan, baik sumber daya manusia, kelembagaan, maupun jaringan kerja sama antarorganisasi, agar program pemberdayaan dapat berjalan secara efektif. Peran ini tercermin dalam penyusunan perencanaan program pemberdayaan, pengorganisasian pelaksanaan kegiatan, penyediaan dukungan fasilitas pelatihan dan pendampingan usaha, serta pelaksanaan monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan program yang dilaksanakan.

Dalam pelaksanaan program pemberdayaan UMKM, pemerintah daerah tidak hanya berfungsi sebagai penyedia fasilitas program, tetapi juga sebagai fasilitator yang mendorong peningkatan kapasitas individu pelaku usaha serta penguatan kapasitas organisasi lokal yang terlibat dalam proses pemberdayaan. Peningkatan kapasitas individu pelaku usaha menjadi penting karena keberhasilan program pemerintah sangat dipengaruhi oleh kesiapan pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang yang diberikan. Sementara itu, kapasitas organisasi lokal berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat keberlanjutan program melalui penyediaan jaringan informasi, pendampingan usaha, serta penguatan kerja sama antar pelaku ekonomi lokal.

Dalam konteks Kota Salatiga, pemerintah daerah melalui perangkat organisasinya memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa program pemberdayaan UMKM tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha secara berkelanjutan. Program-program pemerintah daerah yang berkaitan dengan pengembangan usaha, peningkatan keterampilan pemasaran, serta perluasan akses jejaring usaha merupakan bagian dari strategi manajerial yang dirancang untuk memperkuat daya saing pelaku UMKM di tingkat lokal.

Sejalan dengan fokus penelitian ini, peran pemerintah daerah dipahami sebagai faktor penggerak yang menghubungkan antara peningkatan komponen intrapersonal pelaku usaha dan penguatan kapasitas organisasi lokal sebagai dua elemen penting dalam proses pemberdayaan. Melalui pengelolaan program pemberdayaan yang sistematis dan terarah, pemerintah daerah berperan dalam menciptakan lingkungan yang mendukung berkembangnya kemampuan individu pelaku usaha sekaligus memperkuat dukungan kelembagaan lokal sebagai mitra strategis dalam pelaksanaan program pemberdayaan UMKM.

Dengan demikian, peran pemerintah daerah dalam penelitian ini tidak hanya diposisikan sebagai pelaksana kebijakan publik, tetapi juga sebagai aktor manajerial yang berfungsi mengintegrasikan berbagai sumber daya pemberdayaan untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelembagaan lokal dalam rangka mendorong keberhasilan pemberdayaan pelaku UMKM di Kota Salatiga.

1.7.4 Pemberdayaan UMKM (Y)

Pemberdayaan (*empowerment*) merupakan konsep multidimensi yang melampaui sekadar pemberian bantuan, tetapi lebih fokus pada peningkatan kemampuan individu atau kelompok untuk mengambil keputusan dan mengendalikan hidupnya sendiri. Bagi UMKM, pemberdayaan bertujuan mentransformasi usaha mikro agar menjadi lebih mandiri, tangguh, dan mampu bersaing, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengurangan kesenjangan pendapatan. Ini sejalan dengan amanat UU No. 20 Tahun 2008 yang menyatakan pemberdayaan UMKM harus diselenggarakan secara menyeluruh dan berkesinambungan.

Teori pemberdayaan berakar dari berbagai tradisi pemikiran, termasuk psikologi sosial, sosiologi, dan teori organisasi. Konsep ini mulai mendapatkan perhatian signifikan pada paruh kedua abad ke-20 sebagai respons terhadap pengalaman marginalisasi dan ketidakberdayaan yang dihadapi oleh individu dan kelompok. Akar teori pemberdayaan dapat ditelusuri ke karya Julian R. Kanter (1977), yang memperkenalkan konsep *structural empowerment* dalam konteks organisasi. Kanter berfokus pada redistribusi kekuasaan, otonomi, dan akses ke sumber daya di dalam sebuah struktur.

Dalam perkembangan selanjutnya, khususnya dalam ilmu sosial dan psikologi komunitas, pemberdayaan dipandang sebagai konstruksi yang lebih luas. Rappaport (1981, 1984) menekankan bahwa pemberdayaan merupakan sebuah konstruk yang menghubungkan kekuatan dan kompetensi individu, sistem bantuan alami, dan perilaku proaktif dengan kebijakan sosial dan perubahan sosial. Secara teoritis, konsep ini mengaitkan kesehatan mental dengan bantuan timbal balik (*mutual help*) serta perjuangan untuk menciptakan komunitas yang responsif.

Merangkum berbagai definisi, Cornell Empowerment Group (1989) mendefinisikan pemberdayaan sebagai

"suatu proses yang disengaja dan berkelanjutan, berpusat pada komunitas lokal, melibatkan aspek timbal balik, refleksi kritis, kepedulian, dan partisipasi kelompok, di mana orang-orang yang kekurangan bagian sumber daya berharga yang setara memperoleh akses dan kontrol yang lebih besar atas sumber daya tersebut".

Teori pemberdayaan secara umum memandang bahwa tindakan seseorang dipengaruhi oleh interaksi antara kondisi struktural eksternal dan proses kognitif, persepsi, serta sikap internal. Kanter (1977) menekankan peran signifikan dari faktor struktural dan psikologis dalam pemberdayaan, yang kemudian disempurnakan oleh Rappaport (1981, 1984) dan Zimmerman (1995) dalam konteks psikologi komunitas.

Begitu juga Pemberdayaan menurut Abhyankar dan Iyer, Dalam kajian pemberdayaan masyarakat modern, pemberdayaan tidak hanya dipahami sebagai hasil dari suatu program pembangunan, tetapi juga sebagai suatu proses yang melibatkan penguatan kapasitas individu maupun kelembagaan lokal secara berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam menganalisis proses pemberdayaan masyarakat dikembangkan oleh Abhyankar dan Iyer dalam kerangka pemberdayaan yang disusun oleh IMF Development Committee–World Bank (2002). Pendekatan ini menekankan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat dipengaruhi oleh keterlibatan berbagai faktor yang saling berinteraksi, baik pada tingkat individu maupun organisasi.

Menurut Abhyankar dan Iyer, proses pemberdayaan masyarakat dapat dianalisis melalui empat dimensi utama yaitu access to information, inclusion and participation, accountability, dan Kapasitas Organisasi Lokal.

Keempat dimensi tersebut merupakan elemen penting yang menunjukkan sejauh mana suatu program pembangunan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat untuk berperan secara aktif dalam proses pembangunan.

1. Dimensi pertama adalah *access to information* yang berkaitan dengan ketersediaan dan keterjangkauan informasi bagi masyarakat sasaran program. Informasi merupakan salah satu sumber kekuatan penting dalam proses pemberdayaan karena masyarakat yang memiliki akses terhadap informasi yang memadai akan lebih mampu memahami peluang yang tersedia, mengakses layanan pemerintah, serta mengambil keputusan yang tepat dalam mengembangkan aktivitas ekonomi yang dijalankan. Dalam konteks pemberdayaan pelaku UMKM, akses informasi dapat berupa informasi mengenai program pemerintah daerah, peluang pemasaran, pelatihan usaha, serta dukungan fasilitas yang tersedia bagi pelaku usaha.
2. Dimensi kedua adalah *inclusion and participation* yang berkaitan dengan keterlibatan masyarakat dalam proses pelaksanaan program pemberdayaan. *Inclusion* mengacu pada sejauh mana masyarakat dilibatkan dalam program yang dilaksanakan, sedangkan *participation* berkaitan dengan bentuk keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan tersebut. Partisipasi masyarakat dapat dilakukan melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan pelatihan, keikutsertaan dalam forum komunikasi pelaku usaha, maupun keterlibatan dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pelaksanaan program pemberdayaan. Dalam konteks pemberdayaan UMKM, keterlibatan pelaku usaha dalam kegiatan program pemerintah daerah menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas pelaksanaan program.
3. Dimensi ketiga adalah *accountability* yang berkaitan dengan transparansi dan pertanggungjawaban pelaksanaan program

pemberdayaan kepada masyarakat. Akuntabilitas menjadi faktor penting dalam memastikan bahwa program pemberdayaan dilaksanakan secara terbuka, tepat sasaran, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Melalui pelaksanaan program yang akuntabel, masyarakat akan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap pemerintah daerah sehingga mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan pemberdayaan yang dilaksanakan.

4. Dimensi keempat adalah Kapasitas Organisasi Lokal yang berkaitan dengan kemampuan organisasi lokal dalam mendukung pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat. Kapasitas organisasi lokal mencerminkan kemampuan kelompok masyarakat atau organisasi komunitas dalam mengoordinasikan kegiatan bersama, memobilisasi sumber daya yang tersedia, serta membangun kerja sama antaranggota dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi secara kolektif. Dalam konteks pemberdayaan pelaku UMKM, organisasi lokal seperti komunitas pelaku usaha, kelompok usaha bersama, maupun lembaga pendamping usaha memiliki peran penting dalam memperkuat pelaksanaan program pemerintah daerah di tingkat lapangan.

Keempat dimensi tersebut menunjukkan bahwa proses pemberdayaan masyarakat tidak hanya bergantung pada intervensi program pemerintah, tetapi juga dipengaruhi oleh keterlibatan aktif masyarakat serta kapasitas organisasi lokal dalam mendukung pelaksanaan program pembangunan. Oleh karena itu, pendekatan pemberdayaan menurut Abhyankar dan Iyer memberikan kerangka analisis yang komprehensif dalam memahami bagaimana program pemerintah daerah dapat meningkatkan kapasitas masyarakat secara berkelanjutan.

Sejalan dengan fokus penelitian ini, dimensi Kapasitas Organisasi Lokal digunakan sebagai variabel penelitian yang merepresentasikan faktor

kelembagaan lokal dalam mendukung keberhasilan pemberdayaan pelaku UMKM melalui program pemerintah daerah di Kota Salatiga. Sementara itu, dimensi *access to information, inclusion and participation*, serta *accountability* digunakan sebagai kerangka konseptual pendukung dalam memahami proses pemberdayaan yang terjadi dalam pelaksanaan program pemerintah daerah secara lebih luas.

Selanjutnya Pemberdayaan psikologis, yang disempurnakan oleh Zimmerman (1990) dan Rappaport (1988), merupakan motivasi intrinsik individu untuk melaksanakan tugasnya secara efektif. Zimmerman mendefinisikan pemberdayaan psikologis sebagai keyakinan tentang kompetensi seseorang, upaya untuk mengendalikan, dan pemahaman terhadap lingkungan sosio-politik. Dimensi ini mencakup tiga komponen utama:

1. **Komponen Intrapersonal:** Meliputi aspek kepribadian (seperti *locus of control*), kognitif (seperti *self-efficacy*), dan motivasional dari kontrol yang dirasakan.
2. **Komponen Interaksional:** Mengacu pada bagaimana individu menggunakan keterampilan analitis (seperti pemecahan masalah) untuk mempengaruhi lingkungan mereka, termasuk kesadaran kritis (*critical awareness*) terhadap situasi sosial dan politik.
3. **Komponen Perilaku:** Merujuk pada tindakan nyata untuk mengendalikan melalui partisipasi dalam kegiatan atau organisasi komunitas.

Tidak hanya Berhasil dalam menopang perekonomian negara saat Pandemi, UMKM juga menjadi aspek yang mendominasi struktur ekonomi dengan lebih dari 99% total usaha berhasil menyerap 90% tenaga kerja di Indonesia, Mengingat penciptaan lowongan pekerjaan merupakan salah satu

dari banyak target resmi Kemenaker dalam 5 tahun, periode 2024-2029 kabinet presiden terjabat. Tergambarkan dengan hal ini, UMKM menjadi krusial untuk dikembangkan dan juga pelakunya wajib diberdayakan.

Pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM di Kota Salatiga menghadapi berbagai tantangan fundamental, baik internal maupun eksternal. Dari sisi eksternal, kendala utama terletak pada hubungan hulu-hilir dalam rantai produksi dan pemasaran, sementara secara internal mencakup keterbatasan dalam kapasitas manajemen, kewirausahaan, teknis produksi, dan infrastruktur pendukung seperti akses modal, pasar, teknologi informasi, serta sarana prasarana usaha. Aspek pendanaan menjadi salah satu tantangan klasik, dimana sebagian besar UMKM masih bergantung pada modal sendiri dan keluarga, dengan akses terbatas ke lembaga keuangan formal, padahal pembiayaan merupakan komponen krusial dalam pengembangan usaha (Renja Dinkopukm 2024). Dalam upaya memahami dan mengevaluasi efektivitas program pemberdayaan UMKM secara menyeluruh dan mendalam, diperlukan suatu kerangka evaluasi yang tidak hanya sistematis dan terukur, tetapi juga mampu menangkap berbagai aspek dan dimensi dari proses pemberdayaan. Berdasarkan tinjauan teori dan relevansinya dengan intervensi program DINKOP UKM di Salatiga, Pemberdayaan UMKM (Y) dalam penelitian ini diukur melalui dua dimensi utama:

1.7.4.1 Fasilitasi Bazar

Dinas Koperasi dan UKM telah menunjukkan kinerja baik dalam partisipasi bazar, melampaui target 5,93% dengan mencapai tingkat partisipasi 6,62% (setara dengan tingkat pencapaian 100,64%). Keberhasilan ini diwujudkan melalui partisipasi strategis

dalam berbagai acara regional dan lokal, yang masing-masing memiliki tujuan unik dalam mempromosikan produk UMKM. Bazar utama meliputi PRPP (Pekan Raya Promosi Pembangunan) yang memberikan eksposur regional yang luas, perayaan Hari Koperasi Provinsi yang memperkuat jaringan koperasi, dan acara Apeksi yang memfasilitasi kolaborasi antar kota. Acara budaya lokal seperti Festival Singkong menampilkan produk-produk khas daerah, Lalu juga ada acara seperti Saya Salatiga dan Salatiga Great Sale mendorong perdagangan lokal. Festival Makanan menyoroti pengusaha kuliner, dilengkapi dengan bazar tingkat *grass root* yang diselenggarakan di berbagai institusi pendidikan dan kecamatan, memastikan keterlibatan masyarakat yang menyeluruh.

1.7.4.2 Pelatihan Digital Marketing

Era transformasi digital membuka peluang yang luas bagi para wirausahawan dalam mengoptimalkan potensi usahanya, baik dari sisi peningkatan omzet, laba, maupun efisiensi waktu dan energi. Optimalisasi tersebut dapat tercapai apabila pelaku usaha memiliki akses yang memadai terhadap berbagai sumber daya pendukung. Pemanfaatan perangkat keras dan perangkat lunak menjadi salah satu langkah strategis bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan penjualan dan daya saing usaha.

Namun demikian, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan perangkat semata, melainkan juga membutuhkan dukungan sumber daya lain, seperti akses internet, kemampuan pengoperasian teknologi, pendampingan atau pelatihan, pemahaman etika bermedia sosial, serta jaminan keamanan digital guna menghindari risiko kejahatan siber. Dalam

konteks negara berkembang seperti Indonesia, distribusi akses terhadap sumber daya tersebut masih belum merata. Oleh karena itu, pemerintah berperan sebagai fasilitator dalam merumuskan kebijakan dan program yang mampu menjamin terpenuhinya hak masyarakat untuk memperoleh akses teknologi secara adil, guna mendorong kemandirian dan pemberdayaan ekonomi.

Tantangan tersebut menjadi perhatian Pemerintah Kota Salatiga dalam merancang dan melaksanakan program pemberdayaan masyarakat, khususnya bagi pelaku UMKM, agar mampu mengembangkan usahanya di ranah digital. Pelaksanaan program ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa perluasan pasar, peningkatan standar usaha, peningkatan daya saing antar pelaku usaha, peningkatan omzet, serta pertumbuhan ekonomi daerah yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional.

Strategi pemasaran digital (*digital marketing*) yang dilakukan oleh Dinas Koperasi UKM Kota Salaoga mencakup dua komponen utama yaitu, promosi dengan visual dan pengembangan kemampuan digital. Yang pertama melibatkan pembuatan dan penayangan strategis video promosi UMKM di jaringan videotron Salatiga, menyediakan iklan dengan visibilitas tinggi di lokasi-lokasi yang banyak dijumpai masyarakat. Yang kedua berfokus pada program pelatihan toko online komprehensif yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan perdagangan digital. Terlepas dari inisiatif ini, tantangan signifikan masih ada dalam transformasi digital, khususnya terkait partisipasi pedagang di portal UMKM Pintar - platform digital yang dirancang untuk mengintegrasikan bisnis lokal ke dalam pasar online. Tantangan ini terutama berasal

dari hambatan adopsi teknologi dan kesenjangan literasi digital di antara peserta UMKM.

1.7.6 Komponen Intrapersonal (X1)

Komponen intrapersonal merupakan salah satu dimensi penting dalam konsep pemberdayaan masyarakat yang menekankan pada kemampuan individu dalam memahami potensi dirinya serta keyakinan terhadap kemampuannya dalam mengendalikan situasi yang dihadapi. Dalam perspektif pemberdayaan psikologis, komponen intrapersonal berkaitan dengan bagaimana individu memandang dirinya sebagai subjek yang memiliki kapasitas untuk mengambil keputusan serta berperan aktif dalam proses perubahan yang terjadi dalam lingkungannya.

Menurut Marc Zimmerman, komponen intrapersonal merupakan bagian dari psychological empowerment yang berfokus pada persepsi individu terhadap tingkat kontrol yang dimiliki, rasa percaya diri dalam bertindak, serta keyakinan terhadap kemampuan dirinya dalam memengaruhi hasil yang ingin dicapai. Komponen ini menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana individu memiliki kesiapan internal untuk memanfaatkan peluang yang tersedia melalui program pemberdayaan yang dilaksanakan oleh pemerintah.

Dalam konteks pemberdayaan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), komponen intrapersonal menjadi faktor yang sangat menentukan karena keberhasilan pelaksanaan program pemerintah daerah tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan fasilitas program, tetapi juga oleh kesiapan individu pelaku usaha dalam merespons serta memanfaatkan program tersebut secara optimal. Pelaku usaha yang memiliki tingkat keyakinan diri yang tinggi, kemampuan memahami potensi usaha yang

dimiliki, serta kesiapan dalam mengambil keputusan strategis cenderung lebih mampu mengembangkan usahanya secara mandiri dan berkelanjutan.

Selain itu, komponen intrapersonal juga berperan dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menghadapi dinamika perubahan lingkungan usaha, terutama dalam menghadapi perkembangan teknologi pemasaran serta persaingan usaha yang semakin kompetitif. Kemampuan individu dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan tersebut menjadi bagian penting dari proses pemberdayaan yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian pelaku usaha secara berkelanjutan.

Dalam perspektif administrasi publik, penguatan komponen intrapersonal pelaku UMKM merupakan salah satu tujuan penting dari pelaksanaan program pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Program pelatihan usaha, pendampingan kewirausahaan, serta fasilitasi pemasaran yang dilaksanakan pemerintah daerah tidak hanya bertujuan meningkatkan keterampilan teknis pelaku usaha, tetapi juga berperan dalam meningkatkan rasa percaya diri, motivasi berusaha, serta kemampuan pengambilan keputusan pelaku UMKM sebagai bagian dari aktor ekonomi lokal.

Sejalan dengan fokus penelitian ini, komponen intrapersonal dipahami sebagai faktor internal yang memengaruhi tingkat keberhasilan pemberdayaan pelaku UMKM melalui program pemerintah daerah di Kota Salatiga. Semakin tinggi tingkat komponen intrapersonal yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin besar pula kemampuan mereka dalam memanfaatkan program pemberdayaan secara optimal. Berangkat dari Variabel ini diambil masalah utama **Peningkatan Kapasitas SDM dan Manajerial**

Dimensi ini mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan teknis bagi pelaku usaha secara manajerial

yang diperlukan untuk mengelola usaha secara profesional. Fokus dari dimensi ini mencakup keterampilan teknis produksi, kemampuan manajemen pengelolaan keuangan, kemampuan *branding* dan pengemasan produk (*packaging*), serta adaptasi teknologi. Dimensi ini penting karena meskipun angka tren pembinaan UMKM meningkat (79% pada 2021), masih dihadapkan pada masalah kualitas produk dan belum mampu memenuhi persyaratan pasar yang lebih luas. Hanya 0,04% UKM yang bermitra dengan pasar modern di tahun 2021, dimana permasalahan ini dapat diselesaikan melalui pelatihan digital marketing yang mencakup peningkatan *branding*, *packaging*, dan manajemen.

Berdasarkan kerangka teori tersebut, dalam penelitian ini komponen intrapersonal dioperasionalkan ke dalam beberapa indikator sebagai berikut:

1. Kemahiran mengatur alur kerja dan administrasi usaha
2. Keyakinan bahwa produk mampu memenangkan persaingan pasar (self-efficacy)
3. Keberanian melakukan inovasi produk secara mandiri (self-determination).
4. Ketertiban dalam manajemen keuangan dan Pembukuan Usaha

indikator-indikator tersebut digunakan untuk mengukur tingkat kesiapan internal pelaku UMKM dalam mendukung keberhasilan program pemberdayaan yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah di Kota Salatiga.

1.7.7 Kapasitas Organisasi Lokal (X2)

Kapasitas organisasi lokal merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam konteks pemberdayaan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam perspektif administrasi publik, organisasi lokal berperan sebagai mitra strategis pemerintah daerah dalam menghubungkan kebijakan pemberdayaan dengan kebutuhan masyarakat di tingkat lapangan. Keberadaan organisasi lokal memungkinkan pelaksanaan program pemberdayaan menjadi lebih partisipatif, responsif, dan berkelanjutan.

Menurut Abhyankar dan Iyer dalam kerangka pemberdayaan yang dikembangkan oleh IMF Development Committee–World Bank (2002), pemberdayaan masyarakat dapat dianalisis melalui beberapa dimensi utama yang mencerminkan proses penguatan kapasitas individu maupun kelembagaan lokal. Salah satu dimensi yang memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan pemberdayaan adalah kapasitas organisasi lokal (Kapasitas Organisasi Lokal), yaitu kemampuan organisasi masyarakat untuk bekerja secara kolektif, mengelola sumber daya yang tersedia, serta membangun kerja sama dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi secara bersama.

Kapasitas organisasi lokal dalam konteks pemberdayaan pelaku UMKM tidak hanya berkaitan dengan keberadaan organisasi secara struktural, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan organisasi dalam menyediakan akses informasi usaha, memfasilitasi partisipasi anggota, mendorong transparansi pelaksanaan program, serta memperkuat kerja sama antar pelaku usaha dalam jaringan ekonomi lokal. Semakin kuat kapasitas organisasi lokal yang terlibat dalam pelaksanaan program

pemberdayaan, maka semakin besar pula peluang keberhasilan program dalam meningkatkan kemandirian pelaku usaha.

Dalam penelitian ini, kapasitas organisasi lokal dipahami sebagai kemampuan organisasi atau komunitas pelaku UMKM dalam mendukung pelaksanaan program pemerintah daerah melalui penyediaan informasi usaha, peningkatan partisipasi anggota, penguatan akuntabilitas pelaksanaan program, serta kemampuan organisasi dalam memobilisasi sumber daya yang dimiliki untuk kepentingan bersama. Organisasi lokal yang dimaksud dapat berupa komunitas pelaku UMKM, kelompok usaha bersama, asosiasi pelaku usaha, maupun lembaga pendamping usaha yang berperan dalam mendukung kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat di tingkat daerah.

Sejalan dengan perspektif administrasi sebagai manajemen, pemerintah daerah berperan sebagai aktor strategis yang mengoordinasikan keterlibatan organisasi lokal dalam pelaksanaan program pemberdayaan pelaku UMKM. Melalui koordinasi tersebut, organisasi lokal tidak hanya berfungsi sebagai penerima program, tetapi juga sebagai mitra pelaksana yang berkontribusi dalam memperkuat efektivitas program pemberdayaan secara berkelanjutan. Berakar dari Variabel ini masalah yang diangkat sebagai dimensi yang dipilih ialah Akses pasar.

Dimensi Peningkatan Akses Pasar ini mengukur kemampuan UMKM untuk menembus pasar yang lebih luas dan beragam, yang merupakan *outcome* langsung dari intervensi promosi (Bazar dan Digital Marketing). Fokus dari peningkatan akses pasar mencakup perluasan jangkauan geografis usaha, peningkatan frekuensi penjualan, dan kemampuan pelaku usaha untuk menjalin kemitraan dengan pelaku usaha lain. Pemilihan dimensi ini krusial mengingat rendahnya partisipasi UMKM

dalam pameran Promosi Produk (0,53% di 2021) menunjukkan adanya hambatan serius dalam akses pasar bagi pelaku usaha.

Dalam konteks Kota Salatiga, keberadaan organisasi lokal menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan program pemerintah daerah karena organisasi tersebut berperan sebagai penghubung antara pemerintah dengan pelaku UMKM di tingkat lapangan. Dukungan organisasi lokal dalam bentuk penyebaran informasi program, fasilitasi kegiatan pelatihan, pendampingan usaha, serta penguatan jejaring pemasaran menjadi bagian dari upaya meningkatkan kapasitas pelaku UMKM secara berkelanjutan.

Berdasarkan kerangka teori Abhyankar dan Iyer, dalam penelitian ini kapasitas organisasi lokal dioperasionalkan ke dalam beberapa indikator sebagai berikut:

1. Peningkatan tren volume penjualan atau omzet usaha.
2. Perluasan jangkauan wilayah pemasaran.
3. Keberhasilan membangun jaringan kemitraan usaha baru.

Indikator-indikator tersebut digunakan untuk mengukur sejauh mana kapasitas organisasi lokal berperan dalam mendukung keberhasilan program pemerintah daerah dalam meningkatkan pemberdayaan pelaku UMKM di Kota Salatiga.

Dengan demikian, pengukuran Pemberdayaan UMKM (Y) dalam penelitian ini mendalam pada perubahan kapasitas dan posisi tawar pelaku UMKM sebagai subjek yang berdaya di lingkungan bisnis Kota Salatiga. Teori pemberdayaan menyediakan kerangka kerja yang kuat untuk memahami bagaimana program fasilitasi bazar dan digital marketing tidak hanya meningkatkan performa bisnis UMKM, tetapi juga secara fundamental meningkatkan kemampuan, keyakinan, dan kontrol mereka terhadap lingkungan bisnis, yang merupakan indikator utama pemberdayaan.

1.7.8 Hubungan Pemberdayaan (Y) dengan Komponen Intrapersonal (X1)

Fasilitasi bazar merupakan instrumen kebijakan promosi fisik yang berfungsi sebagai katalisator pemberdayaan UMKM melalui penyediaan akses pasar secara langsung. Secara teoretis, hubungan ini berakar pada konsep Pemberdayaan Struktural (Kanter, 1977), di mana intervensi pemerintah bertujuan untuk mereduksi hambatan lingkungan yang selama ini membatasi ruang gerak pelaku usaha kecil. Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi dimensi Kualitas Pelaksanaan dan Akses yang diturunkan dari kerangka strategis RPJMD Kota Salatiga 2025-2029 mengenai optimalisasi sarana promosi daerah. Alasan pemilihan dimensi ini didasarkan pada argumen bahwa pemberdayaan tidak akan terwujud jika terdapat hambatan administratif yang kaku bagi pelaku usaha. Melalui indikator kemudahan prosedur pendaftaran dan kelayakan lokasi, peneliti ingin mengukur sejauh mana birokrasi mampu menyederhanakan akses pada lokasi strategis seperti dalam gelaran *Salatiga Great Sale*, sehingga hambatan struktural bagi UMKM akar rumput dapat diminimalisir. Hal ini selaras dengan kewajiban pemerintah daerah untuk memfasilitasi transisi usaha mikro agar "naik kelas" melalui pengelolaan sumber daya publik yang profesional, inklusif, dan adil (DINKOPUMKM, 2024; Dungga, 2024).

Selanjutnya, hubungan ini diperkuat melalui dimensi Efektivitas Promosi dan Jejaring, yang juga merupakan dimensi hasil yang ditekankan dalam RPJMD Kota Salatiga untuk mengukur dampak substantif program terhadap perluasan jangkauan pasar. Peneliti memilih dimensi ini karena melalui indikator kuantitas pengunjung dan interaksi langsung (*networking*), bazar menciptakan ruang bagi terjadinya transfer pengetahuan yang memicu Pemberdayaan Psikologis (Zimmerman, 1995). Alasan peneliti menitikberatkan pada aspek ini adalah karena interaksi langsung dengan konsumen memberikan umpan balik instan yang memaksa pelaku

UMKM melakukan refleksi kritis terhadap kualitas produknya, sekaligus membangun *self-efficacy* atau keyakinan diri bahwa produk mereka mampu bersaing di pasar formal (Oduro & Mensah-Williams, 2023). Dengan demikian, hubungan antara Fasilitasi Bazar (X₁) dengan Pemberdayaan (Y) bukan sekadar interaksi transaksional jangka pendek, melainkan sebuah proses manajerial sistematis untuk mengubah posisi tawar UMKM dari kelompok yang terisolasi secara pasar menjadi entitas ekonomi yang mandiri dan memiliki jaringan luas di Kota Salatiga (Abdulsaleh & Worthington, 2013; RPJMD Kota Salatiga 2025-2029).

1.7.9 Hubungan Pemberdayaan (Y) dengan Kapasitas Lokal Organisasi (X₂)

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi dimensi Kualitas Edukasi dan Materi yang ada pada dimensi Y Pelatihan Digital Marketing sebagaimana tertuang dalam prioritas RPJMD Kota Salatiga 2025-2029 mengenai peningkatan literasi digital dan kualitas SDM kreatif. Alasan pemilihan dimensi ini didasarkan pada argumen bahwa pemberdayaan yang berkelanjutan sangat bergantung pada relevansi materi, kompetensi narasumber, serta intensitas pendampingan yang diterima oleh pelaku usaha. Melalui kualitas edukasi yang baik, pelaku UMKM tidak hanya menerima informasi teknis, tetapi juga mengalami peningkatan aspek *competence* (kompetensi) dan *self-determination* (penentuan diri) untuk mengambil keputusan strategis di ranah digital (Seibert et al., 2011; Spreitzer, 1995).

Selain aspek edukatif, hubungan ini diukur melalui dimensi Implementasi Digital yang juga merupakan target capaian dalam RPJMD Kota Salatiga terkait digitalisasi ekonomi lokal. Peneliti memilih dimensi ini untuk mengevaluasi sejauh mana transfer pengetahuan yang diberikan mampu terkonversi menjadi tindakan nyata, seperti kemahiran dalam mengelola toko online (*marketplace*) serta penggunaan media sosial sebagai instrumen promosi kreatif. Penguasaan

aspek teknis ini sangat penting karena mampu mereduksi persoalan asimetri informasi yang seringkali membuat UMKM tertinggal dari perusahaan besar (Ramachandran, 2015). Keberhasilan implementasi digital secara langsung akan meningkatkan *self-efficacy* pelaku usaha; ketika mereka mahir mengoperasikan platform digital, mereka akan merasa memiliki kontrol lebih besar atas jangkauan pasar dan laba usaha mereka (Adobas et al., 2024; Flaminiano & Francisco, 2021). Dengan demikian, hubungan antara Kapasitas Lokal Organisasi (X2) dengan Pemberdayaan (Y) merupakan perwujudan dari upaya birokrasi dalam membekali UMKM dengan "senjata" teknologi, yang memungkinkan mereka untuk bertransformasi dari pelaku usaha konvensional menjadi entitas ekonomi yang inovatif, kompetitif, dan memiliki daya saing global di Kota Salatiga (Fauziah et al., 2021; Utari et al., 2024).

1.8 Hipotesis

H1a : Terdapat Pengaruh secara parsial dan signifikan antara Komponen Intrapersonal (X1) terhadap Pemberdayaan pelaku UMKM (Y) di Kota Salatiga. (Uji T)

H1b : Terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara Pelatihan Diigital Marketing (x2) terhadap pemberdayaan pelaku UMKM (Y) di Kota Salatiga. (Uji T)

H1c : Terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara Komponen Intrapersonal (X1) dan Kapasitas Organisasi Lokal (X2) terhadap Pemberdayaan pelaku UMKM (Y) di Kota Salatiga. (Uji F).

Hipotesis ini dirumuskan sebagai hipotesis alternatif (H_a). Jika hasil statistik menunjukkan nilai probabilitas (p-value) lebih kecil dari tingkat

signifikansi ($\alpha=0.05$), maka hipotesis tersebut diterima, yang berarti program tersebut secara statistik memiliki pengaruh signifikan.

1.9 Definisi Konsep

Definisi konsep dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan batasan operasional terhadap variabel yang diteliti agar dapat diukur secara empiris melalui indikator penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari komponen intrapersonal empowerment yang dikemukakan oleh Zimmerman (1995) dan dimensi Kapasitas Organisasi Lokal sebagai bagian dari kerangka pemberdayaan menurut Abhyankar dan Iyer (World Bank Development Committee, 2002). Adapun variabel dependen berupa pemberdayaan UMKM melalui program pemerintah daerah yang dioperasionalkan berdasarkan program fasilitasi bazar dan pelatihan digital marketing sesuai dokumen RPJMD Kota Salatiga dan Renstra Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga.

1.9.1 Pemberdayaan UMKM melalui Program Pemerintah Daerah (Y)

Pemberdayaan UMKM melalui program pemerintah daerah dalam penelitian ini dipahami sebagai upaya terencana yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan kapasitas, kemandirian, serta daya saing pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah melalui penyediaan dukungan program yang relevan dengan kebutuhan pengembangan usaha. Program pemerintah daerah berperan sebagai instrumen fasilitasi yang tidak hanya membuka akses promosi produk, tetapi juga memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi dengan perkembangan pola pemasaran yang semakin berbasis digital.

Dengan Dimensi, Yaitu Fasilitasi Bazar yang merupakan instrumen manajerial Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga yang dirancang untuk

memperluas akses pasar bagi pelaku ekonomi lokal. Merujuk pada RPJMD Kota Salatiga 2025-2029, program ini diposisikan sebagai wadah promosi strategis untuk meningkatkan daya saing produk unggulan daerah melalui interaksi langsung dengan konsumen. Secara operasional, Renstra Dinas Koperasi dan UKM 2023-2026 menekankan bahwa fasilitasi ini tidak hanya sekadar penyediaan tempat berjualan, tetapi juga mencakup penyediaan infrastruktur pendukung dan kemudahan informasi publik bagi UMKM agar mampu menembus segmentasi pasar yang lebih luas dan kompetitif.

Dan Dimensi yang kedua, yaitu Pelatihan Digital Marketing didefinisikan sebagai upaya sistematis pemerintah dalam mendorong transformasi digital melalui peningkatan literasi dan adaptasi teknologi informasi bagi pelaku usaha. Berdasarkan RPJMD Kota Salatiga 2025-2029, program ini merupakan mandat pembangunan untuk menjawab tantangan ekonomi global yang serba digital. Hal ini dipertegas dalam Renstra Dinas Koperasi dan UKM 2023-2026 yang menetapkan bahwa pelatihan ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan praktis, mulai dari pengelolaan konten promosi kreatif hingga kemandirian dalam ekosistem marketplace. Program ini menjadi jembatan bagi UMKM di Salatiga untuk beralih dari model bisnis konvensional menuju tata kelola usaha yang modern dan berkelanjutan.

1.9.2 Komponen Intrapersonal Empowerment (X1)

Komponen intrapersonal empowerment dalam penelitian ini merujuk pada aspek pemberdayaan yang berfokus pada kapasitas internal individu pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usahanya secara mandiri. Dimensi intrapersonal menggambarkan sejauh mana pelaku

UMKM memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya dalam mengambil keputusan usaha, menyusun strategi pengembangan usaha, serta menghadapi tantangan persaingan pasar secara adaptif dan percaya diri.

Variabel ini diambil dari dimensi yang dikemukakan oleh Marc Zimmerman (1995), Dimana komponen intrapersonal merupakan bagian penting dari proses pemberdayaan karena berkaitan dengan persepsi individu terhadap kontrol diri, kompetensi personal, serta kepercayaan diri dalam mempengaruhi hasil yang ingin dicapai. Dalam konteks pelaku UMKM, komponen ini tercermin dalam kemampuan mengelola administrasi usaha secara tertib, keberanian melakukan inovasi produk secara mandiri, kemampuan menyusun strategi usaha, serta keyakinan bahwa usaha yang dijalankan mampu bersaing di pasar.

1.9.3 Pemberdayaan UMKM (Y1)

Kapasitas Organisasi Lokal dalam penelitian ini dipahami sebagai kemampuan pelaku UMKM dalam membangun keterhubungan dengan lingkungan usaha yang lebih luas, khususnya dalam memanfaatkan jaringan pemasaran, memperluas jangkauan distribusi produk, serta mengembangkan kemitraan usaha yang mendukung keberlanjutan aktivitas ekonomi mereka. Kapasitas ini menunjukkan bahwa pemberdayaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan individu secara internal, tetapi juga dengan kemampuan pelaku usaha dalam berinteraksi dengan struktur peluang yang tersedia di lingkungan sekitarnya.

Variabel Independen kedua ini diambil dari salah satu dimensi pemberdayaan menurut Vilas Abhyankar dan Gita Iyer dalam kerangka

pemberdayaan yang dikembangkan oleh World Bank Development Committee (2002), dimana Kapasitas Organisasi Lokal merupakan salah satu dimensi penting pemberdayaan yang mencerminkan kemampuan individu maupun kelompok dalam mengakses sumber daya ekonomi melalui jejaring kelembagaan yang tersedia. Dalam konteks pelaku UMKM, kapasitas ini tercermin melalui peningkatan omzet usaha, perluasan wilayah pemasaran produk, serta kemampuan membangun kemitraan usaha baru yang mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

1.10 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan spesifik dan terukur yang menjabarkan secara detail bagaimana variabel-variabel dalam penelitian akan dioperasionalkan, diukur, dan dinilai dalam konteks pengumpulan dan analisis data. Definisi ini berfungsi sebagai panduan konkret yang memungkinkan peneliti untuk mengamati, mengukur, dan mengevaluasi setiap variabel penelitian secara sistematis dan objektif

Tabel 1.2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi Konsep	Dimensi	Sub Indikator
Pemberdayaan UMKM (Y)	Merupakan upaya sistematis pemerintah dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui penyediaan akses promosi usaha dan peningkatan kemampuan pemasaran digital guna memperkuat daya saing dan kemandirian usaha.	1. Fasilitas Bazar (RPJMD Kota Salatiga 2025-2029; Renstra Dinkop UKM 2023-2026.)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kelayakan lokasi dan fasilitas fisik. b. Kemudahan prosedur pendaftaran dan akses informasi. c. Kemampuan menarik pelanggan baru d. Kuantitas pengunjung. e. Terbentuknya jejaring bisnis baru.
		2. Pelatihan Digital Marketing (RPJMD Kota Salatiga 2025-2029; Renstra Dinkop UKM 2023-2026.)	<ul style="list-style-type: none"> a. Relevansi materi dengan kebutuhan pasar. b. Kompetensi narasumber/mentor. c. Ketersediaan pendampingan pasca-pelatihan.

			<ul style="list-style-type: none"> d. Kemahiran mengelola toko online/marketplace. e. Penguasaan media sosial untuk promosi kreatif.
Komponen Intrapersonal Empowerment (X1)	<p>Komponen intrapersonal empowerment merupakan dimensi pemberdayaan yang berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam mengendalikan aktivitas usaha, mengambil keputusan secara mandiri, serta mengembangkan kapasitas personal dalam menghadapi tantangan usaha. Dimensi ini mencerminkan tingkat kepercayaan diri pelaku UMKM terhadap kompetensi yang dimiliki (self-efficacy),</p>	<p>Kapasitas SDM & manajerial</p> <p>Marc Zimmerman (1995)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Kemahiran mengatur alur kerja dan administrasi usaha b. Keyakinan bahwa produk mampu memenangkan persaingan pasar (self-efficacy) c. Keberanian melakukan inovasi produk secara mandiri (self-determination). d. Ketertiban dalam manajemen

	kemampuan berinisiatif dalam pengembangan usaha (self-determination), serta keterampilan dalam mengelola aktivitas usaha secara mandiri.		keuangan dan Pembukuan Usaha
Kapasitas Organisasi Lokal (X2)	Kapasitas Organisasi Lokal merupakan dimensi pemberdayaan yang menunjukkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan jaringan kelembagaan ekonomi, memperluas akses terhadap peluang pasar, serta meningkatkan keterhubungan dengan aktor usaha lainnya guna mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha. Dalam penelitian ini dimensi tersebut dioperasionalkan melalui indikator peningkatan omzet usaha,	Akses Pasar Vilas Abhyankar & Gita Iyer (World Bank Development Committee, 2002)	<ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan tren volume penjualan atau omzet usaha. b. Perluasan jangkauan wilayah pemasaran. c. Keberhasilan membangun jaringan kemitraan usaha baru.

	perluasan jangkauan wilayah pemasaran, serta keberhasilan membangun jaringan kemitraan usaha.		
--	---	--	--

1.11 Metode Penelitian

Berdasarkan karakteristik masalah, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe survei eskplanatoris. Metode dan pendekatan ini dipilih karena masalah yang diteliti dalam penelitian ini aktual dan faktual, serta bertujuan untuk menguji hubungan atau pengaruh antara variabel penelitian. Pendekatan ini sejalan dengan pendapat Vredenburg (1981) dalam (Pasolong, 2020) yang menyatakan bahwa metode survei eksplanatoris digunakan untuk menguji hipotesis atau menjelaskan hubungan antar variabel dengan lebih umum.

1.11.1 Tipe Penelitian

Penelitian Eksplanatif Penelitian eksplanatif akan digunakan untuk menjelaskan mengenai pengaruh program unggulan Dinas Koperasi UKM terhadap pemberdayaan pelaku UMKM di Kota Salatiga. Penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas implementasi program, seperti kualitas komunikasi program, ketersediaan sumber daya, sikap pelaksana, dan karakteristik pelaku UMKM yang terlibat.

Dengan melakukan penelitian eksplanatif, dapat diidentifikasi hubungan sebab-akibat antara implementasi program unggulan Dinas Koperasi UKM dengan tingkat pemberdayaan dan pengembangan pelaku UMKM. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk evaluasi dan perbaikan strategi Dinas Koperasi UKM, sehingga pelaksanaan program dapat disesuaikan dan ditingkatkan untuk mencapai tujuan pemberdayaan dan pengembangan UMKM yang lebih optimal di Kota Salatiga.

1.11.2 Populasi dan Sampel

1.11.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Salatiga yang terdaftar sebagai peserta atau penerima manfaat aktif dari Program Unggulan Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga pada periode 2023-2025. Populasi ini dipilih karena mereka merupakan kelompok yang telah terpapar langsung oleh intervensi kebijakan berupa Komponen Intrapersonal (X1) dan Kapasitas Organisasi Lokal (X2) sesuai dengan target capaian dalam RPJMD Kota Salatiga 2025-2029 dan Renstra Dinas Koperasi UKM 2023-2026.

1.11.2.2 Sampel

Mengingat keterbatasan waktu dan aksesibilitas terhadap seluruh populasi yang bersifat dinamis, maka penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Purposive Sampling. Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa responden yang diambil benar-benar representatif terhadap variabel yang diteliti. Adapun kriteria (pertimbangan) penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM yang memiliki tempat usaha atau domisili usaha di wilayah Kota Salatiga.
2. Pelaku UMKM yang tercatat telah mengikuti minimal satu kali kegiatan Fasilitasi Bazar (seperti Gebyar UMKM atau pameran sejenis) yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi UKM Kota Salatiga.

3. Pelaku UMKM yang telah mengikuti Pelatihan Digital Marketing atau bimbingan teknis pemasaran digital dari Dinas Koperasi UKM Kota Salatiga.

Berdasarkan informasi dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga, jumlah pasti pelaku UMKMyang menjadi peserta program unggulan (populasi target) bersifat dinamis Diambil dengan Populasi Sejumlah 100, Penelitian ini menggunakan teknik sensus sampling sehingga seluruh populasi yang berjumlah 100 responden dijadikan sebagai sampel penelitian. Oleh karena itu penentuan jumlah sampel tidak menggunakan rumus penentuan Sampel.

1.11.3 Teknik Pengambilan Sampel

eknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh (sensus), yaitu teknik penentuan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden penelitian. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi dalam penelitian ini relatif kecil, yaitu sebanyak 100 pelaku UMKM, sehingga seluruh populasi dijadikan sebagai sampel untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih representative

1.11.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu **data kuantitatif (Numerik)**. Data kuantitatif akan diperoleh melalui kuesioner untuk mengukur pengaruh antar variabel. Data lain akan digunakan sebagai data pendukung/penjelas untuk memperkaya interpretasi hasil statistik kuantitatif, yang diperoleh melalui observasi.

1. **Data Primer:** Data primer diperoleh langsung dari responden penelitian. Dalam penelitian ini, data primer akan dikumpulkan melalui

kuesioner (angket) yang disebarakan kepada pelaku UMKM, serta melalui **observasi** di Dinas Koperasi UKM dan pelaku UMKM.

2. **Data Sekunder:** Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini, data sekunder akan diperoleh dari dokumen dan laporan yang berkaitan dengan program unggulan Dinas Koperasi UKM Kota Salatiga, data jumlah UMKM di Kota Salatiga, Dokumen Perencanaan Daerah, serta literatur relevan lainnya.

1.11.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian kuantitatif "Pengaruh Komponen Intrapersonal Dan Kapasitas Organisasi Lokal Terhadap Pemberdayaan Pelaku Umkm Melalui Program Pemerintah Daerah Di Kota Salatiga terdiri dari beberapa variabel yang diukur menggunakan skala tertentu. Berikut adalah skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini

Dalam penelitian ini, skala pengukuran utama yang digunakan adalah **Skala Likert** untuk mengukur persepsi responden terhadap implementasi program dan dampaknya pada pemberdayaan serta pengembangan UMKM. Setiap variabel akan memiliki skala pengukuran yang relevan untuk memperoleh data yang akurat dan dapat dianalisis secara statistik.

Skala Likert menurut beberapa ahli termasuk ke dalam skala ordinal yang digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan-pernyataan tertentu. Skala ini biasanya terdiri dari pernyataan-pernyataan yang diberi skor dari 1 hingga 4, di mana 1 menunjukkan ketidaksetujuan total dan 4 menunjukkan persetujuan total. Skala ini akan digunakan untuk mengukur variable Fasilitasi Bazar dan

Pelatihan digital Marketing serta Pemberdayaan Pelaku UMKM berdasarkan persepsi responden.

1.11.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

Kuesioner Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan menggunakan sebuah instrumen yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dan pemahaman dari sekelompok responden yang dipilih. Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan tanggapan dan pandangan responden terkait topik yang sedang diteliti, yaitu persepsi mereka terhadap implementasi program unggulan Dinas Koperasi UKM serta tingkat pemberdayaan dan pengembangan usaha mereka.

Selanjutnya, Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung situasi atau kegiatan yang terkait dengan penelitian, khususnya proses implementasi program unggulan Dinas Koperasi UKM. Melalui observasi, peneliti dapat mengumpulkan data tentang perilaku, interaksi, atau kondisi yang diamati di lapangan, seperti kegiatan pelatihan, pendampingan, atau fasilitasi yang diberikan. Observasi dilakukan dengan menggunakan alat bantu seperti checklist atau lembar observasi untuk mencatat data yang relevan.

Dokumentasi juga dilakukan melibatkan pengumpulan data, dari dokumen atau arsip yang terkait dengan penelitian. Dokumen yang dikumpulkan dapat berupa dokumen tertulis, seperti laporan program, data UMKM, regulasi terkait, atau catatan internal dinas, maupun dokumen visual, seperti foto atau video kegiatan. Dokumentasi dapat memberikan

data historis, data kuantitatif pendukung, atau data yang tidak dapat dikumpulkan melalui observasi atau wawancara langsung.

Dengan menggabungkan keempat metode pengumpulan data ini, diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang komprehensif dan dapat dipercaya untuk analisis dan kesimpulan penelitian.

1.11.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah langkah yang dilakukan untuk mencari dan mengatur data yang diperoleh dari hasil kuesioner dan metode lainnya dengan cara yang teratur. Proses ini melibatkan pengelompokan data ke dalam kategori, deskripsi dalam satuan-satuan, sintesis, pengaturan dalam pola, pemilihan data penting, dan pembuatan kesimpulan yang mudah dipahami (Hardani et al., 2020).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup **teknik deskriptif dan inferensial**.

1. **Teknik Analisis Deskriptif:** Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan meringkas data yang terkumpul. Tujuan utama dari teknik ini adalah untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang karakteristik responden, pola, dan hubungan antar variabel dalam penelitian pada tingkat deskriptif. Beberapa metode yang digunakan dalam analisis deskriptif antara lain:
 - a. **Statistik Deskriptif:** Statistik deskriptif digunakan untuk menghitung dan menyajikan ukuran-ukuran statistik yang meringkas data, seperti **mean (rata-rata), median, modus, frekuensi, persentase, dan deviasi standar**. Statistik ini membantu dalam memahami distribusi data dan karakteristiknya.

b. **Tabel Distribusi Frekuensi dan Grafik:** Tabel distribusi **frekuensi** dan grafik digunakan untuk menyajikan data secara visual dan menunjukkan sebaran atau jumlah kemunculan setiap nilai atau kategori dalam variabel yang diukur. Jenis-jenis tabel dan grafik yang dapat digunakan antara lain tabel frekuensi, diagram batang, diagram lingkaran, dan histogram. Visualisasi data membantu dalam memahami pola dan hubungan antar variabel secara umum.

2. **Teknik Analisis Inferensial:** Teknik analisis inferensial digunakan untuk membuat generalisasi atau inferensi tentang populasi berdasarkan sampel yang diperoleh. Tujuan utama dari teknik ini adalah untuk menguji hipotesis dan membuat perkiraan tentang populasi berdasarkan data sampel. Beberapa metode yang digunakan dalam analisis inferensial adalah:

a. **Uji Kualitas Data:** Meliputi **Uji Validitas** dan **Uji Reliabilitas** untuk memastikan instrumen pengukuran akurat dan konsisten.

a) **Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian kuantitatif penting dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan secara akurat mengukur variabel yang diteliti. **Sugiyono (2018:267)** menyatakan uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subjek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau setidaknya suatu kuesioner. Untuk melakukan uji validitas, penulis akan menggunakan **rumus Pearson Product Moment** dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai signifikansi <0.05 , maka item pertanyaan dinyatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Dalam penelitian kuantitatif, uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan benar-benar konsisten dan stabil dalam mengukur variabel yang diteliti. Sebagaimana menurut **Supardi (2005)**, reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Uji reliabilitas ini penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dari instrumen pengukuran dapat diandalkan dan akurat dalam membangun kesimpulan penelitian. Untuk melakukan uji reliabilitas, penulis akan menggunakan **rumus Cronbach's Alpha**. Nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0.60 atau 0.70 umumnya dianggap menunjukkan reliabilitas yang baik

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen yaitu komponen intrapersonal empowerment (X1) dan Kapasitas Organisasi Lokal atau akses pasar (X2) terhadap variabel dependen yaitu pemberdayaan UMKM melalui program pemerintah daerah (Y) secara simultan maupun parsial. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi komponen intrapersonal dan kapasitas organisasi lokal dalam mendukung keberhasilan pemberdayaan UMKM melalui program fasilitasi bazar dan pelatihan digital marketing di Kota Salatiga.

- c. **Koefisien Determinasi (R²):** Digunakan untuk mengukur seberapa besar variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Ini mencerminkan sejauh mana variasi dalam variabel tergantung dapat dijelaskan oleh variabel independen. Rumus yang digunakan adalah: $R=r^2 \times 100\%$ Keterangan: R : Koefisien determinasi r^2 : Kuadrat Korelasi

- d. **Uji F (Simultan):** Digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- e. **Uji t (Parsial):** Digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing dimensi variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Pengolahan data akan dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti **SPSS (Statistical Product and Service Solutions)**.

Tabel 1.3 Kisi-Kisi Kuesioner

NO	VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN
1	Pemberdayaan (Y)	Fasilitasi Bazar (RPJMD Kota Salatiga 2025-2029; Renstra Dinkop UKM 2023-2026.)	a. Kelayakan lokasi dan fasilitas fisik bazar	1
			b. Kemudahan prosedur pendaftaran dan akses informasi program.	2
			c. Kemampuan menarik pelanggan baru.	3
			d. Kuantitas pengunjung bazar yang potensial.	4
			e. Terbentuknya jejaring bisnis baru.	5
		Pelatihan Digital Marketing (RPJMD Kota Salatiga 2025-2029; Renstra Dinkop UKM 2023-2026.)	a. Relevansi materi dengan kebutuhan pasar digital.	1
			b. Kompetensi narasumber dalam menyampaikan materi.	2
			c. Ketersediaan pendampingan teknis pasca-pelatihan.	3
			d. Kemahiran mengelola toko online/marketplace secara mandiri.	4
			e. Penguasaan media sosial untuk promosi kreatif.	5
3	Komponen Intrapersonal Empowerment (X1)	Kapasitas Psikologis & Manajerial Psychological Empowerment (Zimmerman, 1995)	a. Kemahiran mengatur alur kerja dan administrasi usaha. b. Keyakinan bahwa produk mampu memenangkan persaingan pasar (Penerapan <i>self-efficacy</i>). c. Keberanian melakukan inovasi produk tanpa bergantung bantuan pihak lain (Penerapan <i>self-determination</i>).	1 2 3

**Kapasitas
Organisasi Lokal
(X2)**

Akses Pasar & Outcome (Struktural)

(Abhyankar & Iyer, World Bank
Framework 2002)

d. Ketertiban dalam manajemen keuangan dan pembukuan usaha.

a. Peningkatan tren volume penjualan atau omzet usaha.

b. Perluasan jangkauan wilayah pemasaran (lokal ke luar daerah).

c. Keberhasilan membangun jaringan kemitraan usaha baru.

4

Keterangan Skala Likert:

1	Sangat Tidak Setuju Pernyataan tersebut SAMA SEKALI TIDAK BENAR menurut Responden.
2	Tidak Setuju Pernyataan tersebut KURANG BENAR menurut Responden.
3	Setuju Pernyataan tersebut CUKUP BENAR menurut Responden.
4	Sangat Setuju Pernyataan tersebut SANGAT BENAR menurut Responden.