

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Kota Malang

##### 1. Kondisi Geografis

Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Kota Surabaya, dengan luas wilayah administrasi sebesar 110.06 km<sup>2</sup>. Kota Malang terletak pada koordinat 112,060-112,070 Bujur Timur dan 7,060-8,020 Lintang Selatan dengan ketinggian antara 440-667 dpl, serta dikelilingi gunung-gunung, yaitu:

- 1) Gunung Arjuna di sebelah Utara
- 2) Gunung Bromo di sebelah Timur
- 3) Gunung Kawi di sebelah Barat
- 4) Gunung Kelud di sebelah Selatan

Letak Geografis yang dikelilingi oleh gunung-gunung dan berada di kawasan dataran tinggi menyebabkan Kota Malang berhawa sejuk dan kering dengan suhu rata-rata 24,130 Celcius, curah hujan rata-rata tiap tahun 1.833 mm dan kelembaban udara rata-rata 72%. Keadaan tanah di wilayah Kota Malang antara lain:

- 1) Bagian selatan termasuk dataran tinggi yang cukup luas, cocok untuk industri.
- 2) Bagian utara termasuk dataran tinggi yang subur, cocok untuk pertanian.
- 3) Bagian timur merupakan dataran tinggi dengan keadaan kurang subur.

- 4) Bagian barat merupakan dataran tinggi yang amat luas dan menjadi daerah pendidikan.

Jenis tanah di wilayah Kota Malang ada empat macam, antara lain:

- 1) Alluvial kelabu kehitaman dengan luas 6,930,267 Ha.
- 2) Mediteran coklat dengan luas 1.225.160 Ha.
- 3) Asosiasi latosol coklat kemerahan grey coklat dengan luas 1.942.160 Ha.
- 4) Asosiasi andosol coklat dan grey humus dengan luas 1.765,160 Ha.

Struktur tanah pada umumnya relatif baik, akan tetapi yang perlu mendapatkan perhatian adalah penggunaan jenis tanah andosol yang memiliki sifat peka erosi. Jenis tanah andosol ini terdapat di Kecamatan Lowokwaru dengan reltif kemiringan sekitar 15%. Secara Administratif, Pemerintah Kota Malang berbatasan langsung dengan Pemerintah Kabupaten Malang, meliputi:

- 1) Sebelah Utara: Kecamatan Singosari dan Karangploso
- 2) Sebelah Selatan: Kecamatan Tajinan dan Pakisaji
- 3) Sebelah Timur: Kecamatan Pakis dan Tumpang
- 4) Sebelah Barat: Kecamatan Wagir dan Dau

Sumber: (<http://malangkota.go.id>)

## 2. Pemerintahan

Pemerintah Kota Malang merupakan salah satu daerah otonom yang memiliki kewenangan dalam mengelola sumber daya dan potensi yang di

daerah tersebut. Dalam rangka mewujudkan hal tersebut dan untuk menjalankan fungsi-fungsi organisasi pemerintah, maka perlu didukung dengan struktur organisasi pemerintahan yang kuat.

Struktur pemerintahan eksekutif pada Pemerintah Kota Malang dipimpin langsung oleh seorang walikota. Walikota Malang mempunyai Wakil Wali Kota (Wawali) yang membantu Walikota dalam melaksanakan tugasnya. Di samping itu, Walikota juga mempunyai koordinasi langsung dengan Sekretaris Kota (Sekkota). Seorang Sekkota membawahi dua orang asisten, yaitu Asisten Administrasi Pemerintahan dan Asisten Administrasi Pembangunan.

Kehidupan pemerintahan eksekutif di lingkungan Pemerintah Kota Malang didukung oleh sejumlah organisasi perangkat daerah yang berperan dalam mewujudkan keberhasilan pembangunan daerah yang termasuk dalam struktur organisasi pemerintah Kota Malang. Organisasi perangkat daerah ini terbentuk dengan landasan hukum Peraturan Daerah yang kemudian ditindak lanjuti melalui Surat Keputusan Walikota untuk masing-masing organisasi perangkat daerah.

Sumber: (<http://malangkota.go.id>)

### **3. Penduduk**

Kota Malang memiliki luas 110.06 km<sup>2</sup>. Kota dengan jumlah penduduk sampai tahun 2008 sebesar 816.637 jiwa yang terdiri dari 404.664 jiwa penduduk laki-laki, dan penduduk perempuan sebesar 411.973 jiwa. Kepadatan penduduk kurang lebih 7.420 jiwa per kilometer persegi.



Tersebar di 5 Kecamatan (Klojen = 126.760 jiwa, Blimbing = 171.051 jiwa, Kedungkandang = 162.104 jiwa, Sukun = 174.868 jiwa, dan Lowokwaru = 181.854 jiwa). Terdiri dari 57 Kelurahan, 526 unit RW dan 3.935 unit RT.

Etnik masyarakat Malang terkenal religius, dinamis, suka bekerja keras, lugas dan bangga dengan identitasnya sebagai Arek Malang (AREMA). Komposisi penduduk asli berasal dari berbagai etnik (terutama suku Jawa, Madura, sebagian kecil keturunan Arab dan Cina). Masyarakat Malang sebagian besar adalah pemeluk Islam kemudian Kristen, Katolik dan sebagian kecil Hindu dan Budha. Umat beragama di Kota Malang terkenal rukun dan saling bekerja sama dalam memajukan Kotanya. Bangunan tempat ibadah banyak yang telah berdiri semenjak jaman kolonial antara lain Masjid Jami' (Masjid Agung), Gereja (Alun-Alun Kayutangan dan Ijen) serta Klenteng di Kota Lama. Malang juga menjadi pusat pendidikan keagamaan dengan banyaknya Pesantren dan Seminari Alkitab yang sudah terkenal di seluruh Nusantara.

Kekayaan etnik dan budaya yang dimiliki Kota Malang berpengaruh terhadap kesenian tradisional yang ada. Salah satunya yang terkenal adalah Tari Topeng, namun kini semakin terkikis oleh kesenian modern. Gaya kesenian ini adalah wujud pertemuan gaya kesenian Jawa Tengahan (Solo, Yogya), Jawa Timur-Selatan (Ponorogo, Tuluangung, Blitar) dan gaya kesenian Blambangan (Pasuruan, Probolinggo, Situbondo, Banyuwangi). Untuk mengetahui lebih jauh tentang daerah-daerah lain di sekitar Kota Malang silahkan kunjungi: Daerah Sekitar Kota Malang Bahasa Jawa dialek

Jawa Timuran dan bahasa Madura adalah bahasa sehari-hari masyarakat Malang. Di kalangan generasi muda berlaku dialek khas Malang yang disebut ‘boso walikan’ yaitu cara pengucapan kata secara terbalik, contohnya: seperti Malang menjadi Ngalam.

Gaya bahasa di Malang terkenal kaku tanpa unggah-ungguh sebagaimana bahasa Jawa kasar umumnya. Hal menunjukkan sikap masyarakatnya yang tegas, lugas dan tidak mengenal basa-basi. Kebanyakan pendatang adalah pedagang, pekerja dan pelajar/mahasiswa yang tidak menetap dan dalam kurun waktu tertentu kembali ke daerah asalnya. Sebagian besar berasal dari wilayah disekitar Kota Malang untuk golongan pedagang dan pekerja. Sedang untuk golongan pelajar/mahasiswa banyak yang berasal dari luar daerah (terutama wilayah Indonesia Timur) seperti Bali, Nusa Tenggara, Timor Timur, Irian Jaya, Maluku, Sulawesi dan Kalimantan.

Sumber: (<http://malangkota.go.id>)

#### **4. Visi dan Misi Kota Malang**

Pemerintah Kota Malang dalam pelaksanaan pembangunan berpedoman pada RPJM Daerah dimana didalamnya termuat Visi Kota Malang, yaitu :

“Terwujudnya Kota Malang sebagai Kota Pendidikan yang Berkualitas, Kota Sehat dan Ramah Lingkungan, Kota Pariwisata yang Berbudaya, Menuju Masyarakat yang Maju dan Mandiri”.



- a. Kota Pendidikan yang Berkualitas, mengandung makna bahwa pembangunan Kota Malang diarahkan untuk meningkatkan kualitas pendidikan dalam arti yang luas yaitu : Penyelenggaraan pendidikan pada semua jenjang di Kota Malang harus memiliki kualitas tinggi; Penyelenggaraan pendidikan diarahkan untuk menghasilkan SDM yang memiliki keunggulan kompetitif dalam hal penguasaan, pemanfaatan dan pengembangan IPTEK, serta memiliki wawasan global dengan kearifan lokal (berbudi pekerti luhur); kebijakan pemerintah kota diarahkan pada kebijakan-kebijakan yang berpihak kepada kepentingan pendidikan dalam arti luas, yang meliputi; (1) peningkatan kapasitas SDM pemerintah kota sebagai pengemban fungsi pelayanan publik; (2) peningkatan kualitas penyelenggaraan pendidikan di semua level melalui pengembangan SDM dan kelembagaan; (3) membuka akses seluas-luasnya kepada seluruh lapisan masyarakat, khususnya kepada masyarakat yang kurang/tidak mampu secara ekonomi, untuk dapat menuntut ilmu melalui jalur formal (sekolah).
- b. Kota Sehat dan Ramah Lingkungan, mengandung makna bahwa pembangunan di Kota Malang diarahkan untuk mewujudkan Kota yang sehat dan berwawasan lingkungan. Pengertian kota sehat dan ramah lingkungan adalah sebagai berikut : Kota sehat adalah kota yang memiliki kualitas lingkungan fisik dan sosial kemasyarakatan yang baik sehingga menjadi kota yang memberikan rasa aman, nyaman dan sehat bagi warga kotanya (City fit to live in); Kota yang ramah lingkungan

adalah kota yang dalam melaksanakan pembangunan selalu memperhatikan kelestarian daya dukung lingkungan.

- c. Kota Pariwisata yang Berbudaya, mengandung makna bahwa pembangunan di Kota Malang diarahkan untuk mewujudkan Kota Malang sebagai kota tujuan wisata dengan tetap melestarikan budaya khas malangan. Pengertian Kota Pariwisata yang berbudaya adalah sebagai berikut : Kota pariwisata adalah kota yang menjadi tujuan wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Obyek wisata yang akan dikembangkan adalah obyek wisata pendidikan, wisata sejarah, wisata belanja maupun wisata lainnya; Kota pariwisata yang berbudaya adalah kota pariwisata yang tetap melestarikan budaya khususnya beserta nilai-nilai yang dikandungnya.
- d. Menuju Masyarakat yang Maju dan Mandiri, mengandung makna bahwa tujuan pembangunan yang akan dilakukan adalah untuk mewujudkan masyarakat Kota Malang yang maju dan mandiri. Pengertian masyarakat yang maju dan mandiri adalah sebagai berikut : Masyarakat yang maju adalah masyarakat yang maju dalam penguasaan ilmu dan teknologi, maju dalam derajat kesehatannya dan maju dalam mengembangkan budaya dan pariwisatanya; Masyarakat yang mandiri adalah masyarakat yang mampu membiayai sendiri semua kebutuhan dan aktifitas yang dilakukannya.

Dalam rangka mewujudkan Visi Kota Malang, maka dirumuskan upaya-upaya yang akan dilaksanakan ke dalam Misi Kota Malang Tahun 2009-2013, sebagai berikut :

1. Mewujudkan dan Mengembangkan Pendidikan yang Berkualitas;
2. Mewujudkan Peningkatan Kesehatan Masyarakat;
3. Mewujudkan Penyelenggaraan Pembangunan yang Ramah Lingkungan;
4. Mewujudkan Pemerataan Perekonomian dan Pusat Pertumbuhan Wilayah Sekitarnya;
5. Mewujudkan dan Mengembangkan Pariwisata yang Berbudaya;
6. Mewujudkan Pelayanan Publik yang Prima.

Sumber: (<http://malangkota.go.id>)

## **B. Gambaran Umum Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang**

Implementasi Otonomi Daerah di Indonesia yang secara efektif mulai diberlakukan sejak tanggal 1 Januari 2001 telah mendorong Manajemen Pembangunan Daerah yang berorientasi pada Tata Pemerintahan yang baik (*Good Governance*) dalam kerangka menciptakan nilai Kesejahteraan Sosial dan Ekonomi yang lebih baik bagi masyarakat setempat.

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai salah satu Dinas Teknis yang mengelola dan memanfaatkan seluruh kekuatan potensi ekonomi di wilayah Kota Malang baik yang berupa potensi Sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia maupun Sumber Daya lainnya melalui pemberdayaan



Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk menjadi kekuatan ekonomi riil yang dapat tumbuh dan berkembang, serta mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat khususnya pelaku ekonomi.

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan unsur pelaksana Otonomi Daerah di bidang Koperasi dan UKM yang dipimpin oleh Kepala Dinas dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Dinas Koperasi dan UKM melaksanakan tugas pokok penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Hal ini ditujukan untuk dapat memberikan kontribusi dari Pemerintah Daerah kepada kegiatan wirausaha masyarakat sekitar.

Sumber: (<http://dinkop.malangkota.go.id>)

### **1. Visi dan Misi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang**

Dinas Koperasi dan UKM sebagai Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) dibawah Pemerintah Kota Malang, merupakan sebuah instansi yang mempunyai Visi yaitu “Terwujudnya Koperasi dan UKM Sebagai Lembaga dan Usaha yang Sehat, Berdaya Saing, Tangguh, Mandiri dan Berperan dalam Perekonomian Daerah”. Dengan Visi tersebut diharapkan koperasi dan UKM akan menjadi bagian dari pelaku ekonomi lainnya dalam rangka ikut mewujudkan kesejahteraan masyarakat Kota Malang. Adapun Misi dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang adalah:

- a. Meningkatkan kuantitas dan kualitas kelembagaan dan sumber daya manusia koperasi;

- b. Memberdayakan Koperasi dan UKM sebagai Pelaku Ekonomi yang berdaya saing dengan mengembangkan Ekonomi Kerakyatan;
- c. Memfasilitasi perkuatan permodalan Koperasi dan UKM melalui pengembangan pembiayaan;
- d. Meningkatkan peran Koperasi dan UKM untuk memperkuat struktur perekonomian;

## 2. Landasan Hukum Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang

- a. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dan telah diubah menjadi Undang-undang Nomor 17 Tahun 2012;
- b. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 12 Tahun 2008;
- c. Peraturan Daerah Nomor 37 Tahun 2008 tentang Pembagian Urusan Pemerintah antara Pemerintah Daerah Propinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota;
- d. Peraturan Pemerintah Daerah Kota Malang Nomor 6 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah.

## 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan acuan dalam menentukan tugas, wewenang dan tanggungjawab dari suatu instansi. Dengan adanya struktur organisasi maka suatu perusahaan akan mudah untuk mengadakan konsolidasi, koordinasi dan penilaian terhadap aktivitas perusahaan dari masing-masing departemen yang ada di dalam perusahaan.

Ditinjau dari saluran-saluran kekuasaan dan tanggungjawab serta hubungan kerjasama pada kesatuan-kesatuan organisasi maka bentuk struktur organisasi pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang adalah menggunakan struktur organisasi fungsional. Yang dimaksudkan disini adalah dimana saluran kekuasaan dan tanggungjawabnya berasal dari pucuk pimpinan.

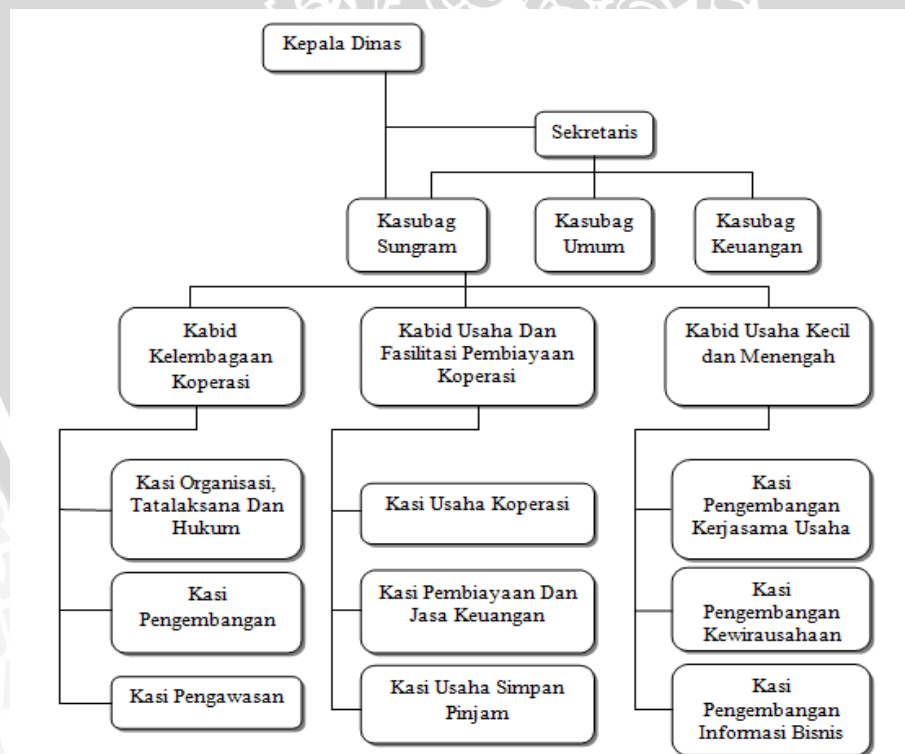
Sesuai dengan Peraturan Peraturan Walikota Malang Nomor 59 tahun 2008 Pasal 4 Tentang Susunan Organisasi, yaitu:

- 1) Struktur Organisasi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, terdiri dari:
  - a. Kepala Dinas;
  - b. Sekretariat, terdiri dari:
    - 1) Subbagian Penyusunan Program;
    - 2) Subbagian Keuangan;
    - 3) Subbagian Umum.
  - c. Bidang Kelembagaan Koperasi, terdiri dari:
    - 1) Seksi Organisasi, Tatalaksana dan Hukum;
    - 2) Seksi Pengembangan;
    - 3) Seksi Pengawasan.
  - d. Bidang Usaha dan Fasilitasi Pembiayaan Koperasi, terdiri dari:
    - 1) Seksi Usaha Koperasi;
    - 2) Seksi Pembiayaan dan Jasa Keuangan;
    - 3) Seksi Usaha Simpan Pinjam.
  - e. Bidang Usaha Kecil Menengah, terdiri dari:



- 1) Seksi Pengembangan Kerjasama Usaha;
  - 2) Seksi Pengembangan Kewirausahaan;
  - 3) Seksi Pengembangan Informasi Bisnis.
- f. UPT;
- g. Kelompok Jabatan Fungsional.
- 2) Sekretariat dipimpin oleh Sekretaris dan Bidang dipimpin oleh Kepala Bidang yang dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

**STRUKTUR ORGANISASI  
DINAS KOPERASI DAN UKM KOTA MALANG  
PERDA KOTA MALANG No. 6 TAHUN 2008**



Gambar 2.  
Struktur Organisasi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang  
Perda Kota Malang No. 6 Tahun 2008

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang

#### 4. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang

Menurut Peraturan Walikota Malang Nomor 59 tahun 2008 Pasal 3 Tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja, Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang memiliki tugas pokok dan fungsi sebagai berikut:

a. Tugas Pokok:

Dinas Koperasi dan UKM melaksanakan tugas pokok penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang koperasi dan usaha kecil menengah.

b. Fungsi:

- 1) Perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis di bidang koperasi dan usaha kecil menengah;
- 2) Penyusunan dan pelaksanaan Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja) di bidang koperasi dan usaha kecil menengah;
- 3) Pelaksanaan pembinaan, pengembangan, dan pengawasan kelembagaan serta advokasi di bidang koperasi dan usaha kecil menengah;
- 4) Pelaksanaan fasilitasi pengesahan akta pembentukan, penggabungan, dan peleburan serta pembubaran koperasi;
- 5) Pelaksanaan pemeringkatan terhadap koperasi dan usaha kecil menengah;
- 6) Pelaksanaan pembinaan Sumber Daya Manusia (SDM) koperasi dan usaha kecil menengah;

- 7) Pelaksanaan fasilitasi, pembiayaan, pengawasan penyelenggaraan koperasi, koperasi simpan pinjam dan usaha simpan pinjam;
- 8) Pemantauan dan pengawasan akuntansi koperasi dan usaha kecil menengah;
- 9) Pelaksanaan penilaian kesehatan koperasi simpan pinjam atau usaha simpan pinjam;
- 10) Pelaksanaan pembinaan dan pengembangan usaha koperasi sektor industri pertanian, industri non pertanian serta perdagangan dan aneka usaha;
- 11) Pelaksanaan bimbingan dan pengembangan jaringan kerjasama usaha dan kemitraan bagi usaha kecil menengah;
- 12) Pelaksanaan bimbingan dan pengembangan kewirausahaan bagi usaha kecil menengah;
- 13) Penyelenggaraan program pengembangan informasi bisnis usaha kecil dan menengah;
- 14) Pengesahan dan pencabutan pengesahan akta pendirian badan hukum koperasi;
- 15) Pengelolaan administrasi umum meliputi penyusunan program, ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, rumah tangga, perlengkapan kehumasan, kepustakaan dan arsip;
- 16) Pelaksanaan Standar Pelayanan Minimal (SPM);
- 17) Penyusunan dan pelaksanaan Standar Pelayanan Publik (SPP);



- 18) Pelaksanaan fasilitasi pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan/atau pelaksanaan pengumpulan pendapat pelanggan secara periodik yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas layanan;
- 19) Pengelolaan pengaduan masyarakat di bidang koperasi dan usaha kecil menengah;
- 20) Penyampaian data hasil pembangunan dan informasi lainnya terkait layanan publik secara berkala melalui website Pemerintah Daerah;
- 21) Penyelenggaraan UPT dan jabatan fungsional;
- 22) Pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi;
- 23) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### 1) Kepala Dinas

Pada periode ini dipimpin oleh Bapak Drs. Wahyu Setianto, MM mempunyai tugas pokok dan fungsi mengkoordinasikan dan melakukan pengawasan melekat terhadap unit kerja di bawahnya serta melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya. Kepala Dinas berkewajiban menyusun rencana strategis sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya berdasarkan Rencana Strategis Daerah sebagai pelaksanaan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP).

## 2) Sektetaris

Pada periode ini dikepalai oleh Ibu Martha MRL Tobing, SH, MM mempunyai tugas pokok melaksanakan administrasi umum meliputi penyusunan program, ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, urusan rumah tangga, perlengkapan, kehumasan dan kepustakaan serta kearsipan Dinas.

Untuk melaksanakan tugas pokok, Sekretariat mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja)
- b. Pelaksanaan penyusunan Rencana Kerja Anggaran (RKA)
- c. Penyusunan dan pelaksanaan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA)
- d. Penyusunan Penetapan Kinerja (PK)
- e. Pelaksanaan dan pembinaan ketatausahaan, ketatalaksanaan dan kearsipan
- f. Pengelolaan urusan kehumasan, keprotokolan dan kepustakaan
- g. Pelaksanaan administrasi dan pembinaan kepegawaian
- h. Pengelolaan anggaran, barang dan retribusi
- i. Pelaksanaan administrasi keuangan dan pembayaran gaji pegawai
- j. Pelaksanaan verifikasi Surat Pertanggungjawaban (SPJ) keuangan
- k. Pengelolaan urusan rumah tangga dan perlengkapan

- l. Pengkoordinasian pelaksanaan Standar Pelayanan Minimal (SPM)
- m. Penyusunan dan pelaksanaan Standar Pelayanan Publik (SPP)
- n. Pelaksanaan fasilitasi pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan/atau pelaksanaan pengumpulan pendapat pelanggan secara periodik yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas layanan
- o. Penyusunan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP)
- p. Pengelolaan pengaduan masyarakat di bidang Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah
- q. Penyampaian data hasil pembangunan dan informasi lainnya terkait layanan publik secara berkala melalui web site Pemerintah Daerah
- r. Pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi
- s. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya

### 3) Bidang Kelembagaan Koperasi

Pada periode ini dikepalai oleh Bapak Sumarno, S.Sos, MM melaksanakan tugas pokok pembinaan kelembagaan dan sumber daya koperasi. Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Bidang Kelembagaan Koperasi mempunyai fungsi :



- a. Pengumpulan dan pengolahan data sebagai bahan penyusunan program pembinaan kelembagaan dan sumber daya koperasi
- b. Pelaksanaan pelayanan akte pendirian dan perubahan anggaran dasar badan hukum koperasi kepada masyarakat
- c. Pelaksanaan pengaturan, pencatatan, pendaftaran dan pengesahan badan hukum koperasi, pengembangan organisasi, penelaahan peraturan perundang-undangan
- d. Pelaksanaan bantuan advokasi terhadap permasalahan yang dihadapi koperasi
- e. Pelaksanaan pemeringkatan koperasi
- f. Pelaksanaan koordinasi dengan instansi terkait dalam rangka pembinaan kelembagaan koperasi
- g. Pelaksanaan penyuluhan dan pembinaan kader koperasi serta kewirausahaan
- h. Pelaksanaan kerja sama antar koperasi serta dengan badan usaha lain
- i. Pelaksanaan Standar Pelayanan Minimal (SPM) di bidang kelembagaan koperasi
- j. Pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi
- k. Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya

#### 4) Bidang Usaha dan Fasilitas Pembiayaan Koperasi

Pada periode ini dikepalai oleh Bapak Drs. M. Rabidin, MM melaksanakan tugas pokok pembinaan koperasi di bidang usaha dan jasa keuangan. Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Bidang Usaha dan Fasilitas Pembiayaan Koperasi mempunyai fungsi :

- a. Pengumpulan dan pengolahan data sebagai bahan penyusunan program pembinaan koperasi di bidang usaha dan jasa keuangan
- b. Pelaksanaan penyiapan rencana dan program, bahan perumusan dan penjabaran kebijaksanaan teknis
- c. Pelaksanaan pembinaan dan pengembangan usaha koperasi sektor industri pertanian, industri non pertanian, perdagangan dan aneka usaha
- d. Pelaksanaan penyiapan rencana dan program bahan perumusan dan penjabaran kebijaksanaan teknis serta pemberian bimbingan koperasi di bidang pembiayaan dan jasa keuangan
- e. Pelaksanaan penyiapan rencana dan program bahan perumusan dan penjabaran kebijaksanaan teknis serta pemberian bimbingan koperasi di bidang pengendalian simpan pinjam
- f. Pelaksanaan koordinasi dengan unit kerja terkait dalam rangka pelaksanaan tugas

- g. Pelaksanaan Standar Pelayanan Minimal (SPM) di bidang pembinaan koperasi di bidang usaha dan jasa keuangan
- h. Pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi
- i. Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya

#### **5) Bidang Usaha Kecil Menengah**

Pada periode ini dikepalai oleh Bapak I. K. Widi E. Wirawan, S.Sos, MM melaksanakan tugas pokok kebijakan teknis dalam rangka pengembangan usaha, kelembagaan dan manajemen pengusaha kecil dan menengah. Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Bidang Usaha Kecil Menengah mempunyai fungsi :

- a. Pengumpulan dan pengolahan data sebagai bahan penyusunan program pengembangan usaha, kelembagaan dan manajemen pengusaha kecil dan menengah
- b. Penyusunan kebijaksanaan teknis dalam pembangunan dan pengembangan pengusaha kecil dan menengah
- c. Pelaksanaan pembinaan dan bimbingan teknis dalam usaha dan kerja sama antara koperasi, pengusaha kecil dan menengah dengan pihak swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)



- d. Penyusunan pedoman dalam pengembangan informasi bisnis pengusaha kecil dan menengah
- e. Pengawasan terhadap pengembangan kerja sama dalam rangka pembinaan usaha dan manajemen pengusaha kecil dan menengah
- f. Pelaksanaan Standar Pelayanan Minimal (SPM) di bidang usaha kecil menengah
- g. Pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi
- h. Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya

### **C. Data Fokus Penelitian**

#### **1. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang**

##### **a. Pengembangan Secara Internal dari Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang**

Usaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi ini mayoritas merupakan usaha yang dijalankan mulai dari tahun 70-an hingga tahun 2000-an dan turun temurun dari keluarganya. Usaha tersebut

nampaknya sudah berkembang dengan baik. Hal ini dapat dilihat berdasarkan omzet yang dihasilkan dari penjualan emping jagung tersebut. Adapun kekayaan bersih dan hasil penjualan dari beberapa pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi yaitu:

Menurut Mas Samsul, seorang pengusaha emping jagung “Sophia” omzet yang dihasilkan dari penjualan emping jagung adalah:

“kalau omzet bisa mencapai Rp. 3 sampai Rp. 4 jutaan per hari mbak. Jadi kalau dihitung-hitung setahun ya kurang lebih sampai Rp. 1 miliar keatas. Kalau bersihnya sekitar 30% - 40% dari hasil penjualan. Jadi kira-kira Rp. 900 ribu per hari, setahunnya berarti ya kurang lebih Rp. 350 juta.” (Wawancara di Rumah Mas Samsul, 2 April 2013 pukul 18.10 WIB)

Dari penjelasan Mas Samsul diatas omzet yang dihasilkan selama setahun mencapai Rp. 1 miliar ke atas, sedangkan untuk laba bersihnya mencapai Rp. 350 juta per tahun. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan Mas Samsul telah berkembang menjadi usaha kecil sesuai kriteria UMKM pada Pasal 6 UU No. 20 Tahun 2008.

Kemudian bagi usaha yang dijalankan oleh Ibu Hj. Ali hasil penjualan serta kekayaan bersih yang didapatkan yaitu:

“untuk sehari saya memproduksi emping jagung 3,5 kwintal. Omzet satu bulannya itu kira-kira Rp. 15 jutaan. Kalau setahun ya bisa sampai Rp. 180 juta. Untuk laba bersihnya per bulan itu sekitar Rp. 2 jutaan. Jadi setahunnya kurang lebih Rp. 25 juta.” (Wawancara di Rumah Ibu Hj. Ali, 27 April 2013 pukul 10.58 WIB)

Penjelasan dari Ibu Hj. Ali tersebut menunjukkan bahwa usaha yang dijalankannya masih mencapai usaha mikro sesuai kriteria UMKM pada UU No. 20 Tahun 2008 pasal 6 tentang UMKM. Usaha yang

dijalankan ini memang tidak di pasarkan ke toko-toko tetapi beliau hanya menjual di rumahnya sendiri secara grosir.

Selain itu usaha yang dijalankan oleh Mas Indra, anak seorang pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi yaitu Bapak Supeno, hasil penjualan dan kekayaan bersih yang dihasilkan dari penjualan emping jagung adalah:

“untuk omzet bapak saya sendiri selama 1 (satu) bulan sekitar Rp. 20 juta. Jadi setahun-nya Rp. 240 juta. Kalau laba-nya ya sebulan kira-kira Rp. 3 juta dari 5 kwintal per hari-nya, jadi setahun bisa sampai Rp. 36 juta.“ (Wawancara di Rumah Bapak Supeno, 24 Mei 2013 pukul 09.14 WIB)

Angka tersebut berdasarkan penjelasan Mas Indra menunjukkan bahwa usaha yang dijalankannya masih mencapai tahap usaha mikro sesuai kriteria UMKM pada UU No. 20 Tahun 2008 pasal 6 tentang UMKM. Dalam proses pembuatan emping jagung Bapak Supeno ini mengolah emping jagung hanya sampai menjadi barang setengah jadi saja. Kemudian di suplai ke delapan pengusaha lainnya untuk diolah menjadi barang jadi. Hasil yang didapatkan memang lebih sedikit dari pengusaha lainnya yang mengolah sampai ke barang jadi. Namun kelebihan mengolah sampai ke barang setengah jadi menurut Mas Indra emping jagung bisa bertahan hingga 3 (tiga) bulan ke depan dan tidak mudah basi.

Dari hasil pendapatan yang diperoleh, mereka dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Bahkan menurut Mas Indra, anak seorang pengusaha emping jagung yang dulunya tidak memiliki kendaraan



pribadi sekarang sudah memiliki. Dari hasil tersebut maka kesejahteraan hidup sudah tercapai dan dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar yang belum memiliki pekerjaan.

### 1) Pengadaan permodalan

Pengusaha UMKM mengaku bahwa dalam hal pengadaan permodalan ia menggunakan biayanya sendiri dalam melakukan usahanya. Karena Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam hal ini tidak memberikan pinjaman modal secara langsung untuk pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi. Hal tersebut memang bukan menjadi kewenangan Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang melainkan menjadi kewenangan dari pemerintah pusat dan pemerintah provinsi dalam pengadaan permodalan.

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Mas Samsul salah satu pengusaha UMKM emping jagung “Sophia” di Kelurahan Pandanwangi, yaitu:

“Kalau dari Dinas memang *gak ngasih*, makanya *disaranin* untuk pinjam modal ke koperasi. Ada koperasi untuk pinjaman modal khusus UKM itu sendiri di Malang bukan untuk umum. Memang di fasilitasi dari pemerintah. Tapi saya *gak pinjem*, saya *pake* modal sendiri”. (Wawancara di Rumah Mas Samsul, 2 April 2013 pukul 18.15 WIB)

Usaha yang dilakukan oleh Mas Samsul ini merupakan usaha turun temurun dari keluarga sejak tahun 70-an. Oleh karena itu Mas Samsul hanya meneruskan untuk mengembangkan usahanya tersebut dengan memberikan inovasi-inovasi baru agar usaha yang dilakukannya semakin berkembang.

Adapun pengakuan dari Mas Indra dalam memperoleh modal awal usaha, yaitu:

“Dulu awal buka usaha ini karena bapak saya ikut orang (kuli), karena dirasa mampu akhirnya bapak buka usaha sendiri, modal awalnya ya pake tabungan sendiri, kalau dulu kan usahanya belum sebesar ini.” (Wawancara di Rumah Bapak Supeno, 27 April 2013 pukul 09.59 WIB)

## 2) Inovasi Hasil Produksi

Inovasi produk merupakan *point* penting dalam pengembangan usaha. Karena hal itulah yang menentukan daya tarik serta minat dari konsumen untuk memilih dan mengkonsumsi suatu produk. Inovasi yang dilakukan oleh Mas Samsul dalam mengembangkan usaha, yaitu:

“dulu kan emping jagung *cuma* asin *aja* rasanya, *biar* *gak* bosan dan lebih bervariasi saya bikin macam-macam rasa. Ada 7 (tujuh) macam rasa mbak disini. Ada pedas manis, balado, jagung manis, barbeque, original, dll. Yang paling laris itu pedas manis.” (Wawancara di Rumah Mas Samsul, 2 April 2013 pukul 18.36 WIB)

Selain itu pengakuan dari Mas Indra, dalam pengembangan produk berbahan dasar jagung ini yaitu:

“dulu sebelum ada emping jagung ini, kami memproduksi marning. Tapi akhir-akhir ini produk marning kurang diminati masyarakat. Orang-orang lebih suka emping jagung *soalnya* renyah *terus* sekarang juga banyak macam rasanya. Tapi *tetep* ada permintaan walaupun *gak* banyak. Proses produksinya juga lebih lama daripada emping jagung.” (Wawancara di Rumah Bapak Supeno, 27 Mei 2013 pukul 10.40 WIB)

Inovasi ini juga serupa dilakukan oleh pengusaha-pengusaha lainnya seperti Ibu Hj. Ali, Ibu Hj. Rochmah, dan Bapak Edi. Karena

banyaknya persaingan antar sesama pengusaha, inovasi ini perlu dikembangkan kembali agar lebih kreatif dan beda dari yang lainnya.

### 3) Perluasan Jaringan Pemasaran

Untuk memasarkan produk UMKM diperlukan cara-cara atau strategi baru yang berdasarkan pola kreasi dan inovasi agar terjadi proses perubahan dari sekedar menjual menjadi kegiatan memasarkan. Proses ini yang akan menjadi kerangka untuk mengembangkan pemasaran cara baru dan akan berkaitan dengan perubahan perilaku serta berpikir secara kreatif dan inovatif. Hal ini juga perlu diimbangi dengan wawasan serta ilmu pengetahuan dalam mengembangkan usaha dengan cara yang modern.

Pemasaran yang dilakukan oleh beberapa pengusaha emping jagung ada berbagai macam. Adapun cara pemasaran yang dilakukan oleh Mas Samsul, pengusaha emping jagung “Sophia” dalam mengembangkan usahanya seperti:

“Adikku biasanya naruh (hasil produksinya) di toko-toko lain, kadang-kadang juga ditaruh di Pusat Oleh-Oleh Malang. Cakupannya juga *sampek* keluar kota ke Surabaya, Sidoarjo. Kebanyakan di *repacking* biasanya ke Giant, ke Hypermart. Kita kan punya merk, *merk’e* banyak kayak ‘Malang Sari’, ‘Hello Kitty’, ‘Fabregas’, itu kan dari saya.” (Wawancara di Rumah Mas Samsul, 2 April 2013 pukul 18.20 WIB)

Adapun penjelasan dari Mas Indra, anak seorang pengusaha emping jagung yaitu Bapak Supeno di Kelurahan Pandanwangi yang berdiri mulai tahun 95-an dalam pemasaran produknya, beliau telah



menggunakan internet sebagai sarana pengembangan pemasaran produknya, yaitu sebagai berikut:

“cara yang kita *pake* untuk pemasaran ya lewat internet. Dulu pernah ikut pelatihan-pelatihan dari Dinas mengenai penggunaan IT dalam pemasaran produk.” (Wawancara di Rumah Bapak Supeno, 27 April 2013 pukul 10.05 WIB)

Pemasaran dengan pemanfaatan kecanggihan teknologi merupakan solusi cerdas dalam mengembangkan jaringan pemasaran. Karena di jaman yang serba modern ini, masyarakat tidak akan terlepas dari penggunaan internet dan masyarakat akan merasakan bagaimana efektif dan efisiennya penggunaan cara seperti ini.

#### 4) Pengadaan Sarana dan Prasarana Produksi

Sarana dan prasarana adalah faktor penunjang berjalannya suatu usaha. Dari situlah kualitas produksi juga akan menentukan. Semakin lengkap sarana dan prasarana yang dimiliki semakin baik usaha yang dijalankannya dan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Pengadaan prasarana seperti alat-alat yang digunakan dalam proses produksi dilakukan pengusaha emping jagung dengan cara sendiri seperti yang diungkapkan oleh Mas Indra, yaitu:

“dulu untuk pengadaan alat-alatnya bapak saya kredit ke Bengkel Las di Mergosono karena dulu kan *gak punya* modal yang cukup banyak *buat* buka usaha.” (Wawancara di Rumah Bapak Supeno, 27 April 2013 pukul 09.50 WIB)

Selain itu, usaha emping jagung “Sophia” yang dijalankan oleh Mas Samsul ini sudah berkembang hingga memiliki dua cabang untuk

penjualan produknya yaitu Toko “Firdaus” dan Toko “Kusuma”. Hal ini berkat usaha memasarkan produknya sendiri dengan keluarga.



Gambar 3.

Hasil produksi Emping Jagung Mas Samsul dengan merk “Firdaus” dan “Kusuma”

Selain itu, Bapak Edi salah satu pemilik usaha emping jagung yang menyuplai bahan setengah jadi dari Bapak Supeno telah memiliki sarana sebagai tempat penjualan emping jagung yang letaknya tidak jauh dari rumahnya yaitu Toko “Nusantara”. Emping jagung yang dimilikinya juga memiliki variasi rasa. Lokasi penjualan ini merupakan sarana penunjang dalam pengembangan UMKM yang dijalankan oleh Bapak Edi. Kerjasama yang dilakukan pun juga merupakan strategi untuk mempermudah dalam proses produksinya dan saling menguntungkan satu sama lain.





Gambar 4.  
Hasil produksi Emping Jagung Bapak Edi “Nusantara”

**b. Pengembangan Secara Eksternal dengan Adanya Bantuan dari Dinas Koperasi Dan UKM Kota Malang**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusninya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran.

Sebagaimana dari data BPS (2007) pada tahun 2005 jumlah UKM sebanyak 47,1 juta unit, kemudian pada tahun 2006 jumlah UKM meningkat sebanyak 48,9 juta unit. Seiring dengan peningkatan jumlah usaha UKM, maka turut meningkatkan jumlah tenaga kerja yang diserap. Pada tahun 2005, jumlah tenaga kerja yang diserap UKM sebanyak 83,2 juta jiwa kemudian meningkat pada tahun 2006 menjadi 85,4 juta jiwa. Dari data



tersebut terbukti UKM mampu menyerap 96,18 persen dari seluruh tenaga kerja di Indonesia.

Terlihat bahwa peran keberadaan unit UMKM tidaklah sedikit, ia terbukti mampu bertahan dalam menghadapi ganasnya kondisi krisis moneter yang bahkan telah memakan korban, tidak terhitung lagi berapa banyak perusahaan dan korporasi besar yang “gulung tikar” dan tidak dapat lagi meneruskan usaha mereka akibat krisis tersebut, sementara, unit UMKM ini tetap terbukti mampu bertahan.

Kondisi UMKM di atas menjadi fenomena universal di Indonesia, termasuk di Kota Malang. Oleh karena pemerintah pusat dan pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang berupaya melaksanakan program pengembangan UMKM khususnya untuk wilayah Kota Malang yang harus segera dilaksanakan secara merata sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Hal ini juga dijelaskan oleh Bapak Ridwan selaku Kasubag Penyusunan Program Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, bahwa:

“Pola pengembangan UMKM yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang ini ada tiga: yang pertama, mengadakan pelatihan-pelatihan untuk pengusaha UMKM, kedua, bantuan untuk promosi produk, *terus* yang ketiga penyediaan sarana dan prasarana.” (Wawancara di Dinas KUKM Kota Malang, 1 April 2013 pukul 13.48 WIB)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Malang khususnya para kelompok usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang, dimana usaha ini merupakan produk unggulan dari pemerintah kota Malang terdaftar 14 unit usaha. Seperti tabel di bawah ini:

**Tabel 1.**  
**Jumlah Pengusaha “Emping Jagung” Kelurahan Pandanwangi  
 Kecamatan Blimbing Kota Malang**

NO	NAMA	ALAMAT	KETERANGAN
1	Abdul Hadi Emping	Jl. Simp. Teluk Bayur RT 07 / RW 08	Usaha Mikro
2	Jumain Emping	Jl. Simp. Teluk Bayur RT 04	Usaha Mikro
3	Kosim Emping	Jl. Simp. Teluk Bayur	Usaha Mikro
4	Kusnan Emping	Jl. Simp. Teluk Bayur 701	Usaha Mikro
5	Noto Emping	Jl. Simp. Teluk Bayur 14	Usaha Mikro
6	Nusantara	Jl. Simp. Teluk Bayur RT 08 / RW 08	Usaha Mikro
7	Pardi Emping Jagung	Jl. Simp. Teluk Bayur 14	Usaha Mikro
8	Rohma Marning	Jl. Simp. Teluk Bayur RT 04	Usaha Mikro
9	Salamun Emping	Jl. Simp. Teluk Bayur RT 08 / RW 08	Usaha Mikro
10	Soleh Emping Jagung	Jl. Simp. Teluk Bayur 16	Usaha Mikro
11	Sugeng Emping	Jl. Simp. Teluk Bayur	Usaha Mikro
12	Soroso Emping	Jl. Simp. Teluk Bayur RT 04	Usaha Mikro
13	Sutadi Emping	Jl. Simp. Teluk Bayur RT 07 / RW 08	Usaha Mikro
14	Wardji Emping	Jl. Simp. Teluk Bayur 86	Usaha Mikro

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang

Dari UMKM emping jagung yang masih pada tahap usaha mikro perlu pengembangan lebih baik lagi agar dapat mencapai usaha kecil bahkan usaha menengah. Hal ini tentu saja perlu adanya bantuan pemerintah dengan menjalankan program-program kegiatan yang berguna bagi kemajuan UMKM. Adapun program-program yang dijalankan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam rangka pengembangan UMKM untuk mencapai tujuan dan sasaran Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang yang tertera pada Renstra tahun 2009-2013, maka program yang dijalankan pada tahun 2012 adalah sebagai berikut:



**Tabel 2.**  
**Program dan Kegiatan Dinas Koperasi dan UKM Tahun 2012**

Program	Kegiatan
Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif Usaha Kecil Menengah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan Fasilitas Hak Kekayaan Intelektual</li> </ul>
Pengembangan Sistem Pendukung Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas Dukungan Informasi</li> <li>• Penyediaan Permodalan Koperasi di Kota Malang</li> <li>• Peningkatan Informasi Penyediaan Permodalan Bagi UMKM</li> <li>• Fasilitasi Pemantapan Permodalan Koperasi di Sekitar pabrik Rokok</li> <li>• Bimbingan Teknis Kewirausahaan Bagi Wirausaha Baru Bagi Anggota Keluarga Pabrik Rokok</li> <li>• Penyelenggaraan Promosi Produk UMKM di Luar Propinsi</li> <li>• Penyelenggaraan Promosi Produk UMKM di Dalam Propinsi</li> <li>• Fasilitasi Pelaksanaan Komisi Pengendalian Koperasi Simpan Pinjam / Unit Simpan Pinjam dan Koperasi Jasa Keuangan Syariah / Unit Usaha Jasa Keuangan Syariah (KPKS)</li> <li>• Fasilitasi Pembentukan Perubahan dan Pembubaran Koperasi</li> <li>• Pembinaan, Pengawasan dan Penilaian Koperasi Berkualitas</li> <li>• Bimbingan Teknik Pemantapan Kelembagaan Koperasi di Sekitar Pabrik Rokok</li> <li>• Fasilitasi Kegiatan Dekopinda Kota Malang</li> </ul>

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, Desember 2012

### 1) Pemberian Akses UMKM terhadap Sumber-sumber Permodalan

Permasalahan paling mendasar yang dihadapi oleh pengusaha UMKM yaitu masalah permodalan. Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau



lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi. Persyaratan yang menjadi hambatan terbesar bagi UKM adalah adanya ketentuan mengenai agunan karena tidak semua UKM memiliki harta yang memadai dan cukup untuk dijadikan agunan.

Pemberian akses UMKM terhadap sumber-sumber pendanaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang terbagi menjadi 2 sumber:

- 1) Pemerintah Pusat

Dana yang diberikan oleh pemerintah pusat berupa dana LPDB (Lembaga Pengelola Dana Bergulir). Dana bergulir ini diberikan kepada koperasi untuk para pengusaha UMKM yang melakukan pinjaman modal.

- 2) Pemerintah Provinsi

Dana yang diberikan oleh pemerintah provinsi berupa Bantuan Sosial (Bansos) dan Hibah. Dana hibah tersebut merupakan dana hibah bergulir sebagai pinjaman modal bagi warga yang ingin melakukan usaha. Dana tersebut dibagikan melalui Koperasi Wanita agar masyarakat pun ikut peduli akan keberadaan dan fungsi dari koperasi. Hibah yang diberikan oleh pemerintah provinsi ini sebesar Rp 25 juta per koperasi. Adapun nama-nama koperasi tersebut adalah Koperasi Wanita AKU, Koperasi Dewi Sartika, Koperasi Wanita Hijau Daun, Koperasi Puspa Anggun,

Koperasi Catleya, Koperasi Aster, Koperasi Teratai, Koperasi AQ-SO, Koperasi, Ayu Makmur, dan Koperasi Dewi Shinta.

(Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang)

**Tabel 3.**  
**Daftar Koperasi Wanita Program Tahun 2013**  
**Kota Malang**

NO	NAMA KOPWAN	ALAMAT KELURAHAN/ KECAMATAN	NAMA KETUA	BADAN HUKUM	
				NOMOR	TANGGAL
1	A K U	Jl. Ki Ageng Gribig No.5 KEDUNG KANDANG/ KEDUNG KANDANG (Jl. JA. Suprpto 1F/100)	NANIEK HARIANI	518/18/35.73.112/ 2009	02-Nop-09
2	DEWI SARTIKA	Jl. Bunga Flamboyan RW IX JATIMUL YO/ LOWOK WARU	AGNES TITI RESPATI	518/21/35.73.112/ 2009	02-Nop-09
3	HIJAU DAUN	Jl. Danau Rawa Pening V H5-G /No.15 MADYO PURO/ KEDUNG KANDANG	ENDANG DWI ASTUTIS.Pd	518/24/35.73.112/ 2009	02-Nop-09
4	PUSPA ANGGUN	Jl. Hamid Rusdi 91 BUNUL REJO/ BLIMBING	UMIATI	518/39/35.73.112/ 2009	03-Des-09
5	CATLEYA	Jl. Sumpil II/31 PURWO DADI/ BLIMBING	ENDANG MUFANGATI Amk	518/38/35.73.112/ 2009	03-Des-09
6	ASTER	Jl. Ikan Paus VII/4 TUNJUNG SEKAR/ LOWOK WARU	NURDJANAH	518/36/35.73.112/ 2009	03-Des-09
7	TERATAI	Jl. Terusan Mergan Raya No.1 TANJUNGREJO/ SUKUN	SITI FARIDA	518/35/35.73.112/ 2009	03-Des-09
8	AQ-SO	Jl. Simpang Sulfat Utara VII/1 PANDAN WANGI/ BLIMBING	INDIYAH SOEBAGYO	518/33/35.73.112/ 2009	03-Des-09
9	AYU MAKMUR	Jl. Kyai Parseh Jaya No.35 BUMIAYU/ KEDUNG KANDANG	YONIK JELANJIK	518/31/35.73.112/ 2009	03-Des-09
10	DEWI SHINTA	Jl. Arjowinangun No.1 ARJOWINANGUN/ KEDUNG KANDANG	SITI KUSTIYAH	518/29/35.73.112/ 2009	03-Des-09

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang

Para pengusaha UMKM yang ingin melakukan pinjaman modal kepada pemerintah pusat ataupun pemerintah provinsi melalui



Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, dengan persyaratan, (1) Mengajukan surat kepada Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang untuk pengajuan pinjaman modal, (2) Menyerahkan proposal usaha untuk diseleksi, apakah usaha yang dijalankan layak untuk diberi dana atau tidak, (3) Setelah tahap penyeleksian, dana diturunkan langsung dari pemerintah kepada pengusaha UMKM melalui rekening. (Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang)

Bapak Ridwan selaku Kasubag Penyusunan Program Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, menerangkan bahwa:

“Pihak Dinas sendiri dalam hal peminjaman modal memang *gak ngasih*, karena itu bukan kewenangan kami. Kami hanya memberikan akses kepada pengusaha untuk meminjam modal melalui koperasi atau langsung dari pemerintah pusat dan pemprov.” (Wawancara di Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, 1 April 2013 pukul 13.37 WIB)

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang memberikan akses serta informasi kepada pengusaha UMKM untuk meminjam modal melalui koperasi atau langsung dari pemerintah pusat dan pemerintah provinsi.

## 2) Pengadaan Pembinaan dan Pelatihan

Pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang ini merupakan wujud pemberdayaan pemerintah untuk pengusaha UMKM dalam mengembangkan usahanya. Adapun pemberdayaan menurut Peraturan Pemerintah No. 32 Tahun 1998 adalah usaha yang dilakukan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat dalam bentuk penumbuhan iklim usaha, pembinaan



dan pengembangan sehingga usaha kecil mampu menumbuhkan dan memperkuat dirinya menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah.

Tujuan dari pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah itu sendiri menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Bab III pasal 5, yaitu:

- a. mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan;
- b. menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
- c. meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Pemberdayaan dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang ini diwujudkan melalui kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk membina dan melatih para pengusaha UMKM dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas usahanya.

Kegiatan yang telah dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang ini menurut Bapak Ridwan adalah sebagai berikut:

“pelatihan dari Dinas KUMKM diadakan setiap tahun, biasanya setahun 3 (tiga) kali tapi tidak tentu bulannya apa. Yang kemarin diadakan di Hotel Solaris pelatihan mengenai legalitas (bimbingan secara teknis) per kelas terdiri dari 50 UKM” (Wawancara di Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, 12 April 2013 pukul 09.05 WIB)

Pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang ini tidak hanya mengenai pelatihan dalam pembuatan kue, keripik, atau kerajinan melainkan juga pelatihan mengenai legalitas

(surat-menyurat), apa saja persyaratan yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha seperti adanya Surat Izin Tempat Usaha (SITU), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan persyaratan-persyaratan lainnya.

Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam pembinaan dan pelatihan bekerjasama dengan pemerintah provinsi melalui Klinik KUMKM (Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang terdiri dari satu manajer dan satu konsultan dari masing-masing kota. Klinik KUMKM ini bertujuan untuk memberikan konsultasi kepada pengusaha maupun calon pengusaha UMKM yang bermasalah dalam melakukan usahanya serta memberikan pelatihan-pelatihan rutin yang sudah terjadwal setiap bulan. Klinik KUMKM ini juga difungsikan sebagai pendampingan bagi para pengusaha maupun calon pengusaha UMKM dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha maupun calon pengusaha UMKM tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak I. K. Widi E. Wirawan, S.Sos, MM selaku Kepala Pengembangan UKM, yaitu:

“dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha maupun calon pengusaha UMKM, Dinas lebih memberikan pendampingan. Beda dengan penyuluhan, kalau penyuluhan lebih ke banyak orang tapi kalau pendampingan lebih ke individunya langsung agar lebih obyektif dan tepat sasaran sesuai dengan permasalahan yang dihadapinya.” (Wawancara di Hotel Montana Malang, 15 April 2013 pukul 11.23 WIB)

Adapun bentuk pelatihan yang diadakan rutin setiap bulan oleh pemerintah provinsi Jawa Timur berupa Pelatihan Produk, Pelatihan



*IT Entrepreneur*, Pelatihan Manajerial dan Pelatihan bagi PNS yang akan memasuki masa pensiun. (Lihat lampiran 4. pada daftar lampiran)

Penjelasan tersebut dipertegas oleh Bapak Drs. Wahyu Setianto, MM selaku Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang yaitu:

“*Gini ya mbak, kalau Dinas disini sudah memberikan pelatihan-pelatihan tapi semua tergantung masyarakat itu sendiri mau maju atau tidak*”. (Wawancara di Hotel Montana Malang, 15 April 2013 pukul 11.05 WIB)

Jadi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan beberapa pelatihan-pelatihan kepada masyarakat dalam melakukan maupun mengembangkan usahanya. Tetapi untuk keberlanjutannya semua diserahkan kembali kepada masyarakat itu sendiri, dengan bekal pelatihan tersebut mereka akan mengembangkan usahanya atau berhenti tanpa membawa hasil apapun.

Adapun menurut paparan Mas Samsul pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang adalah sebagai berikut:

“*dari Dinas ya ini mengadakan pelatihan-pelatihan rutin setiap tahun. Disini kalau gak awal tahun ya akhir tahun tapi bulannya gak tentu, pelatihannya dari Surabaya juga. Sering juga ada seminar-seminar penyuluhan untuk UKM, ya awal bulan ini ada*”. (Wawancara di Rumah Mas Samsul, 2 April 2013 pukul 18.37 WIB)

Berdasarkan pernyataan dari Mas Samsul tersebut terlihat bahwa pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi



dan UKM Kota Malang tidak hanya dari kota Malang saja melainkan dari luar kota juga. Hal tersebut bertujuan untuk menjalin kemitraan antara UMKM kota Malang sendiri dengan UMKM kota lain serta memperluas jaringan untuk pemasaran produk. Salah satu contoh pengadaan kegiatan seminar dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang yang bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi Jawa Timur:



Gambar 5.  
Seminar Pelatihan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur

Adapun kendala yang dihadapi oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang menurut Bapak Ridwan dalam pelaksanaan pelatihan dan pembinaan bagi UMKM yaitu:

“dari 500 UMKM di Kota Malang yang terdaftar disini masih kurang *update*. Jika *database*-nya bagus, maka usaha dapat diklasifikasikan sesuai jenis usahanya untuk mempermudah dalam memberikan pelatihan.” (Wawancara di Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, 12 April 2013 pukul 10.30 WIB)

Kurang *update*-nya jumlah UMKM yang ada di Kota Malang ini menyebabkan pihak Dinas merasa kesulitan dalam mengklasifikasikan UMKM berdasarkan *cluster* usahanya dalam memberikan pelatihan.

### 3) Peningkatan Promosi Produk

Upaya memasarkan produk di sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tidak hanya di kawasan lokal, tetapi juga merambah regional dan kawasan internasional. Tujuannya, membangun pasar seluas-luasnya. Secara umum program pengembangan/perluasan pasar ekspor produk UMKM melalui pameran luar negeri adalah untuk meningkatkan akses dan pangsa pasar UMKM di pasar internasional, yaitu dengan memperkenalkan dan uji pasar produk UMKM di luar negeri.

Sebagai langkah awal, pameran juga bisa digunakan sebagai upaya identifikasi tren selera dan permintaan pasar luar negeri bagi produk UMKM. Penyediaan sarana dan prasarana promosi bagi UMKM diharapkan juga mampu menumbuhkembangkan jaringan pemasaran internasional bagi UMKM. Selain itu upaya tersebut untuk meningkatkan kapasitas pemasaran UMKM dengan menyediakan sarana pembelajaran bagi UMKM. Langkah itu juga dapat untuk mengetahui perkembangan inovasi produk dan strategi pesaing dari berbagai negara serta memotivasi UMKM dalam inovasi produk dan jasa.

Pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang promosi produk UMKM dilakukan di dalam provinsi maupun di luar provinsi. Kegiatan promosi produk di dalam provinsi pelaksanaannya dilakukan di MOG (Mall Olympic Garden), di daerah Purwodadi, dan



masih banyak tempat lagi. Sedangkan kegiatan promosi produk di luar provinsi diadakan di Palangkaraya pada tanggal 7-11 Mei 2013 dalam rangka APEKSI (Asosiasi Pemerintah Kota Seluruh Indonesia) dan di Mataram pada tanggal 12 Juli 2013 dalam rangka HUT Koperasi. (Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang)

Penjelasan tersebut juga sesuai dengan pemaparan Mas Samsul dalam mempromosikan produk emping jagung “Sophia”, yaitu:

“dari Dinas untuk promosi produk itu dilaksanakan dimana *ya..* di MOG, di mall-mall, *ya* di tempat keramaian. Ada acara seperti bazar *gitu* dari Pemkot, pemerintah Kabupaten, kan kita dikasih tempat. Pernah juga diadakan di Balai Kota. Dinasnya ngasih undangan ke kita, ini *lho tak kasih* tempat gratis *wes* gak bayar. Pokoknya kita siap untuk jual disana, ada yang jaga” (Wawancara di Rumah Mas Samsul, 2 April 2013 pukul 18.40 WIB)

Adapun penjelasan Bapak Ridwan dalam pelaksanaan promosi produk UMKM ini, yaitu:

“*ya* pokoknya semua UMKM yang ada di kota Malang ini kita ajak. Siapa yang mau ikut *ya* ayo, Dinas sudah memberikan fasilitas yang gratis. Mereka *cuma* perlu *bawa* produk usahanya untuk dipromosikan disana.” (Wawancara di Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, 12 April 2013 pukul 09.32 WIB)

Dari sinilah peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang membantu para pengusaha UMKM untuk melakukan promosi usahanya yang dihadiri tidak hanya dari dalam provinsi melainkan dari luar provinsi juga. Hal ini bertujuan untuk memperluas jaringan pemasaran produk dan dari situlah kita bisa mengerti apakah produk tersebut layak untuk dipasarkan atau tidak.



#### 4) Perluasan Pemasaran Produk

Pemasaran adalah kunci utama sukses atau tidaknya suatu usaha. Bidang usaha apapun yang saat ini sedang kita jalankan pastilah membutuhkan suatu penjualan atau pemasaran di mana produk atau jasa yang kita hasilkan itu akan dapat dimanfaatkan oleh para pelanggan (konsumen) di luar sana. Produk atau jasa dari usaha kita tersebut akan menjadi tidak bermanfaat jika tidak mampu dipasarkan dengan baik.

Pemasaran atau penjualan ini juga memegang peranan penting bagi kelangsungan usaha yang kita jalankan. Tanpa adanya pemasaran (penjualan) maka tidak ada keuntungan yang bisa kita dapatkan baik untuk mengembangkan usaha maupun untuk melakukan pengembalian modal yang sudah kita tanamkan untuk mendirikan usaha. Untuk itulah, sebagai pemilik usaha, kita harus mengetahui berbagai cara pemasaran sehingga produk dan jasa yang kita hasilkan ini dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat dimanfaatkan secara luas pula.

Mungkin selama ini yang kita ketahui adalah sistem pemasaran konvensional di mana kita hanya menunggu pelanggan yang menemukan kita. Atau cara lainnya adalah dengan menjual produk dan jasa kita tersebut dari rumah ke rumah (door to door). Cara pemasaran konvensional tersebut tidaklah salah. Cara tersebut masih tetap bisa digunakan. Namun dengan kemajuan teknologi komunikasi

dan internet saat ini, sangat disayangkan jika kita tidak memanfaatkan teknologi tersebut untuk memudahkan kita dalam melakukan pemasaran bagi produk dan jasa yang kita hasilkan.

Pemanfaatan teknologi komunikasi dan internet yang sudah sedemikian maju dengan cara yang cepat sebenarnya akan mampu meningkatkan sistem pemasaran suatu usaha menjadi lebih efektif dan efisien. Bahkan dengan memanfaatkan teknologi ini, jangkauan pemasaran yang bisa kita lakukan juga menjadi lebih luas dan mampu mencapai semua lapisan masyarakat tanpa terkecuali. Ada banyak sekali media yang bisa kita manfaatkan untuk memasarkan produk dan jasa serta usaha yang kita hasilkan. Berikut ini adalah beberapa media yang bisa digunakan bisa melalui email, melalui forum, melalui website penyedia artikel, melalui blog, dan melalui sosial media ([www.kabarukm.com](http://www.kabarukm.com)).

Maka dari itu betapa pentingnya pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang. Karena pelatihan yang diberikan tidak hanya mengenai pembuatan produk melainkan juga mengenai pemasaran produk menggunakan teknologi seperti internet.

Pelatihan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang merupakan suatu hal yang solutif untuk memecahkan permasalahan mengenai pemasaran produk. Dari kecanggihan

teknologi tersebut pemasaran produk bisa semakin meluas hingga ke ranah internasional.

Tetapi mengenai jaringan pemasaran inilah yang menjadi kendala yang dihadapi oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang karena tidak memiliki jaringan pemasaran untuk membantu para pengusaha UMKM yang kesulitan dalam memasarkan hasil produknya sampai meluas ke seluruh Indonesia. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Ridwan:

“mengenai pemasaran produk itu yang menjadi kelemahan kami karena tidak memiliki jaringan pemasaran produk. Jadi UMKM memasarkan produknya sendiri-sendiri. Disini harusnya Dinas sebagai mediator bagi para UMKM.” (Wawancara di Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, 12 April 2013 pukul 10.13 WIB)

Tetapi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam mengatasi kelemahan tersebut telah diupayakan dengan melakukan pelatihan-pelatihan menggunakan IT dan menggelar promosi-promosi produk UMKM tidak hanya dari kota Malang melainkan dari beberapa kota seluruh Indonesia. Paling tidak hal tersebut dapat membantu para pengusaha UMKM untuk memperluas jaringan pemasaran produk agar produk UMKM di kota Malang lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat juga meningkatkan pendapatan wilayah kota Malang itu sendiri. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Ridwan, yaitu:

“dalam kegiatan promosi produk ini mereka juga bisa menjual nama untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas. Hal itu bertujuan untuk memperluas jaringan pemasaran produk mereka. Rata-rata UMKM memang bermasalah dengan pemasaran produk karena



kurangnya ilmu pengetahuan serta tidak adanya link dengan pengusaha besar. UMKM belum berani *aja* takutnya di *'lahap' sama* pengusaha besar.” (Wawancara di Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, 12 April 2013 pukul 09.47 WIB)

Persoalan yang dihadapi UMKM di bidang pemasaran biasanya karena orientasi UMKM ke pasar itu rendah. Selama ini UMKM hebatnya di produksi, sampah saja bisa jadi produk. Tapi persaingan begitu ketat, sehingga UMKM harus lebih berorientasi pada pasar. Karena itulah promosi menjadi pilihan strategi bagi UMKM. Kalau kita lihat selama ini pemasaran itu bisa dijalankan lewat promosi.

##### **5) Penyediaan Sarana dan Prasarana**

Sarana dan prasarana merupakan hal terpenting dalam pengembangan UMKM karena dengan adanya pengalokasian tempat usaha bagi UKM di tempat-tempat yang strategis akan dapat menambah potensi berkembang bagi UMKM tersebut.

Dalam hal ini Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan sarana dan prasarana untuk pelatihan dan promosi produk secara gratis. Selain itu fasilitas yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang yaitu berupa galeri UKM yang berada tepat di depan kantor Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang. Galeri tersebut bertujuan untuk menjual hasil produk-produk paguyuban UMKM yang terbentuk dalam Koperasi Amangtiwi. Untuk UMKM di luar Koperasi Amangtiwi, Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang memberikan wadah kepada mereka dalam mempromosikan produknya

melalui kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Dinas KUMKM secara gratis. Dari situlah pengusaha UMKM bisa mengembangkan sendiri bagaimana mereka memasarkan produknya berbekal fasilitas yang sudah disiapkan serta ilmu yang telah diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang. Menurut penjelasan Bapak I. K. Widi E. Wirawan, S.Sos, MM selaku Kepala Pengembangan UKM:

“peran Dinas disini hanya memberikan fasilitas atau wadah untuk membekali mereka dalam pengembangan usahanya tetapi sebenarnya peran yang paling besar disini adalah masyarakat itu sendiri bagaimana mereka bisa mengembangkan usahanya agar lebih maju lagi.” (Wawancara di Hotel Montana Malang, 15 April 2013 pukul 11.18 WIB)

Adapun kelemahan yang dimiliki oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam memberikan fasilitas yaitu tidak adanya tempat khusus untuk Klinik KUMKM seperti yang ada ada kota-kota lain. Sehingga pelayanan Klinik KUMKM dilakukan di dalam kantor Dinas dan Koperasi UKM Kota Malang sendiri. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ridwan, yaitu:

“disini sarana dan prasarana untuk Klinik KUMKM-nya *gak* ada. Dulu ada disebelah kantor Dinas ini. Tapi sekarang *udah gak* difungsikan lagi.” (Wawancara di Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, 12 April 2013 pukul 10.58 WIB)

Pelayanan Klinik KUMKM yang penting seperti ini seharusnya ditunjang dengan fasilitas yang memadai agar masyarakat lebih mengetahui fungsi yang sebenarnya dan dapat memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan oleh pemerintah.

## **2. Kendala dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang Dilakukan Oleh Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang**

Berbagai permasalahan mikro yang terdapat pada kebanyakan UKM, dapat menghambat UKM untuk dapat berkembang dengan baik, terutama dalam mengoptimalkan peluang yang ada. Kondisi tersebut memberikan isyarat bahwa UKM sepatasnya diberikan bantuan sesuai dengan kebutuhannya. Sehubungan dengan permasalahan secara umum yang dialami oleh UKM yaitu meningkatnya harga bahan baku; sumber daya manusia yang kurang memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan usahanya; memiliki permasalahan dalam permodalan; kurangnya sarana dan prasarana; serta kurangnya akses pemasaran produk.

Kendala-kendala inilah yang memerlukan perhatian khusus dari pemerintah. Karena kendala itulah yang menyebabkan beberapa pengusaha “gulung tikar” karena keterbatasan mereka dalam mengembangkan usahanya. Padahal di sisi lain UMKM berpotensi dalam pembangunan perekonomian suatu wilayah. Oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan yang serius dari pemerintah dalam menangani permasalahan yang ada.

### **a. Meningkatnya Harga Bahan Baku**

Kenaikan harga bahan baku terutama untuk jagung akan mempengaruhi tingkat harga jual dalam hal ini produksi penjualan



emping jagung. Hal ini terbukti dari harga jagung di tingkat pabrik yang berkisar Rp 3.000 per kilogram, lebih tinggi dari tahun lalu Rp 2.400 per kilogram ([www.indonesiainancetoday.com](http://www.indonesiainancetoday.com)). Kenaikan harga bahan baku ini menurut Mas Samsul, yaitu:

“iya sekarang jagung kan naik jadi Rp. 3000. Kalau harga bahan baku naik, harga jualnya ya naik, kalau harga bahan baku turun harga jualnya ya ikut turun.” (Wawancara di Rumah Mas Samsul, 2 April 2013 pukul 18.05 WIB)

Usaha emping jagung “Shopia” yang dijalankan oleh Mas Samsul ini merupakan usaha turun temurun dari ayahnya. Dahulu mereka memiliki kebun jagung sendiri untuk mendapatkan bahan baku, tetapi sekarang setelah usahanya diturunkan kepada Mas Samsul, beliau *supply* bahan baku untuk menjalankan usahanya. Dari beberapa narasumber yang peneliti ambil, rata-rata bahan baku menyuplai dari beberapa kota. *Supply* inipun juga memerlukan biaya yang lebih dibandingkan jika memiliki kebun sendiri. Selain itu menurut Ibu Hj. Rochmah, seorang pengusaha emping jagung lainnya mengenai kenaikan bahan baku, yaitu:

“Oh iya mbak kalau harga jagung naik ya mempengaruhi tingkat penjualan tapi gak mempengaruhi tingkat permintaan kok, biasanya naiknya cuma Rp 1000,-“ (Wawancara di Rumah Ibu Hj. Rochmah, 27 April 2013 pukul 10.48 WIB)

Kenaikan harga bahan baku ini tentu saja akan mempengaruhi harga penjualan, walaupun tidak mempengaruhi permintaan barang. Karena usaha yang dilakoni oleh Ibu Hj. Rochmah untuk bahan baku seperti jagung dan minyak goreng sampai sekarang masih mendapatkan

pinjaman dari pihak lain. Hal itulah yang menjadi kendala pengusaha UMKM untuk mengembangkan usahanya secara mandiri.

Selain itu, kendala ini juga dirasakan oleh Mas Indra anak seorang pengusaha emping jagung yaitu Bapak Supeno di Kelurahan Pandanwangi karena pemasokan jagung di daerah terdekat menurun, akibatnya beliau harus memasok bahan baku dari luar pulau, seperti pemaparan beliau sebagai berikut:

“sekarang bahan baku *lagi* sulit disini mbak, jadi saya masoknya sampai ke luar pulau *kayak* Sumbawa, Mataram. Kalau disana harganya lebih murah mbak daripada disini. Tapi harganya jadi sama *kayak* disini karena *ketambahan* biaya transportasinya.” (Wawancara di Rumah Bapak Supeno, 24 Mei 2013 pukul 09.07 WIB)

Kendala inilah yang menjadi hambatan bagi para pengusaha UMKM dalam memproduksi usaha emping jagung jika mereka tidak memiliki jaringan ke daerah-daerah seluruh Indonesia. Kesulitan bahan baku ini akan terjadi karena menurunnya hasil panen yang disebabkan oleh faktor curah hujan yang tinggi sedangkan tumbuhan jagung memerlukan cahaya dalam pertumbuhannya.

#### **b. Sumber Daya Manusia yang Terbatas**

Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun menurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan SDM-nya, unit usaha



tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

Untuk pengembangan teknologi yang dilakukan oleh Ibu Hj. Rochmah dalam memasarkan produknya, yaitu:

“cara memasarkan produk biar laku sampai ke luar-luar kota ya dari tetangga saya yang *mbantu* memasarkan *pake* internet mbak.” (Wawancara di Rumah Ibu Hj. Rochmah, 27 April 2013 pukul 11.18)

Dari pemaparan Ibu Hj. Rochmah tersebut terlihat bahwa dari pelaku UMKM sendiri belum memiliki ilmu pengetahuan mengenai pemasaran produk menggunakan teknologi. Hal tersebut bisa bersumber dari faktor pendidikan dan faktor kebiasaan yang menunggu pelanggan datang.

### **c. Memiliki Permasalahan dalam Permodalan**

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UMKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan pada modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

Peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam memberikan akses permodalan nampaknya kurang dimanfaatkan dengan baik oleh para pengusaha emping jagung di Kecamatan



Blimbing ini. Karena beberapa alasan dan dirasa mereka sudah mampu mengembangkan usahanya sendiri karena usaha yang diturunkan rata-rata usaha turun temurun dari keluarga.

“Dulu juga pernah ditawari sama Dinas untuk pinjam ke koperasi tapi bapak saya *gak* mau mbak, *gak* mau punya tanggungan hutang.” (Wawancara di Rumah Bapak Supeno, 27 April 2013 pukul 09.49 WIB)

Penjelasan dari Mas Indra tersebut menunjukkan bahwa pihak Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan upaya untuk membantu mengatasi pengusaha UMKM dalam hal permodalan. Tetapi pada kenyataannya masyarakat sendiri kurang memanfaatkan fasilitas yang telah diberikan oleh pemerintah. Maka dari itu disini pemerintah telah mengerahkan seluruh upayanya dalam mengembangkan potensi perekonomian, tetapi pilihan diserahkan kembali kepada masyarakat yang menjalankan, mereka mau maju atau tidak.

Selain itu alasan yang dipaparkan oleh Ibu Hj. Rochmah pengusaha emping jagung lainnya, yaitu:

“orang Dinas Pernah menyarankan saya untuk pinjam modal ke koperasi tapi saya *gak* mau mbak, *gak* mau repot. Orang usahanya sudah jalan kok.” (Wawancara di Rumah Ibu Hj. Rochmah, 27 April 2013 pukul 11.02 WIB)

Memang usaha yang dijalankan oleh Ibu Hj. Rochmah ini merupakan usaha yang diturunkan dari ibunya. Sehingga Ibu Hj. Rochmah tinggal meneruskan usaha yang telah dijalankan dari tahun 2003 tersebut.

#### **d. Kurangnya Sarana dan Prasarana**

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.

Mengenai pengadaan sarana dan prasarana, pengusaha emping jagung ini dirasa kurang cukup memenuhi sebagai pengembangan usahanya, seperti yang diungkapkan oleh Mas Indra, yaitu:

“kendalanya ya ini mbak lahannya kurang luas untuk tempat produksinya. Karena semakin luas kan semakin banyak produksi yang dihasilkan.” (Wawancara di Rumah Bapak Supeno, 27 April 2013 pukul 10.37 WIB)

Selain itu, menurut analisis peneliti lokasi tempat pemasaran produk emping jagung yang dihasilkan oleh Mas Samsul yaitu Toko “Firdaus” dan “Kusuma” serta Toko Bapak Edi yaitu “Nusantara” secara umum kurang strategis karena lokasi yang jauh dari jalan utama dan letak Toko berada di dalam kampung yang kurang mudah dijangkau oleh masyarakat luas.

#### **e. Kurangnya Akses Pemasaran Produk**

Usaha kecil pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan memperluas pangsa pasar yang rendah, oleh karena produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat



menjangkau internasional dan promosi yang baik. Menurut penjelasan Mas Indra kendala dalam pemasaran produk yaitu:

“kendala dalam mengembangkan usaha ya kesulitan dalam pemasaran produk mbak. Harusnya Dinas disini membantu memberikan jaringan pemasaran produk agar *bisa* lebih luas lagi.” (Wawancara di Rumah Bapak Supeno, 27 Mei 2013 pukul 10.23 WIB)

Selain itu hal ini juga dirasakan oleh Mas Samsul seorang pengusaha emping jagung “Sophia” kendala yang dihadapi dalam mengembangkan usahanya, yaitu sebagai berikut:

“kendalanya ya pemasaran produk, *soalnya* saingan. *Lha* disebelah-sebelah rumah saya ini kan juga memproduksi emping jagung, kalau produknya *gak* diinovasikan ya akan kalah saingan. Makanya saya bikin rasa-rasa biar beda dan lebih bervariasi rasanya.” (Wawancara di Rumah Mas Samsul, 2 April 2013 pukul 18.11 WIB)

Hal tersebut merupakan inovasi yang dilakukan oleh Mas Samsul untuk mempertahankan usaha yang dijalankan agar lebih dikenal dan lebih diminati oleh masyarakat luas. Karena dengan adanya inovasi tersebut, para konsumen pun tidak akan bosan dan bisa memilih rasa sesuai selera dengan bahan dasar yang sama. Mengenai kelemahan dalam pemasaran produk ini juga dijelaskan oleh Bapak I. K. Widi E. Wirawan, S.Sos, MM jika produknya tidak dikenal oleh masyarakat luas, yaitu:

“Jika ada produk yang tidak laku di pasaran, sebenarnya bukan harus mengganti usahanya menjadi usaha lain, tapi mereka hanya perlu menginovasikan produknya agar lebih laku lagi.” (Wawancara di Hotel Montana Malang, 15 April 2013 pukul 11.33 WIB)

Inovasi produk memang sangat diperlukan dalam mempertahankan eksistensi usaha yang dijelankannya. Jika terjadi



permasalahan seperti yang dijelaskan diatas para pengusaha tidak harus mengganti usahanya menjadi usaha lain karena hal itu akan lebih menyulitkan pengusaha tersebut. Disamping telah terjadi kerugian, pengusaha tersebut harus memulai dari nol untuk membuka usaha baru lagi.

Dalam hal ini peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang sangat diperlukan untuk membina serta membimbing masyarakat dalam memberikan pelatihan atau arahan untuk menginovasikan hasil produk UMKM agar lebih kreatif dan inovatif. Tetapi pada kenyataannya pelatihan mengenai inovasi tersebut tidak pernah dirasakan oleh salah satu pengusaha emping jagung yaitu Mas Indra yang menyatakan:

“Dinas tidak pernah memberikan pelatihan atau arahan mengenai bagaimana menginovasikan usaha emping jagung ini agar lebih berkembang, beda dari yang lainnya, dan diminati banyak pelanggan.” (Wawancara di Rumah Bapak Supeno, 27 Mei 2013 pukul 10.16 WIB)

Adapun mengenai persaingan usaha seharusnya dapat dihindari seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ridwan selaku Kasubag Penyusunan Program, yaitu:

“biar tidak terjadi persaingan secara berlebihan, seharusnya pengusaha emping jagung membentuk suatu paguyuban. Hal itu bisa menjadi sesuatu yang solutif karena disamping lebih efektif dalam mensuplai bahan baku, mereka tidak akan saling ‘membunuh’ satu sama lain” (Wawancara di Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, 2 April 2013 pukul 09.39 WIB)

Selain itu, dari beberapa pengusaha emping jagung yang ditemui oleh peneliti, mengaku pernah diundang atau diajak oleh pihak Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang untuk mengikuti kegiatan promosi

produk seperti bazar atau pengenalan produk ke kota-kota lain, tetapi rata-rata mereka jarang mengikutinya karena alasan yang dirasa lebih penting bagi mereka yaitu tidak dapat meninggalkan proses produksinya. Karena proses produksi dilakukan dari pagi hingga siang hari dan hal tersebut berlangsung setiap hari. Oleh karena itu pengusaha emping jagung merasa kurang ada waktu untuk mengikuti kegiatan yang seharusnya menjadi penunjang bagi perkembangan usahanya.

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak I. K. Widi E. Wirawan, S.Sos, MM, bahwa:

“Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh pengusaha UMKM seperti akses permodalan, pelatihan, pendampingan, kegiatan promosi produk, dan sebagainya. Tetapi semua dikembalikan kepada masyarakat itu sendiri mau mengembangkan atau tidak. Kita juga tidak bisa memaksakan karena pemerintah juga memiliki keterbatasan dalam menangani seluruh permasalahan yang ada di wilayah kita, maka dari itu semua bisa terlaksana dari kesadaran masyarakat itu sendiri.”  
(Wawancara di Hotel Montana Malang, 15 April 2013 pukul 11.37 WIB)

#### **D. Analisis dan Pembahasan Data**

##### **1. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang**

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan



pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan ini tentu saja akan lebih berkembang dengan baik dengan adanya dukungan dari pemerintah dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dijalankan agar dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional. Hal ini sesuai seperti yang diungkapkan oleh PBB dalam Luz.

A. Einsiedel (1968: hal. 7), bahwa:

“pembangunan masyarakat, merupakan suatu "proses" dimana usaha-usaha atau potensi-potensi yang dimiliki masyarakat diintegrasikan dengan sumber daya yang dimiliki pemerintah, untuk memperbaiki kondisi ekonomi, sosial, dan kebudayaan, dan mengintegrasikan masyarakat di dalam konteks kehidupan berbangsa, serta memberdayakan mereka agar mampu memberikan kontribusi secara penuh untuk mencapai kemajuan pada level nasional.”

**a. Pengembangan Secara Internal dari Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang**

Pada dasarnya masyarakat Indonesia memiliki kemampuan atau potensi dalam menciptakan suatu kreatifitas yang memberikan kontribusi kepada pendapatan suatu daerah serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Kemampuan inilah yang perlu dikembangkan kembali untuk membantu tatanan perekonomian suatu wilayah. Adapun pengembangan masyarakat yang dirumuskan oleh Brokensha dan Hodge dalam Adi (2003: hal. 200), yaitu:



“Pengembangan masyarakat adalah suatu gerakan yang dirancang guna meningkatkan taraf hidup keseluruhan masyarakat melalui partisipasi aktif dan inisiatif dari masyarakat.”

Definisi di atas pada hakikatnya memberikan gambaran tentang upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat serta berusaha menciptakan suatu kondisi yang memancing kemauan dan inisiatif sendiri dari masyarakat yang bersangkutan. Dengan adanya peningkatan kemampuan dan inisiatif mereka, diharapkan masyarakat semakin mandiri dan mampu memahami permasalahan yang dihadapi serta potensi yang mereka miliki untuk dimanfaatkan semaksimal mungkin.

Adapun potensi dan pengembangan yang dilakukan oleh pengusaha “emping jagung” di kelurahan Pandanwangi terdiri dari:

- 1) Pengadaan permodalan
- 2) Inovasi hasil produksi
- 3) Perluasan jaringan pemasaran
- 4) Pengadaan sarana dan prasarana produksi

Dari pengembangan-pengembangan yang dijalankan tersebut diharapkan dapat berpengaruh penting terhadap kemajuan usahanya serta dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan mereka.

#### **1) Pengadaan Permodalan**

Dalam hal pengadaan modal awal, mayoritas pengusaha emping jagung di kelurahan Pandanwangi menggunakan modal sendiri. Mereka tidak meminjam modal sesuai dengan akses yang

diberikan oleh pemerintah dalam peminjaman modal melalui koperasi ataupun langsung dari pemerintah pusat dan provinsi bahkan peminjaman ke bank karena persyaratan agunan yang tidak dapat mereka penuhi dengan alasan faktor perekonomian.

Kesulitan dalam memperoleh modal awal telah dirasakan oleh kelompok pengusaha emping jagung ini karena mereka memulai semuanya dari nol. Tetapi mereka tidak patah semangat untuk terus mengembangkan usahanya dengan berbekal modal seadanya. Dengan bergantinya generasi ke generasi usaha yang dijalankan pengusaha emping jagung ini semakin berkembang. Karena usaha yang dijalankan mayoritas merupakan usaha turun temurun dari puluhan tahun yang lalu. Penghasilan yang mereka dapatkan juga dapat memenuhi segala kebutuhan hidupnya serta dapat memberikan penghasilan dan lapangan pekerjaan bagi orang lain. Dari sinilah terdapat perbedaan perekonomian dari minimnya tingkat kesejahteraan hingga semakin bertambahnya tingkat kesejahteraan.

## 2) Inovasi hasil produksi

Inovasi hasil produksi merupakan kreatifitas dari seorang pengusaha untuk menghasilkan suatu produk yang berbeda serta dapat menarik minat konsumen untuk membelinya. Pengusaha emping jagung di kelurahan Pandanwangi melakukan inovasi produk agar produk yang dihasilkan bervariasi dan banyak diminati masyarakat.

Hal tersebut dilakukan karena dirasa produk yang sebelumnya kurang diminati masyarakat dan permintaan yang semakin menurun.

Dari yang sebelumnya diinovasikan menjadi emping jagung pengusaha memproduksi marning. Marning ternyata kurang menarik perhatian masyarakat dibandingkan emping jagung karena rasanya yang monoton dan teksturnya yang sedikit keras. Emping jagung dimata masyarakat lebih renyah karena jagung dipipihkan terlebih dahulu menggunakan mesin pemipih. Selain itu inovasi baru yang dilakukan oleh pengusaha emping jagung ini yaitu pemberian berbagai macam rasa agar masyarakat tidak bosan yang sebelumnya emping jagung hanya memiliki rasa asin saja.

Inovasi-inovasi inilah yang perlu dikembangkan lebih dan lebih. Karena persaingan pasar yang semakin ketat, semakin banyaknya pengusaha dengan jenis usaha yang sama. Jika tidak memiliki kreatifitas, pengusaha akan kalah bersaing dengan pengusaha-pengusaha lainnya untuk memasarkan hasil produknya.

### **3) Perluasan Jaringan Pemasaran**

Jaringan pemasaran juga merupakan unsur terpenting dalam pengembangan UMKM. Tanpa jaringan pemasaran, produk yang dihasilkan tidak akan dikenal oleh masyarakat dan tidak akan berkembang luas. Oleh karena itu jaringan pemasaran ini sangat penting untuk kemajuan dan perkembangan usaha yang dijalankan.



Jaringan pemasaran ini dapat dilakukan dengan berbagai cara sesuai dengan kreatifitas dari pengusaha.

Adapun pemasaran yang dilakukan oleh beberapa pengusaha emping jagung di kelurahan Pandanwangi yaitu dengan pemanfaatan internet berbekal dari pelatihan-pelatihan IT yang diberikan atau difasilitasi oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang. Hal ini merupakan suatu hal yang solutif dalam memperluas jaringan pemasaran karena masyarakat di era modern seperti ini tidak akan terlepas dari teknologi seperti internet. Karena dirasa lebih efektif dan efisien serta dapat diakses dimana saja. Selain itu pemasaran yang dilakukan oleh salah satu pengusaha emping jagung di Pandanwangi yaitu dengan memasarkan hasil produksinya ke supermarket, *merepacking*, dan memasarkan ke Pusat Oleh-oleh kota Malang, serta menjual ke toko-toko yang mereka miliki.

#### **4) Pengadaan Sarana dan Prasarana Produksi**

Sarana dan prasarana adalah faktor penunjang dalam pelaksanaan usaha. Dengan sarana dan prasarana usaha yang dijalankan akan berjalan dan sarana prasarana inilah yang akan menentukan kualitas produksi yang dihasilkan.

Untuk pengadaan peralatan sebagai alat produksi, pengusaha emping jagung di Pandanwangi ini memperolehnya dengan usaha sendiri dan berbekal tabungan yang mereka miliki sebagai modal awal. Salah satu pengusaha emping jagung dalam

pengadaan peralatan produksi ini memperolehnya dengan cara melakukan kredit ke Bengkel Las. Karena alat-alat tersebut tidaklah murah, harganya berkisar ratusan juta. Dengan minimnya ekonomi untuk memiliki alat semahal itu tidaklah mungkin jika tidak disiasati dengan baik.

Selain itu beberapa pengusaha emping jagung yang lainnya telah memiliki sarana untuk menjual hasil produksinya. Mereka telah memiliki toko dan merk sendiri agar lebih dikenal masyarakat luas. Pencapaian ini juga tidaklah mudah, mereka membutuhkan kerja keras yang lebih dan membutuhkan waktu yang lama. Sarana ini memang cukup penting untuk mempertahankan eksistensi hasil produksinya.

**b. Pengembangan Secara Eksternal dengan Adanya Bantuan dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang**

Peran pemerintah dalam rangka mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memang sangat diperlukan. Karena UMKM merupakan salah satu usaha yang potensial untuk meningkatkan perekonomian serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga perlu adanya pemberdayaan dari segi sumber daya manusia sampai pada pengadaan sarana dan prasarana. Selain itu, ada banyak manfaat dari adanya UMKM yaitu dapat menyerap banyak tenaga kerja serta mengurangi tingkat pengangguran. Seperti yang dikatakan oleh Keban (2008: hal. 17-18) bahwa:

“Tujuan mulia yang ingin dicapai sektor publik, yaitu kesejahteraan sosial (*social welfare*) dengan sendirinya menuntut tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Saat ini tuntutan agar pemerintah mampu secepatnya merealisasikan pencapaian kesejahteraan sosial, semakin besar.”

Maka dari itu pemerintah saat ini sedang gencar-gencarnya dalam mengembangkan UMKM yang bermanfaat untuk membuka lapangan usaha baru, mengurangi angka pengangguran, mengurangi jumlah kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Adapun kesejahteraan sosial yang dimaksud oleh J. Hellin dan L. Gonjales (dalam Kirdi Dipoyudo, 1985: hal. 12) menyatakan:

“kesejahteraan sosial adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial materiil maupun spiritual yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan, dan ketentrangan lahir batin, yang memungkinkan bagi setiap warga negara untuk mengadakan usaha pemenuhan kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, keluarga serta masyarakat dengan mnjunjung tinggi hak-hak asasi serta kewajiban manusia sesuai dengan Pancasila.”

Untuk itulah perlunya pengembangan UMKM yang dilakukan oleh pemerintah adalah masyarakat itu sendiri agar dapat memenuhi segala kebutuhan jasmani maupun rohani sehingga tercipta kehidupan yang masyarakat yang terhindar dari kemiskinan dengan terciptanya rasa aman, sentosa dan makmur serta terhindar dari kesukaran hidup.

Berdasarkan pasal 16 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang berperan sebagai pengembang UMKM adalah:



- 1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah sebagai pihak yang memfasilitasi usaha dalam bidang:
  - a. produksi dan pengolahan;
  - b. pemasaran;
  - c. sumber daya manusia; dan
  - d. desain dan teknologi
- 2) Dunia usaha dan masyarakat berperan secara aktif melakukan pengembangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- 3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tatacara pengembangan, prioritas, intensitas, dan jangka waktu pengembangan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dalam hal ini peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang merupakan kepanjangan tangan dari Pemerintah Daerah untuk membantu mengatasi permasalahan yang terjadi dalam pengembangan UMKM dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, serta desain dan teknologi. Permasalahan mengenai keterbatasan modal merupakan hal yang paling krusial dalam membuka suatu usaha. Adapun permasalahan mengenai produksi dan pengolahan masih banyak calon pengusaha UMKM yang belum memiliki keterampilan dalam membuat suatu hasil produksi. Serta kurangnya inovasi-inovasi baru dari pengusaha UMKM terutama pengusaha emping jagung di Pandanwangi untuk meningkatkan kreatifitas dalam mengembangkan usahanya.

Kemudian masalah pemasaran, banyak diantara pengusaha-pengusaha emping jagung yang kurang memiliki jaringan pemasaran. Hal ini akan menyulitkan mereka untuk memasarkan hasil produksinya hingga ke pasar internasional. Sumber daya manusia dalam hal ini merupakan faktor terpenting dalam menunjang kemajuan usaha yang

dijalankan, semakin bertambah ilmu pengetahuan mengenai pengembangan usahanya, akan semakin maju pula usaha yang dijalankannya. Maka dari itu pengetahuan dan pelatihan sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam pengembangan UMKM. Selain itu, permasalahan teknologi juga sangat berpengaruh terhadap jaringan pemasaran. Dengan kecanggihan teknologi pengusaha emping jagung ini dapat memperluas jaringan pemasaran hingga ke ranah internasional, otomatis hal tersebut dapat menambah aset atau pendapatan suatu wilayah.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan tidak semua pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi merupakan usaha mikro. Buktinya usaha yang dijalankan oleh Mas Samsul omzet yang dihasilkan telah mencapai usaha kecil sesuai dengan kriteria UMKM pada pasal 6 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Hasil lapangan tersebut tidak sesuai dengan data yang ada pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang yang menunjukkan bahwa pengusaha emping jagung di Kecamatan Blimbing Malang merupakan usaha mikro. Adapun pengusaha emping jagung yang masih pada tahap usaha mikro, diharapkan dapat mengembangkan usahanya agar lebih maju lagi dengan memanfaatkan segala program dan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.

Upaya yang dilakukan pemerintah khususnya Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam hal ini telah memberikan pemberdayaan



yang tentunya pemberdayaan tersebut bermanfaat bagi masyarakat yaitu calon pengusaha UMKM maupun pengusaha UMKM yang ada di Kota Malang. Upaya tersebut diharapkan dapat mengembangkan UMKM yang awalnya merupakan usaha mikro menjadi usaha menengah.

Adapun pada Bab II, Pasal 5 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, bahwa tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

- 1) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan;
- 2) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
- 3) Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Dari tujuan tersebut diharapkan program-program yang dijalankan oleh pemerintah dapat memenuhi segala kebutuhan masyarakat, membantu dalam pengentasan kemiskinan, membantu dalam penciptaan lapangan kerja, menjadikan usaha yang mampu meningkatkan perekonomian masyarakat serta dapat menjadi kontribusi bagi pembangunan daerah. Sesuai dengan Renstra tahun 2009-2013 Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan berbagai program yang positif guna meningkatkan kualitas dan kuantitas UMKM. Pemberdayaan yang difokuskan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, antara lain:



- a. Pemberian akses UMKM terhadap sumber-sumber permodalan
- b. Pengadaan Pembinaan dan Pelatihan
- c. Peningkatan Promosi produk
- d. Perluasan Pemasaran produk
- e. Penyediaan Sarana dan Prasarana

Adapun program-program yang dijalankan tersebut tentu telah menjadi titik fokus dalam rangka pengembangan UMKM. Tetapi semuanya dikembalikan kepada masyarakat itu sendiri, dari program-program yang diberikan oleh Dinas Koperasi Dan UKM tersebut akan dikembangkan oleh pengusaha UMKM atau berhenti sampai disitu saja.

Penyusunan Rencana Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang mempertimbangkan berbagai potensi dan kondisi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, berbagai perubahan paradigma pembangunan serta berpedoman pada Rencana Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang tahun 2009-2013. Sehubungan dengan hal tersebut perlu disusun visi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang yang merupakan cara pandang jauh kedepan yang didalamnya mencerminkan apa yang ingin dicapai dan kemana arah Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang sebagai unsur pelaksana. Dengan visi tersebut diharapkan bahwa Koperasi dan UKM akan menjadi bagian dari pelaku ekonomi lainnya dalam rangka ikut mewujudkan kesejahteraan masyarakat kota Malang.

### 1) Pemberian akses UMKM terhadap Sumber-Sumber Permodalan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada umumnya mengandalkan pada modal sendiri dalam menjalankan usahanya, dan terkadang mereka terjebak dengan keterikatan rentenir mengingat masih rendahnya aksesibilitas terhadap sumber-sumber pembiayaan formal.

Mengenai pemberian akses terhadap sumber-sumber pendanaan, Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan akses bagi masyarakat terhadap modal awal. Kucuran dana yang diberikan bersumber dari pemerintah pusat (Kementerian Koperasi dan UKM) dan pemerintah provinsi Jawa Timur. Dari pemerintah pusat bantuan diberikan melalui LPDB (Lembaga Pengelola Dana Bergulir). Dana tersebut dibagikan kepada koperasi bagi para pengusaha UMKM yang akan melakukan pinjaman modal. Sedangkan dari pemerintah provinsi Jawa Timur dana tersebut berupa Bansos dan Hibah yang diberikan kepada koperasi wanita yang telah mendapatkan kucuran dana dari pemerintah senilai Rp 25 juta per koperasi untuk para pengusaha UMKM yang ingin melakukan peminjaman melalui koperasi tersebut seperti Koperasi Wanita AKU, Koperasi Dewi Sartika, Koperasi Wanita Hijau Daun, Koperasi Puspa Anggun, Koperasi Catleya, Koperasi Aster, Koperasi Teratai, Koperasi AQ-SO, Koperasi, Ayu Makmur, dan Koperasi Dewi Shinta. Sinergi antara pemerintah dengan koperasi dilakukan agar para pengusaha UMKM sadar akan pentingnya berkoperasi.

Maka dari itu disini Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan akses bagi calon maupun pengusaha UMKM yang ingin

melakukan pinjaman modal melalui koperasi. Tetapi upaya pemerintah tersebut nampaknya kurang mendapat partisipasi baik oleh para pengusaha emping jagung yang ada di Kelurahan Pandanwangi. Karena pada dasarnya usaha yang mereka jalani rata-rata merupakan usaha turun temurun dari keluarganya sejak beberapa puluh tahun yang lalu. Sehingga mereka hanya meneruskan perkembangan usaha yang keluarga mereka jalankan sebelumnya. Jadi untuk modal awal mereka tidak tahu menahu akan hal tersebut.

Dalam hal ini pihak Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang tidak berhenti melakukan survey maupun sosialisasi bagi pengusaha UMKM walaupun pengusaha UMKM merasa sudah mampu mengembangkan dirinya sendiri. Tetapi sebenarnya pengusaha tersebut perlu mendapatkan pelatihan lebih untuk pengembangan usahanya dan seharusnya mereka sadar akan pentingnya program-program yang dijalankan oleh pemerintah. Karena program-program tersebut juga untuk kemajuan usaha yang dijalanannya. Jika usahanya dapat berkembang dengan baik, seperti usaha mikro dapat berkembang menjadi usaha menengah, hal tersebut juga akan meningkatkan taraf hidup masyarakat tersebut serta dapat memberikan kontribusi bagi wilayah itu sendiri. Tentu saja partisipasi masyarakat ini sangat diperlukan guna menunjang kemajuan perekonomian suatu wilayah.

Sedangkan di sisi lain prosedur peminjaman modal yang diberikan oleh pemerintah menurut para pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi dirasa masih “*ribet*” karena harus memenuhi beberapa



persyaratan untuk dapat melakukan pinjaman modal. Hal tersebut yang perlu diarahkan kembali oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang kepada masyarakat mengenai informasi serta sosialisasi yang menyeluruh kepada pengusaha UMKM khususnya pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi.

## 2) **Pengadaan Pembinaan dan Pelatihan**

Pembinaan dan pelatihan merupakan upaya yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia sebagai pelaku UMKM. Program pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang bekerjasama dengan provinsi Jawa Timur guna memperluas jaringan pemasaran serta memperluas ilmu pengetahuan sebagai bekal dalam membuka usaha. Pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas provinsi diadakan rutin setiap bulan dalam satu tahun. Pelatihan yang diadakan terdiri dari Pelatihan Produk, Pelatihan *IT Entrepreneur*, Pelatihan Manajerial dan Pelatihan bagi PNS yang akan memasuki masa pensiun. Adapun pelatihan yang diadakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang yaitu satu tahun tiga kali. Terbukti pelatihan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang tidak hanya mengenai bagaimana cara membuat suatu produk melainkan juga pelatihan mengenai penggunaan teknologi sebagai sarana pemasaran produk serta pelatihan Manajerial yaitu pelatihan mengenai manajemen keuangan sebagai pengelolaan usaha yang sedang atau akan dilaksanakan. Adapun pelatihan IT yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan

UKM Kota Malang telah diikuti oleh pengusaha emping jagung di Pandanwangi guna memperluas jaringan pemasaran menggunakan internet.

Pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang merupakan wujud pemberdayaan sebagai motivasi atau dorongan bagi masyarakat untuk mengasah kemampuan yang mereka miliki serta dapat menjadikan bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat yang ingin membuka usaha sendiri. Dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang menyediakan pelayanan seperti Klinik UMKM yang bekerjasama dengan pemerintah provinsi Jawa Timur. Di Klinik UMKM, calon maupun pengusaha UMKM terutama bagi pengusaha emping jagung yang masih memiliki kendala dalam pengembangan usahanya dapat berkonsultasi mengenai rencana atau pengembangan usaha yang dijalankannya. Maka dari itu sebaiknya masyarakat memanfaatkan fasilitas ini agar dapat memecahkan permasalahan mengenai usahanya dan hal tersebut tentunya akan dibantu oleh pemerintah. Pada Pasal 18 dalam Undang-undang No 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara:

- a. memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan;
- b. meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; dan
- c. membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Pengembangan ini telah dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang sesuai dengan Undang-undang yang berlaku. Pengembangan ini



dilakukan dengan adanya kegiatan pembekalan ilmu pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat. Adapun kendala yang dihadapi oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam memberikan pembinaan dan pelatihan bagi UMKM yaitu karena kurang *update*-nya jumlah data UMKM yang ada di Kota Malang sehingga mempersulit Dinas dalam mengklasifikasikan jenis usaha berdasarkan *cluster* usahanya dalam memberikan pelatihan. Hal ini seharusnya menjadi perhatian penting bagi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang agar lebih aktif dalam mensurvey UMKM yang masih aktif atau tidak agar dapat memberikan informasi yang valid mengenai jumlah UMKM sebenarnya yang ada di Kota Malang dan dapat mempermudah Dinas mengundang para pengusaha UMKM dalam kegiatan seperti bazar/pameran, seminar kewirausahaan, dan pelatihan-pelatihan pembuatan suatu produk.

Pemerintah dalam hal ini telah berusaha memberikan sosialisasi mengenai pembinaan dan pelatihan bagi pengusaha emping jagung di Pandanwangi. Tetapi rata-rata pelatihan yang diadakan oleh Dinas Koperasi dan UKM seringkali tidak dihadiri oleh pengusaha emping jagung tersebut karena keterampilan atau keahlian yang mereka miliki dalam memproduksi usaha emping jagung telah diturunkan dari keluarganya sejak puluhan tahun yang lalu dan dirasa kurang memiliki waktu karena proses pembuatan produk yang tidak bisa mereka tinggalkan.

Pendidikan juga merupakan aspek penting untuk menunjang kemajuan usaha yang dijalankannya. Namun demikian berbagai indikasi menunjukkan



bahwa bentuk pendidikan formal tidak semua dapat menjamin peningkatan pengetahuan dari kelompok UMKM. Dengan demikian nampaknya dari aspek pendidikan formal sebagian pengusaha emping jagung sudah cukup baik tetapi dari keterampilan atau profesionalisme kondisi mereka masih perlu dipertanyakan. Dari sebab itu berbagai upaya yang telah dilakukan sendiri oleh pengusaha emping jagung antara lain dengan belajar sendiri-sendiri (otodidak) atau pernah bekerja pada pengusaha yang memiliki usaha sejenis.

Keterbatasan SDM pengusaha emping jagung dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu, minimnya pengetahuan mengenai teknologi akan menyulitkan mereka dalam meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan. Oleh karena itu betapa pentingnya program pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang ini yang berguna untuk memberikan bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan usaha yang dijalankannya.

### **3) Peningkatan Promosi produk**

Promosi produk dilakukan agar produk yang dihasilkan dari suatu usaha dapat dikenal luas oleh masyarakat. Usaha mikro sampai usaha besar dalam meningkatkan dan memperluas jaringan usahanya memerlukan sarana pemasaran yang baik. Namun bagi usaha mikro dan usaha kecil, untuk memperluas jaringan pemasaran merupakan hal agak sulit untuk dilakukan

kalau tidak ada keuangan yang mencukupi, itupun kalau produknya dikenal luas oleh masyarakat. Maka dari itu disini peran pemerintah sangat diperlukan guna membantu para pengusaha UMKM dalam memperluas jaringan pemasaran produk.

Dalam hal ini kegiatan peningkatan promosi produk yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang yaitu berupa kegiatan seperti bazar atau pameran UMKM yang diadakan di tempat keramaian seperti MOG (Mall Olympic Garden). Selain itu, kegiatan ini biasanya diadakan di luar kota bahkan sampai ke luar pulau seperti kegiatan promosi produk yang akan dilakukan di Palangkaraya pada tanggal 7-11 Mei 2013 dalam rangka APEKSI (Asosiasi Pemerintah Kota Seluruh Indonesia) dan di Mataram pada tanggal 12 Juli 2013 dalam rangka HUT Koperasi. Kegiatan ini juga bekerjasama dengan pemerintah provinsi Jawa Timur untuk mempermudah suatu wilayah dalam bekerjasama dengan provinsi lain. Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam hal ini melakukan kegiatan promosi produk rutin setiap tahun dengan lokasi yang berbeda-beda. Dengan keanekaragaman lokasi serta peserta UMKM dari seluruh penjuru di Indonesia, hal tersebut bermanfaat untuk memperluas jaringan pemasaran UMKM sampai ke tingkat internasional.

Selain itu, kegiatan ini dilakukan dengan tidak memberatkan para peserta UMKM yang akan mengikuti kegiatan ini, karena kegiatan ini diselenggarakan dengan gratis, semua biaya ditanggung oleh pemerintah. Sehingga para peserta hanya perlu membawa hasil produk yang akan

ditampilkan serta membawa identitas untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Kota Malang merupakan daerah yang sangat potensial dalam hal pemasaran produk. Pasalnya, kota Malang saat ini telah menjadi kota wisata yang banyak dikunjungi para wisatawan dari dalam maupun luar negeri. Tentu saja para wisatawan yang berkunjung ke Kota Malang berkeinginan membeli oleh-oleh hasil produk ciri khas Kota Malang. Maka dari itu disini pengusaha UMKM khususnya pengusaha emping jagung dapat memanfaatkan kesempatan ini.

Tetapi sangat disayangkan kegiatan promosi produk yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang jarang sekali dihadiri oleh pengusaha emping jagung di Kecamatan Blimbing ini. Dari hasil penelitian, mayoritas para pengusaha emping jagung tidak dapat menghadiri kegiatan tersebut karena terhalang oleh waktu dan mereka telah memiliki jaringan pemasaran sendiri untuk memasarkan produknya. Biasanya hasil produknya di pasarkan ke Surabaya, Sidoarjo, Probolinggo dan sebagainya.

Kegiatan promosi produk yang diadakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang ini akan sangat bermanfaat bagi para pengusaha emping jagung untuk semakin memperluas jaringan pemasaran yang mereka miliki karena tidak hanya dari dalam provinsi saja bahkan sampai ekspor ke luar negeri pun seharusnya bisa.



#### 4) Perluasan Pemasaran Produk

Untuk memasarkan produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diperlukan cara-cara atau strategi baru berdasarkan pola kreasi dan inovasi agar terjadi proses perubahan dari sekedar menjual menjadi memasarkan. Proses ini yang menjadi kerangka untuk mengembangkan pemasaran dengan cara baru yang berkaitan dengan perubahan perilaku serta cara berpikir secara kreatif dan inovatif.

Seperti yang tertulis pada Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan dalam bidang pemasaran, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf b dilakukan dengan cara:

- a. melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran;
- b. menyebarluaskan informasi pasar;
- c. meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran;
- d. menyediakan sarana pemasaran yang meliputi penyelenggaraan uji coba pasar, lembaga pemasaran, penyediaan rumah dagang, dan promosi Usaha Mikro dan Kecil;
- e. memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi; dan
- f. menyediakan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.

Dalam hal ini Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan sarana dalam pemasaran produk yaitu dengan mengadakan kegiatan promosi produk. Saat ini dengan kecanggihan teknologi, pemasaran dapat dilakukan menggunakan sistem *online*. Karena dengan internet jaringan pemasaran bisa dijangkau hingga ke luar negeri. Namun, hal ini kurang dipahami oleh para pengusaha emping jagung karena faktor pendidikan serta ilmu pengetahuan berbasis *e-bisnis* yang masih rendah. Untuk mengikuti perkembangan jaman, berbagai pelatihan yang diberikan oleh Dinas Koperasi

dan UKM Kota Malang mengenai IT diikuti oleh pengusaha emping jagung. Adapun sebagian pengusaha emping jagung yang mengaku belajar sendiri dari tetangganya. Hal-hal seperti inilah yang seharusnya perlu mendapatkan sosialisasi lebih dari pemerintah agar masyarakat tidak “buta teknologi”.

Sampai saat ini pemasaran produk menjadi kelemahan yang dihadapi oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang karena tidak memiliki jaringan pemasaran produk. Padahal pemasaran produk ini merupakan hal yang penting dalam menunjang kemajuan usaha yang dilakukan. Tetapi disini Dinas Koperasi dan UKM tidak tinggal diam, mereka mengupayakan dengan mengadakan bazar atau pameran hasil produk UMKM yang dihadiri oleh UMKM kota Malang maupun kota-kota lainnya. Dari kegiatan ini diharapkan mampu mendorong pengusaha emping jagung dalam memperluas pemasaran hasil produknya.

Selain itu, Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam hal ini telah berupaya memberikan akses bagi pengusaha kecil memiliki ikatan kerjasama dengan pengusaha besar. Akan tetapi pengusaha kecil hingga saat ini masih belum berani mengambil tindakan tersebut, karena mereka takut kalah bersaing dengan pengusaha besar yang pada akhirnya mengharukan usaha kecil untuk “gulung tikar”.

Disamping itu persaingan merupakan hal yang paling krusial dalam pemasaran produk. Karena produksi emping jagung yang ada di Kelurahan Pandanwangi letaknya saling berdekatan (antar tetangga). Oleh karena itu, jika pengusaha emping jagung tidak pandai-pandai dalam hal pemasaran



produk, mereka akan kalah bersaing. Persaingan yang terjadi antar sesama pengusaha yang memiliki usaha sejenis merupakan hal yang wajar. Akan tetapi hal tersebut dapat dihindari jika kita mau bekerjasama satu sama lain agar lebih efektif dalam proses pembuatan produk maupun dalam pemasaran produk.

Hal tersebut seperti yang dilakukan oleh Bapak Supeno dan 8 orang pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi, dalam proses pembuatan produk serta pemasaran mereka saling bekerjasama. Bapak Supeno membuat emping jagung dari bahan mentah hingga barang setengah jadi dan menyuplai kepada 8 orang pengusaha emping jagung lainnya untuk digoreng dan dipasarkan. Salah satunya yaitu Bapak Edi yang menyuplai barang setengah jadi dan mengolahnya menjadi barang jadi serta memasarkan produknya dengan merk "Nusantara" hingga memiliki Toko sendiri sebagai sarana pemasaran.

Pemasaran juga bisa diperluas jika pengusaha emping jagung memiliki kreativitas yang lebih dalam mengolah bahan baku jagung menjadi makanan yang variatif seperti pada halnya bahan baku ubi yang dapat diolah menjadi bakpao, bakpia, keripik, mie, bahkan minuman seperti jus juga bisa. Hal ini sebenarnya yang perlu dipikirkan dan dipelajari kembali bagi pengusaha emping jagung untuk menginovasikan bahan baku yang sama dengan hasil yang berbeda. Sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk mengkonsumsi aneka macam makanan dengan bahan dasar jagung. Hal ini tentu saja perlu adanya bimbingan serta arahan dari Dinas Koperasi dan UKM



Kota Malang dalam memberikan pelatihan mengenai inovasi produk agar masyarakat lebih kreatif dalam mengolah bahan baku dan dapat menarik para konsumen.

##### 5) **Penyediaan Sarana dan Prasarana**

Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang sudah cukup baik dalam menyediakan banyak sarana dan prasarana. Hal ini dilakukan pemerintah karena pada dasarnya pemerintah merupakan fasilitator bagi masyarakat dalam menunjang kegiatan mereka. Seperti yang tertulis pada Undang-undang No 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 9, aspek sarana dan prasarana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf b ditujukan untuk:

1. mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil; dan
2. memberikan keringanan tarif prasarana tertentu bagi Usaha Mikro dan Kecil.

Dinas KUKM Kota Malang menyediakan sarana dan prasarana dengan cara memberikan tempat secara gratis sebagai pelatihan bagi masyarakat yang ingin melakukan usaha. Selain itu dalam pemasaran, kegiatan seperti bazar atau pameran untuk hasil produk UMKM juga disediakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang yang bekerjasama dengan UMKM yang berada di kota-kota lain.

Adapun sarana sebagai konsultasi bagi masyarakat yang memiliki permasalahan dalam usahanya, yaitu dengan menyediakan pelayanan Klinik KUMKM yang bekerjasama dengan pemerintah provinsi Jawa Timur. Tetapi mengenai sarana untuk Klinik KUMKM sendiri, Dinas Koperasi dan UKM

Kota Malang tidak memiliki fasilitas tersebut seperti yang ada di kota-kota lainnya. Seharusnya fasilitas yang sebelumnya ada tersebut perlu difungsikan kembali agar masyarakat dapat mengetahui lebih jauh mengenai fungsi Klinik KUMKM yang telah difasilitasi oleh pemerintah tersebut dan dapat memanfaatkannya dengan baik.

Dalam penyediaan mengenai akses permodalan bagi pengusaha emping jagung di Pandanwangi, Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang juga berperan dalam hal ini. Karena Dinas KUKM ini merupakan suatu lembaga yang diturunkan dari pemerintah daerah dalam menangani permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha UMKM di Kota Malang. Selain itu, jika masyarakat yang belum mengetahui bagaimana prosedur dalam membuka usaha, informasi tersebut dapat diperoleh dari website resmi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang yaitu [www.dinkop.malangkota.go.id](http://www.dinkop.malangkota.go.id). Masyarakat juga dapat berkomunikasi langsung dengan pihak Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang melalui komentar, kritik dan saran yang telah disediakan dalam website tersebut.

Hal ini membuktikan bahwa pemerintah benar-benar berupaya untuk menciptakan suatu keadaan masyarakat yang lebih kreatif lagi dan mandiri dalam memnuhi segala macam kebutuhannya dengan cara berwirausaha mendidik masyarakat untuk mempunyai jiwa mandiri. Maka dari itu sebaiknya masyarakat sendiri sadar akan pentingnya peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang. Seperti yang diungkapkan oleh Keban (2008: hal. 4-5) mengenai konsep *administration by public* yaitu:

“istilah *administration by public* merupakan suatu konsep yang sangat berorientasi kepada pemberdayaan masyarakat, lebih mengutamakan kemandirian dan kemampuan masyarakat karena pemerintah lebih mengarah kepada “empowerment” yaitu pemerintah berupaya memfasilitasi masyarakat agar mampu mengatur hidupnya tanpa harus sepenuhnya tergantung terus menerus kepada pemerintah.”

Dari sinilah masyarakat dapat memiliki tingkat partisipasi yang tinggi, mulai dari penentuan kebutuhan sampai pada pelaksanaan dan penilaian hasil, sementara pemerintah lebih memainkan perannya sebagai fasilitator, dan dapat memfokuskan diri pada urusan-urusan kenegaraan yang bersifat strategis.

## **2. Kendala dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dilakukan oleh kelompok usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang**

Kendala-kendala yang dihadapi oleh pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi merupakan sesuatu yang menghambat bagi perkembangan usaha yang dijalankannya. Kendala-kendala yang dihadapi oleh pengusaha emping jagung ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti meningkatnya harga bahan baku, sumber daya manusia yang terbatas, memiliki permasalahan dalam permodalan, kurangnya sarana dan prasarana serta kurangnya akses pemasaran produk. Kendala inilah yang perlu mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah terutama bagi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang guna meningkatkan perkembangan UMKM. Upaya yang dilakukan pemerintah ini untuk kesejahteraan masyarakat sebagai pelaku UMKM. Adapun fokus pembangunan kesejahteraan menurut Spicker, 1995 (dalam Suharto, 2009: hal. 9):



“pembangunan kesejahteraan sosial memfokuskan kegiatannya pada bidang, yaitu pelayanan sosial (*social service/provisions*), perlindungan sosial (*social protection*), dan pemberdayaan masyarakat (*community/social empowerment*).”

Maka dari itu pemerintah dalam mengatasi berbagai kendala yang dihadapi oleh pengusaha UMKM dengan meningkatkan pelayanan, memberikan perlindungan hasil UMKM dan memberdayakan masyarakat guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia sebagai masyarakat yang memiliki potensi dalam pembangunan nasional. Diharapkan dari kendala-kendala yang ada, pemerintah dan pelaku UMKM dapat belajar untuk lebih bisa mengembangkan potensi perekonomian suatu wilayah agar dapat bersaing dengan pasar internasional serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### **a. Meningkatnya Harga Bahan Baku**

Bahan baku merupakan bahan pokok yang digunakan dalam mengolah suatu jenis bahan menjadi produk yang dapat dihasilkan dengan kreatifitas dan inovasi semaksimal mungkin. Bahan baku yang diperoleh oleh pengusaha emping jagung pada awalnya didapatkan dari hasil kebun yang mereka miliki. Karena usaha yang dijalankan oleh pengusaha emping jagung tersebut dilakukan turun temurun dari keluarganya sejak puluhan tahun yang lalu. Setelah bergantinya generasi dan usaha yang dijalankan diturunkan kepada generasi penerusnya, mereka tidak lagi mendapatkan bahan baku dari kebun sendiri, melainkan mensuplai dari beberapa kota. Dari sinilah kendala mereka timbul karena bahan baku jagung tidak stabil. Adakalanya naik dan terkadang juga turun. Kenaikan harga baku ini tentu saja mempengaruhi harga penjualan, apalagi bahan baku diperoleh dari *supply*, sehingga mereka

memerlukan biaya yang lebih dibandingkan jika mendapatkan bahan baku dari kebun sendiri. Inilah yang menjadi kendala karena mereka hanya akan mensuplai bahan baku sesuai *budget* yang mereka miliki. Otomatis produksi yang dihasilkan akan terbatas padahal permintaan pasar cukup banyak.

#### **b. Sumber Daya Manusia yang Terbatas**

Sumber daya manusia adalah aspek terpenting dalam melakukan usaha. Dari hasil penelitian, mayoritas ilmu pengetahuan serta keterampilan diturunkan dari generasi sebelumnya. Oleh karena itu dari segi kreatifitas mereka kurang bisa mengembangkan kemampuan yang dimilikinya. Dari faktor pendidikan pun juga sangat berpengaruh terhadap proses pengembangan usaha yang dijalannya. Pada jaman modern ini, semuanya dilakukan dengan alat-alat yang canggih. Untuk pemasaran dalam berbisnis pun juga akan lebih mudah jika dimanfaatkan menggunakan kecanggihan teknologi seperti internet. Tetapi pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi ini nampaknya kurang adanya pengetahuan dalam *e-bisnis*. Sehingga menyulitkan mereka dalam melakukan pemasaran lebih luas lagi. Mereka hanya mengandalkan pelanggan-pelanggan yang sudah biasa mengambil produk usahanya secara grosir. Tetapi sebenarnya hal ini lebih bisa ditingkatkan lagi hingga ke taraf internasional jika mereka lebih kreatif serta memiliki pengetahuan lebih dalam memasarkan hasil produknya menggunakan internet.

Selain itu mayoritas pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi dalam mengelola keuangan masih dengan cara tradisional.



Sehingga omzet yang didapatkan tidak akurat. Hal ini perlu adanya pelatihan lebih dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam mengatasi permasalahan manajemen keuangan dan memberikan ilmu pengetahuan bagaimana mengelola keuangan dengan baik agar dapat menghasilkan angka yang akurat. Tetapi dari program-program yang telah dijalankan oleh pemerintah ini, tentu saja semua dikembalikan kepada pengusaha UMKM itu sendiri mau berpartisipasi atau tidak.

### c. Memiliki Permasalahan dalam Permodalan

Modal adalah faktor terpenting dalam membuka usaha. Karena UMKM merupakan usaha rumahan yang mengandalkan modal sendiri, maka dalam permodalan ini memerlukan bantuan dari pemerintah. Pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi mengaku bahwa mereka menggunakan modal dari tabungan sendiri. Walaupun untuk awal pengumpulan modal mereka sangat kesulitan. Sebenarnya hal ini dapat ditanggulangi dengan memanfaatkan akses-akses yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam peminjaman modal.

Tetapi hal ini nyatanya tidak dimanfaatkan oleh pengusaha emping jagung karena alasan mereka yang tidak mau repot serta karena usaha yang dijalankannya sudah berjalan turun temurun dari keluarganya. Sehingga mereka hanya perlu melanjutkan usahanya saja. Tentu sangat disayangkan sekali, karena bantuan yang diberikan oleh pemerintah ini pada dasarnya untuk membantu para pengusaha UMKM dalam mendapatkan modal. Kendala inilah yang menjadi penghambat bagi pengusaha-pengusaha baru



dalam melakukan usaha. Oleh karena itu, dari pihak Dinas Koperasi dan UKM sebaiknya memberikan sosialisasi yang lebih lagi agar pengusaha UMKM mau memanfaatkan akses-akses yang telah diberikan oleh pemerintah.

#### **d. Kurangnya Sarana dan Prasarana**

Sarana dan prasarana merupakan hal penting dalam menunjang pengembangan UMKM. Karena itu, sarana dan prasarana dalam melakukan usaha harus mendukung. Seperti sarana dalam pemasaran produk atau sarana dalam proses pembuatan produk. Pengusaha emping jagung mayoritas sudah memiliki tempat untuk pemasaran produk emping jagung kemasan. Adapun pengusaha emping jagung yang memiliki cabang Toko lebih dari satu. Tetapi mengenai proses pembuatan emping jagung, pengusaha mengaku kurang memiliki lahan yang luas dalam proses pembuatan emping jagung. Karena menurut mereka dengan lahan yang luas akan dapat menambah produksi yang dihasilkan. Kendala inilah yang membuat hasil produksi mereka terbatas.

Adapun mengenai sarana dan prasarana yang telah diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM seperti adanya pelatihan, seminar serta pameran atau bazar sebagai promosi produk nampaknya kurang dimanfaatkan oleh para pengusaha emping jagung di Kelurahan Pandanwangi ini karena faktor keterbatasan waktu yang dimiliki. Mayoritas mereka tidak bisa meninggalkan proses produksi yang dilakukan dari pagi hingga siang hari sehingga dirasa tidak memiliki cukup waktu untuk mengikuti kegiatan tersebut. Hal ini seharusnya dapat diatasi oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dengan

memberikan sosialisasi yang lebih dan motivasi untuk mengikuti kegiatan yang positif seperti ini untuk kemajuan usaha yang dijalankannya.

#### **e. Kurangnya Akses Pemasaran Produk**

Di Kelurahan Pandanwangi, pengusaha UMKM emping jagung memiliki lokasi yang saling berdekatan. Produk yang dihasilkan pun juga sama. Oleh karena itu, persaingan di dalam pemasaran produknya merupakan hal yang wajar terjadi. Sebenarnya hal ini tidak perlu terjadi jika pengusaha emping jagung mampu meningkatkan kreativitas mereka dengan memproduksi bahan baku jagung menjadi aneka makanan atau camilan berbeda. Tetapi disini pengusaha emping jagung kurang dapat *mengeksplor* segala kreativitas yang dimiliki untuk menunjang kemajuan dalam mengembangkan usahanya. Karena dengan adanya persaingan seperti itu mereka akan semakin sulit untuk memasarkan hasil produknya. Inilah yang menjadi kendala mereka di dalam memasarkan hasil produknya. Dalam mengatasi permasalahan tersebut seharusnya Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang memberikan pelatihan mengenai inovasi produk bagi pengusaha emping jagung agar hasil produknya lebih bervariasi dan lebih kreatif. Sehingga dapat menarik dan meningkatkan jumlah konsumen.

Selain itu keluhan yang dirasakan oleh kebanyakan pengusaha emping jagung di Kecamatan Blimbing Malang tersebut yaitu kurangnya jaringan pemasaran produk. Hal ini dapat terjadi karena ilmu pengetahuan mengenai kecanggihan teknologi yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran produk kurang dimiliki oleh para pengusaha emping

jagung tersebut. Disinilah seharusnya peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam mengatasi permasalahan akses pemasaran produk dengan memberikan jaringan pemasaran kepada para pengusaha UMKM. Tetapi pada kenyataannya Dinas tidak memiliki jaringan pemasaran. Hal inilah yang perlu ditingkatkan kembali oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam mengembangkan UMKM karena pemasaran produk merupakan sesuatu yang penting bagi kemajuan dan perkembangan UMKM khususnya UMKM emping jagung yang ada di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang.

