

**STRATEGI ASOSIASI PENGUSAHA MIKRO KECIL MENENGAH
BANYUMAS (ASPIKMAS) DALAM MENGEMBANGKAN UMKM
DI KABUPATEN BANYUMAS PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk memenuhi salah satu syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

**ISMI AFRIANI WINDIASTUTI
NIM. 1817201228**

**PROGRAM STUDI EKONOMI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ismi Afriani Windiastuti
NIM : 1817201228
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (ASPIKMAS) Dalam Mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas Perspektif Ekonomi Islam.

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan termasuk dalam penelitian saya dalam skripsi ini diberi tanda citasi pada bagian-bagian yang dirujuk dari sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Purwokerto, 20 September 2022

Yang menyatakan



Ismi Afriani Windiastuti
1817201228



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id


LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul


**STRATEGI ASOSIASI PENGUSAHA MIKRO KECIL MENENGAH
BANYUMAS (ASPIKMAS) DALAM MENGEMBANGKAN UMKM
DI KABUPATEN BANYUMAS PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Yang disusun oleh Saudara **Ismi Afriani Windiastuti NIM 1817201228** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **04 Oktober 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.


Ketua Sidang/Penguji


Iin Solikhin, M.Ag.
NIP. 19720805 200112 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji


Rina Heriyanti, S.S., M.Hum
NIP. 19720828 199903 2 004

Pembimbing/Penguji


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

Purwokerto, 10 Oktober 2022



Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah saya melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan Skripsi dari Ismi Afriani Windiastuti, NIM 1817201228 yang berjudul:

**STRATEGI ASOSIASI PENGUSAHA MIKRO KECIL MENENGAH
BANYUMAS (ASPIKMAS) DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI
KABUPATEN BANYUMAS PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wasslamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 20 September 2022

Pembimbing,



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

MOTTO

“Alloh tidak akan membebani seorang hambanya melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al-Baqarah: 286)



PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, penulis mempersembahkan karya tulis skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan kesehatan, hidayah dan kesempatan untuk terus belajar.
2. Untuk orang tuaku tercinta, Bapak Nasrulloh dan Ibu Sutarni yang selalu membimbing dalam hal kebaikan. Terimakasih telah merawat dengan penuh kasih sayang dari kecil sampai dewasa, yang tidak pernah berhenti mendoakan yang terbaik. Pengorbanan dan ketulusan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun.
3. Terimakasih untuk kakak dan adikku, Mar'atun Sholikhah, Lisna Yulita, Lutfiani Nada Karlina, Khomsah Desi Nurrohmah, beserta keluarga besar yang terus memberikan dukungan dan motivasi.
4. Seluruh pengurus Aspikmas Purwokerto yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mendapatkan informasi guna menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluarga besar Ekonomi Syariah F angkatan 2018, terimakasih sudah menjadi warna warni selama penulis dibangku perkuliahan. Semoga ilmu yang kita dapatkan bermanfaat dan menambah wawasan kita semua untuk dapat terus belajar.
6. Semua pihak yang sudah membantu penulis hingga sampai tahap sekarang ini. Terimakasih atas doa dan dukungan setiap saat.

STRATEGI ASOSIASI PENGUSAHA MIKRO KECIL MENENGAH BANYUMAS (ASPIKMAS) DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI KABUPATEN BANYUMAS PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Oleh: Ismi Afriani Windiastuti

NIM: 1817201228

Email: ismiafriani494@gmail.com

Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

UMKM memiliki peran yang sangat berpengaruh pada perekonomian Indonesia, namun UMKM Indonesia masih menghadapi beberapa kendala diantaranya permodalan, Sumber Daya Manusia (SDM) yang terbatas, lemahnya jaringan usaha dan masih terbayasnya sarana dan prasarana usaha. Hal serupa terjadi di Kabupaten Banyumas, dimana UMKM di Banyumas masih mengalami beberapa kendala. Hadirnya Aspikmas (Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas) bagi para pelaku UMKM dirasakan perubahan yang cukup signifikan dalam pengembangan UMKM di Banyumas. Mulai dari meluasnya jangkauan pemasaran hingga menambah pengetahuan tentang teknologi informasi dalam memasarkan produknya. Aspikmas merupakan salah satu organisasi atau wadah bagi seluruh pengusaha UMKM yang ada di Kabupaten Banyumas untuk mengembangkan UMKM. Penelitian ini difokuskan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang bagaimana strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas dan bagaimana strategi tersebut dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data mulai dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mendatangi langsung kantor sekretariat Aspikmas di Purwokerto untuk mencatat informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Kemudian wawancara dilakukan kepada pengurus Aspikmas, pemegang bidang satu, dua, tiga dan para pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas. Selanjutnya untuk dokumentasi, peneliti mengumpulkan dalam bentuk-bentuk dokumen seperti, struktur organisasi, dan data terkait Aspikmas. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas yaitu dengan 3 bidang utama dalam Aspikmas yaitu bidang peningkatan kapasitas usaha dan SDM, bidang perizinan usaha dan pembiayaan, dan bidang promosi dan pemasaran. Dalam perspektif ekonomi Islam strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas tersebut yaitu pertama, strategi pelatihan yang dilakukan Aspikmas sebagai bentuk menambah ilmu untuk mengembangkan usaha, dimana Islam mendorong umatnya untuk

bersungguh-sungguh dan memuliakan pekerjaan. Kedua, strategi legalitas usaha yang dilakukan Aspikmas membantu dalam pembuatan NIB, PIRT, dan halal. Karena suatu produk jika sudah jelas kehalalannya, konsumen tidak akan ragu dalam membeli. Ketiga strategi promosi dan pemasaran yang dilakukan Aspikmas membantu menginformasikan produk UMKM dengan jelas tanpa melebih-lebihkan produk tersebut. Karena mempromosikan produk di suatu media sosial harus didasari kebenaran dan kejujuran.

Kata Kunci : Aspikmas, Strategi Pengembangan, UMKM



**STRATEGY OF ASSOCIATION OF SMALL MEDIUM ENTERPRISES OF
BANYUMAS (ASPIKMAS) IN DEVELOPING MSME IN BANYUMAS
DISTRICT ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE**

Ismi Afriani Windiastuti

1817201228

Email: ismiafriani494@gmail.com

*Department of Islamic Economics and Finance Fakultas of Islamic Economics
and Business*

State Islamic University Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

MSMEs have a very influential role in the Indonesian economy, but Indonesian MSMEs still face several obstacles including limited capital, limited human resources (HR), weak business networks and limited business facilities and infrastructure. The same thing happened in Banyumas Regency, where MSMEs in Banyumas still experienced several obstacles. The presence of Aspikmas (Banyumas Micro, Small and Medium Entrepreneurs Association) for MSME actors is felt to be a significant change in the development of MSMEs in Banyumas. Starting from expanding marketing reach to increasing knowledge about information technology in marketing their products. Aspikmas is one of the organizations or forums for all MSME entrepreneurs in Banyumas Regency to develop MSMEs. This research is focused on answering questions about the Aspikmas strategy in developing MSMEs in Banyumas Regency and how the strategy is from an Islamic economic perspective.

This research is a qualitative research with data collection techniques ranging from observation, interviews, and documentation. Observations were made by going directly to the Aspikmas secretariat office in Purwokerto to record the information needed in the study. Then interviews were conducted with Aspikmas management, field one, two, three holders and MSME actors who are members of Aspikmas. Furthermore, for documentation, researchers collect in the form of documents such as organizational structure, and data related to Aspikmas. Data analysis techniques in this study are data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results showed that the Aspikmas strategy in developing MSMEs in Banyumas Regency was with 3 main areas in Aspikmas, namely the field of increasing business capacity and human resources, the field of business licensing and financing, and the field of promotion and marketing. From an Islamic economic perspective, Aspikmas' strategy in developing MSMEs in Banyumas Regency is, first, the training strategy carried out by Aspikmas as a form of increasing knowledge to develop business, where Islam encourages its people to be serious and glorify work. Second, the business legality strategy carried out by Aspikmas helps in making NIB, PIRT, and halal. Because if it is clear that a product is halal, consumers will not hesitate to

buy it. The three promotion and marketing strategies carried out by Aspikmas help inform MSME products clearly without exaggerating the product. Because promoting products on social media must be based on truth and honesty.

Keywords : Aspikmas, Development Strategy, MSME



PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	<u>Ṭ</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	<u>Ž</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en

و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. *Ta'marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila ta'barbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

◌َ	<i>Fathah</i>	ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	ditulis	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	ditulis	<i>ḥahiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	<i>ā</i>
	تانس	ditulis	<i>tansā</i>

3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	ī
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	ū
	فروض	ditulis	<i>furūḍ</i>

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	زول	ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لعن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samī'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذو الفروض	ditulis	<i>zawī al-furūḍ</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya. Semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak semoga kita mendapatkan syafa'atnya di hari kiamat.

Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat membawa berkah dan manfaat kepada semua pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor III Kemahasiswaan dan Kerjasama Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dewi Laila Hilyatin, S.E., M.S.I., sebagai Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing, terimakasih karena telah meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, dan kesabarannya sehingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan perlindungan dan membalas kebaikan bapak beserta keluarga.

8. Seluruh Dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya.
9. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kemudahan administrasi dan pelayanan.
10. Untuk Bapak dan Ibuku tercinta, Bapak Nasrulloh dan Ibu Sutarni yang telah mencurahkan segala kasih sayangnya. Dan selalu membimbing dalam hal kebaikan. Terimakasih telah merawat dengan penuh kasih sayang dari kecil sampai dewasa, yang tidak pernah berhenti mendoakan yang terbaik. Pengorbanan dan ketulusan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun.
11. Seluruh pengurus Aspikmas Purwokerto yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mendapatkan informasi guna menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk kakak dan adikku, Mar'atun Sholikhah, Lisna Yulita, Lutfiani Nada Karlina, dan Khomsah Desi Nurrohmah, yang selalu menjadi penyemangat dan kebahagiaan kepada penulis.
13. Untuk sahabat penulis yang sudah menemani dari semester satu sampai akhir, Asta Listiana dan Ayu Fitriani Rijkiyah terimakasih sudah memberikan semangat, menjadi support system penulis dan selalu ada untuk penulis.
14. Untuk sahabat-sahabat penulis di Ponpes Al-Hidayah Karangsucu Purwokerto kamar Khodijah 1, Fauza Himatun Nangimah, Nuri Cahyaningrum, Mutiara Anggun Saputri, dan Vina Khoerul Umah yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
15. Untuk adik-adik penulis di Kost Adem Ayem, Istiqomah Nurul Laeli, Rindang Setyo Kinasih, Sophia Kirei Yashrif Fauzi, Ani Latifatul Hanasah yang telah menemani dan memberi dukungan kepada penulis.
16. Keluarga besar Ekonomi Syariah F angkatan 2018, terimakasih sudah menjadi warna warni selama penulis dibangku perkuliahan. Semoga ilmu yang sudah kita dapatkan bermanfaat dan menambah wawasan kita semua untuk dapat terus belajar.
17. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam segi teknik penulisan maupun teori-teori yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan. Semoga skripsi yang penulis selesaikan ini dapat berguna dan bermanfaat untuk semua pihak yang membaca. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kita semua. Amin.

Purwokerto, 19 September 2022



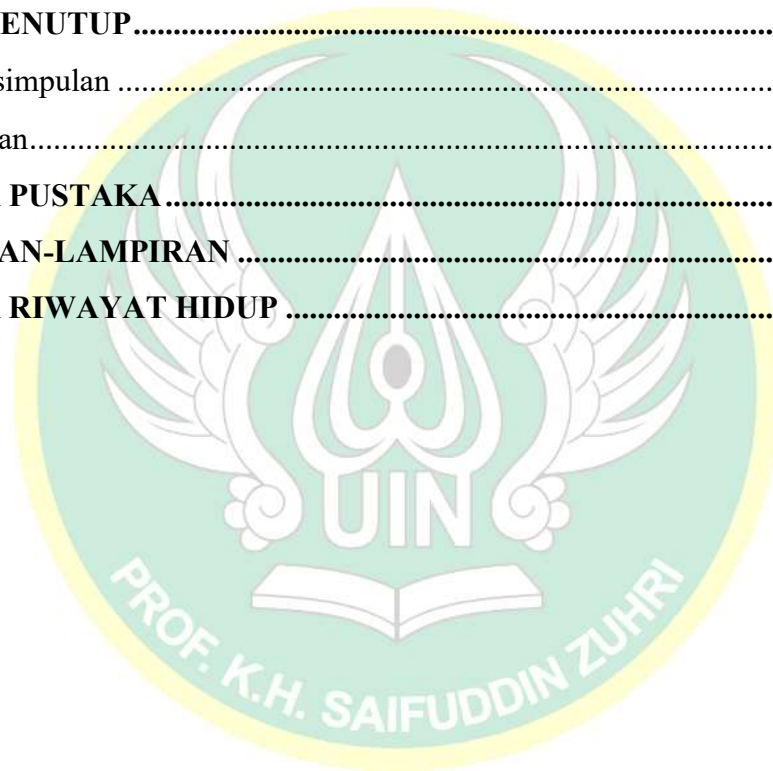
Ismi Afriani Windiastuti
Nim. 1817201228



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	x
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	10
B. Strategi Pengembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	21
C. Kajian Pustaka.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
C. Objek dan Subjek Penelitian	34
D. Sumber Data.....	35

E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Teknis Analisis Data	36
G. Uji Keabsahan Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Profil Aspikmas.....	39
B. Strategi Aspikmas Dalam Mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas	46
C. Analisis Perspektif Ekonomi Islam.....	56
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN-LAMPIRAN	67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	88



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1 Program Strategi Bidang I.....	50
Tabel 4.2 Program Strategi Bidang II	54
Tabel 4.3 Progeam Strategi Bidang III	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kantor Sekretariat Aspikmas	40
Gambar 4.2 Struktur Kepengurusan Aspikmas.....	42



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia menjadi pertimbangan yang penting bagi pemerintah Indonesia. Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan pilar dalam perekonomian nasional. Sektor ini juga sangat memberikan kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, selain itu juga berperan penting dalam pemerataan pendapatan dan pengembangan ekonomi nasional. World Bank (2005) berpendapat bahwa usaha kecil dan menengah adalah salah satu kekuatan untuk mendorong dalam pembangunan ekonomi yang amat vital dalam menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan (Abdurohim, 2020).

Di sisi lain, UMKM juga dapat menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar, karena mengingat jumlah penduduk Indonesia yang banyak sehingga hal ini mampu mengurangi tingkat pengangguran. Dari sini terlihat bahwa keberadaan UMKM yang sifatnya padat karya, mampu menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami dapat menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional. Mengingat kegiatan usahanya mencakup habis semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar pengaruhnya untuk meningkatkan pendapatan bagi kelompok masyarakat yang berpendapatan rendah (Anggraeni, Hardjanto dan Hayat, 2013).

Pemberdayaan UMKM menjadi pertimbangan yang penting dalam pengembangan perekonomian nasional karena UMKM memiliki peran yang besar dalam menggerakkan peronomian Indonesia. Pertama, cara kerja UKM cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif dan sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja yang tidak tertampung di sektor formal. Kedua, sebagai bagian dari dinamika usaha, UKM sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. ketiga, UKM juga

memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dari pada usaha yang besar (Abdurohimi, 2020).

UMKM juga mempunyai peran penting dalam perekonomian nasional untuk pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Di Indonesia peranan UMKM selain untuk pertumbuhan ekonomi, juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam mengatasi pengangguran. Berkembangnya usaha kecil dan menengah menjadikan sebagai berkembangnya kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat. Menyadari pentingnya peranan UMKM, maka upaya pemberdayaan UMKM dalam mempercepat pembangunan ekonomi daerah dan pusat serta peningkatan daya saing produk UMKM (Sunariyani, Suryadinatha dan Mahaputra, 2017).

Dalam Islam melakukan usaha atau bisnis merupakan hal yang tentu di halalkan. Di ketahui bahwa Nabi Muhammad SAW yang awalnya adalah seorang pedagang, dan banyak sekali para sahabat nabi pada zaman dulu adalah para pengusaha yang sukses dan mempunyai sumber modal yang besar. Dalam ekonomi Islam, UMKM adalah salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk mempertahankan hidupnya dan beribadah dalam menuju kesejahteraan sosial. Perintah berlaku pada semua orang tanpa membeda-bedakan pangkat dan jabatan seseorang. Al-Qur'an menjelaskan didalam Q.S At-Taubah 09: 105:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْعَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: *Dan katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang yang mukmin, dan kamu akan di kembalikan kepada (Allah) Yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu di berikan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”*

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa Allah dan Rasul-Nya memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, dan setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah dan Rasulnya sebagai amalan yang akan di pertanggung jawabkan pada akhir zaman (Alfian dan Sumarni, 2020).

Meskipun UMKM ini memiliki peran yang sangat berpengaruh pada perekonomian Indonesia, hingga saat ini UMKM Indonesia masih menghadapi beberapa hambatan dan kendala yaitu berupa kurangnya permodalan, Sumber Daya Manusia (SDM) yang terbatas, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, iklim usaha yang belum kondusif, masih terbatasnya sarana dan prasarana usaha, implikasi otonomi daerah, implikasi perdagangan bebas, sifat produk dengan *lifetime* pendek dan masih terbatasnya akses pasar (Abdurohimi, 2020:5).

Hal serupa terjadi di Kabupaten Banyumas, di mana UMKM di Banyumas ini masih mengalami beberapa kendala, di antaranya yaitu struktur permodalannya, daya inovasinya, akses teknologi informasi, *branding*, dan lemahnya jaringan usaha. Sehingga mengurangi daya saing, baik di pasar lokal maupun di pasar global. Namun setelah berdirinya Aspikmas para pelaku UMKM merasakan perubahan yang cukup signifikan dalam mengembangkan usahanya. Mulai dari meluasnya jangkauan pemasaran dari berbagai pihak Aspikmas maupun antar pelaku, mudahnya akses untuk membuat legalitas usaha dan akses permodalannya, serta menambah pengetahuan tentang teknologi informasi dalam memasarkan produknya. Adanya Aspikmas (Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas) ini diharapkan bisa menjadi moment yang bagus untuk saling berkolaborasi antar UMKM, karena UMKM tidak bisa berdiri tanpa dukungan banyak pihak. Dan juga diharapkan dapat berkolaborasi antara pelaku UMKM dan lintas sektoral dalam memajukan perekonomian banyumas (Wawancara dengan Ketua Aspikmas Kabupaten Banyumas). Oleh sebab itu, UMKM di Kabupaten Banyumas ini sangat membutuhkan perhatian dan dukungan setempat dalam mengembangkan usahanya.

UMKM di Banyumas ini terhitung banyak sekali, maka sangat disayangkan jika UMKM ini tidak diarahkan dengan baik. Dengan begitu pemerintah daerah meresmikan Asosiasi pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (Aspikmas) guna membantu dalam hal pengembangannya. Pembentukan Aspikmas dilatarbelakangi karena di Banyumas hingga saat ini belum terdapat wadah bagi para pengusaha UMKM. Sehingga Aspikmas menjadi

satu-satunya wadah yang bisa menghimpun para pelaku UMKM di Banyumas untuk berkarya, mengembangkan usaha, dan menjualkan produk yang di hasilkan.

Aspikmas merupakan organisasi baru yang diresmikan oleh Bupati Banyumas yaitu Achmad Husein pada tanggal 28 Juli 2020 dan menaungi sejumlah paguyuban UMKM dan mempunyai visi untuk menjadikan UMKM di Kabupaten Banyumas memiliki daya saing nasional, yaitu melalui produk-produk unggulan dan program-program yang dijalankan. Dan mempunyai misi menaikan para pelaku UMKM dari sisi kapasitas bisnisnya, menjadikan pelaku UMKM memiliki daya juang korporat karena rata-rata hanya fokus diproduksi sehingga menghadapi kendala dalam pemasaran dan sebagainya, serta kendala dalam pemerataan distribusi informasi dan bantuan pemerintah. Terkait hal tersebut, Aspikmas pada tahap pertama akan menginventarisasikan basis data pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas. Dari basis data tersebut, akan ada pelatihan-pelatihan bagi para pelaku UMKM. Berdasarkan data sementara, sampai dengan akhir tahun 2021 ini, telah ada 3500 pelaku UMKM yang telah bergabung dalam Aspikmas dan akan terus bertambah melalui kegiatan inventarisasi yang melibatkan koordinator di setiap kecamatan di Kabupaten Banyumas (Wawancara dengan Ketua Aspikmas, Pujianto, 2021).

Sekarang telah terbentuk kepengurusan Aspikmas di 27 Kecamatan di Kabupaten Banyumas. Terbentuknya Aspikmas sangat membantu para UMKM dalam membentuk UMKMnya menjadi lebih berdaya saing. Dengan adanya Aspikmas, para anggota UMKM banyak menemukan orang baru untuk saling mengenal *supplier* satu dengan lainnya, sehingga akan saling membantu produk UMKMnya, dan saling memotivasi, menginspirasi, dan saling berbagi ilmu tentang bagaimana memperoleh hasil yang baik dalam memasarkan produknya (Wawancara dengan Kukuh Prasetyo, 2021).

Dilihat dari struktur organisasi Aspikmas, strategi yang dilakukan untuk mengembangkan UMKM yaitu dengan mendirikan 3 bidang utama dalam Aspikmas, yaitu:

1. Bidang pengembangan usaha dan SDM, di bidang ini membicarakan kapasitas usaha dan SDM. Pada bidang ini juga terdapat program pelatihan-

pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM, baik dari program pemerintah, mandiri, lembaga terkait dan dari kampus-kampus di Purwokerto seperti Unsoed, UMP dan Amikom. Seperti pelatihan *branding*, bentuk pelatihan dan pendampingan ini berguna untuk mengembangkan atau membuka usaha baru bagi para pelaku UMKM. Pada bidang ini Aspikmas juga menyelenggarakan tim kerja untuk mendukung program kerja pemberdayaan UMKM yaitu pertama, terdapat Aspikmas Academy yang merupakan unit kerja yang didesain khusus untuk menyelenggarakan pelatihan-pelatihan termasuk program-program pendampingan UMKM seperti kerjasama dengan kampus melalui kegiatan magang mahasiswa. Selanjutnya ada Aspikmart yang merupakan unit usaha dari Aspikmas. Yang terakhir terdapat unit kerja Aspikmas yang bernama tim pertumbuhan organisasi.

2. Bidang izin usaha dan pembiayaan. Dibidang ini membicarakan kualitas produk dan legalitas usaha. Sebab saat ini perizinan menjadi kebutuhan pokok untuk banyak kepenuhan misalnya untuk suatu produk bisa masuk market modern harus sudah memiliki legalitas usaha. Apalagi untuk jenis industri makanan yang sangat berpengaruh pada kesehatan bagi konsumen maka sangat ketat tentang perizinan usaha. Pada bidang ini Aspikmas membantu dinas penerapan modal dalam menangani legalitas usaha. Sekarang juga terdapat legalitas usaha yang bernama NIB (Nomor Izin Berusaha) untuk semua anggota usaha.
3. Bidang promosi dan pemasaran, pada bidang ini di lakukan pelatihan teknik promosi dan pemasaran. Selain itu pada bidang ini juga diajarkan memasarkan produk untuk diunggah ke media sosial dan cara membuat foto produk yang bagus untuk dipasarkan kepada konsumen. Sehingga mampu untuk memikat konsumen dalam membeli produk tersebut (Wawancara dengan Kukuh Prasetyo, 2022).

Sesuai dengan strategi yang dilakukan Aspikmas dalam mengembangkan UMKM, agama Islam memerintahkan kepada umatnya untuk mengerjakan

pekerjaan baik dan selalu bekerja sama dengan orang lain. Allah Swt berfirman dalam Q.S Al-Maidah (5): 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ يَوْمَ تَأْتُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: *“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”*

Dari beberapa penjelasan di atas, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul penelitian mengenai “Strategi Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (Aspikmas) Dalam Mengembangkan UMKM Di Kabupaten Banyumas Perspektif Ekonomi Islam”.

B. Definisi Operasional

Proposal skripsi ini yang berjudul “Strategi Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (Aspikmas) Dalam Mengembangkan UMKM Di Kabupaten Banyumas Perspektif Ekonomi Islam”. Untuk mempermudah pengertian atau penafsiran dan penegasan terhadap konsep yang digunakan, terlebih dahulu disini peneliti ingin jelaskan beberapa istilah supaya tidak terjadi kerancuan dalam memahami permasalahan yang akan dibahas. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan antara lain:

1. Strategi

Strategi merupakan cara pemimpin bisnis merealisasikan caranya. Strategi sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Secara umum strategi adalah pendekatan yang menyeluruh dan berkaitan dengan pelaksanaan ide atau gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Strategi yang baik lebih menunjukkan adanya koordinasi kerjasama pada tim kerja, mempunyai tema, dan mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan mempunyai cara untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan harapan (Alyas dan Rakib, 2017).

2. Pengembangan

Pengembangan menurut Richard Beckhsrt yaitu sebagai suatu upaya untuk direncanakan, yang terdiri dari organisasi keseluruhan, dan dikelola dari atas untuk meningkatkan efektivitas dan kesehatan organisasi melalui intervensi yang direncanakan dalam proses yang terjadi dalam organisasi dengan mempergunakan ilmu pengetahuan yang berasal dari ilmu dan perilaku (Istianda, Wulandari, Purwanto, dan Putra, 2015).

3. UMKM (Usaha Mikro kecil dan Menengah)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu suatu kegiatan masyarakat yang dilakukan dengan tujuan untuk memperluas lapangan pekerjaan, memberi pelayanan ekonomi kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan kepada masyarakat, mendorong pertumbuhan perekonomian nasional dan memiliki peran dalam menciptakan stabilitas nasional (Kartini, 2019). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah suatu unit usaha yang terus berkembang hingga saat ini. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Undang – undang Nomer 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa usaha mikro, kecil dan menengah mempunyai tujuan dalam menumbuhkan dan mengembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Zikrullah, Nuringwahyu dan Hardati, 2020).

4. Aspikmas (Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas)

Aspikmas merupakan asosiasi yang mewadahi para pengusaha industri mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Banyumas. Yang di resmikan oleh Bupati Banyumas, yaitu Achmad Husein pada tanggal 28 Juli 2020. Aspikmas adalah organisasi induk UMKM Kabupaten Banyumas, sebagai satu-satunya mitra pemerintahan dalam penyaluran fasilitas pemberdayaan UMKM di Kabupaten Banyumas.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi Aspikmas (Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas) dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas?

2. Bagaimana strategi Aspikmas (Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas) dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas tersebut perspektif ekonomi Islam?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Aspikmas (Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas) dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas.
- b. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Aspikmas (Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas) dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas tersebut perspektif ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat memperkuat serta menyempurnakan teori yang telah ada dan memberikan kontribusi terhadap ilmu ekonomi yang pada khususnya dapat dijadikan sumber informasi bagi akademisi sebagai tuntunan untuk penelitian yang serupa pada masa yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi pelaku UMKM penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan ataupun masukan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya melalui strategi Aspikmas.
- 2) Bagi pemerintah dapat digunakan sebagai pertimbangan pengembangan UMKM melalui wadah khusus bagi pengusaha UMKM disetiap daerah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan kerangka skripsi yang dimaksud untuk memberikan petunjuk mengenai pokok-pokok bahasan yang ditulis dalam

skripsi ini. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari Latar belakang masalah yang menjelaskan alasan penulis meneliti tentang strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan Landasan Teori yang terdiri dari pengertian strategi pengembangan UMKM, strategi pengembangan UMKM dalam perspektif ekonomi Islam dan kajian pustaka.

Bab III merupakan Metode Penelitian yang berisi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, objek dan subjek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, teknis analisis data dan uji keabsahan data.

Bab IV merupakan Hasil Penelitian dan Pembahasan yang berisi tentang profil Aspikmas (Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas), strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas dan analisis perspektif Ekonomi Islam.

Bab V merupakan Penutup bagian akhir dari pembahasan skripsi, yang berupa penutup, yang mencakup kesimpulan dan saran.

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran serta sertifikat yang menunjang kesempurnaan skripsi. Daftar riwayat hidup berisi tentang biodata penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *stratos* dan *ag*, *stratos* yang artinya militer dan *ag* artinya memimpin. Menurut Russel dan Taylor, strategi merupakan visi umum yang menyatukan organisasi, menyediakan acuan konsistensi dalam pembuatan keputusan, dan akan tetap terjaga agar perusahaan bergerak sesuai dengan arah yang benar. Menurut Porter, strategi yaitu alat untuk mencapai keunggulan bersaing (Rahmansyah, Kasnelly dan Abdullah, 2020). Jadi, strategi adalah tindakan yang menuntun adanya keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dan banyak yang merealisasikannya. Sifat strategi sendiri yaitu berorientasi pada masa yang akan datang (Surepi, Rahmat dan Julita, 2021).

Siagian (2000) mendefinisikan strategi sebagai cara terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai dengan tuntunan. Konsep strategi mencakup 5 (lima) arti yang saling terkait, yaitu:

- a. Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang di tempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya.
- b. Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsisten ataupun inconsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
- c. Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.
- d. Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya.
- e. Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing (Mihani dan Hutaaruk, 2020).

Menurut Keniehl Ohmae dalam menyusun strategi harus memiliki cara berfikir yang kreatif. Cara berfikir yang semakin kreatif dalam memecahkan masalah, maka akan semakin kecil tingkat kesalahan yang mungkin timbul di masa yang akan datang dan hal ini akan membuat keuntungan bagi seseorang

yang membuat keputusan. Cara berfikir strategi tersebut dapat dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu:

a. Identifikasi masalah

Pada tahap awal diharapkan individu atau kelompok dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dengan cara melihat gejala yang terjadi.

b. Pengelompokan masalah

Ditahap ini individu atau kelompok diharapkan bisa mengelompokkan masalah yang sesuai dengan sifatnya agar memudahkan dalam pemecahannya.

c. Proses abstraksi

Pada tahap ini diharapkan individu atau kelompok mampu menganalisis masalah dengan mencari faktor-faktor penyebabnya. Oleh karena itu, individu atau kelompok dituntut untuk lebih teliti dalam menyusun metode pemecahannya.

d. Penentuan metode atau cara pemecahan masalah

Pada tahap ini, individu atau kelompok diharapkan mampu menentukan metode yang paling tepat untuk menyelesaikan masalah.

e. Perencanaan untuk implementasi

Ditahap yang terakhir ini, diharapkan individu atau kelompok dituntut untuk bisa menerapkan metode yang telah ditetapkan (Rahim dan Radjab, 2016).

Strategi dibagi menjadi 3 (tiga) kelompok yang dapat dipertimbangkan untuk diterapkan dalam sebuah perusahaan, yaitu:

a. Strategi perusahaan (corporate strategy).

Strategi pada level puncak ini berupaya untuk menentukan arah dan keterpaduan dari sebuah perusahaan. Arah dan strategi korporasi membangkitkan minat terhadap tujuan dan misi yang sedang dilakukan. Dalam proses strategi korporat, terdapat kegiatan *strategic profiling*. Menurut pendapat Uytterhoeven, Ackerman, dan Ronsenblum (1973), *strategic profile* adalah suatu proses yang menggambarkan sosok perusahaan yang mencakup 3 unsur utama yaitu tentang bagaimana suatu perusahaan mendefinisikan bisnisnya, tentang bagaimana suatu perusahaan mendefinisikan sosok

persaingannya, dan tentang bagaimana suatu perusahaan mendefinisikan konsep diri.

b. Strategi bisnis atau strategi persaingan.

Strategi pada level unit bisnis yang dikenal dengan sebutan SBU (*strategic business unit*) yang merupakan strategi yang ditetapkan pada peringkat divisi perusahaan. Divisi yang ditetapkan dapat berdasarkan pada ragam produk yang di hasilkan perusahaan, ragam usaha yang di jalankan, atau ragam wilayah yang dijangkau perusahaan.

c. Strategi fungsional.

Strategi ini difokuskan kepada pemanfaatan atau memaksimalkan sumber daya secara produktif. Strategi ini sifatnya operasional karena disusun dan dikembangkan oleh para manajer di masing-masing departemen, misalnya berdasarkan analisisnya yaitu departemen pemasaran perlu melakukan promosi sebagai usaha untuk memasuki pasar produk di daerah tertentu. Keputusan ini berdasarkan strategi pada peringkat fungsional dalam rangka mengembangkan pemasaran produk perusahaan. Strategi fungsional yang lain dapat dilakukan dibidang produksi, misalnya dengan mengembangkan sistem produksi baru sehingga produk dapat di hasilkan secara lebih efisien. Strategi fungsional lainnya yaitu meliputi strategi fungsional dibidang sumber daya manusia dan strategi fungsional dibidang penelitian dan pengembangan (Hamid, 2015).

2. Pengertian Pengembangan

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan (Mihani dan Hutauruk, 2020). Pengembangan yang di kekemukakan oleh J.S Badudu yang tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang berarti hal, cara atau hasil mengembangkan, sedangkan mengembangkan itu berarti membuka, memajukan, menjadi maju dan bertambah baik. Pengembangan adalah suatu upaya yang dilakukan dalam rangka memajukan, memperbaiki, meningkatkan

sesuatu yang sudah ada secara teratur dan bertahap agar menjadi lebih baik. Sementara kaitannya dengan pengembangan sektor UMKM, UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa pengertian dari pengembangan UMKM yaitu upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha serta masyarakat dalam memberdayakan usaha mikro, kecil dan menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan untuk memperkuat dalam menumbuhkan serta meningkatkan kemampuan dan daya saing pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dengan masyarakat (Putra, 2015).

Tidak hanya pemerintah yang terlibat disini, masyarakat juga turut berkontribusi dalam pengembangan UMKM. Sebab tanpa gerakan dan dukungan masyarakat untuk melaksanakan program-program yang digagas pemerintah, ini hanya akan menjadi retorika belaka. Dengan kata lain, program tidak akan berjalan apabila tidak ada yang menjalankannya.

Adapun pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah menurut Kartasmita (1996: 5) meliputi aspek-aspek, sebagai berikut:

- a. Meningkatkan akses pada aset produktif, terutama modal, teknologi manajemen dan segi lainnya.
- b. Meningkatkan akses pasar, yang meliputi suatu kegiatan *spectrum* yang luas, mulai dari pencadangan usaha hingga informasi usaha informasi pasar, bantuan produksi, serta sarana dan prasarana. Khususnya bagi usaha kecil di pedesaan, prasarana mendasar yang sangat membantu yaitu sarana perhubungan.
- c. Melakukan pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha dan disertai dengan semangat jiwa wirausaha.
- d. Penguatan tentang kelembagaan ekonomi dalam arti luas yaitu pasar. Maka memperkuat pasar sangat penting dan disertai dengan pengendalian pasar agar proses berjalannya pasar tidak keluar dari apa yang di inginkan yang nantinya justru akan mengakibatkan kesenjangan. Untuk itu perlukan intervensi-intervensi yang tepat dan tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah

yang mendasar dalam suatu ekonomi bebas., tetapi tetap menjamin terjadinya pemerataan sosial (*sosial equity*).

- e. Kemitraan usaha yang merupakan jalur penting dan strategi yang telah terbukti dan berhasil bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Menurut Anoraga (2007:89) terdapat 5 (lima) tahapan pengembangan usaha kecil, yaitu:

- a. Identifikasi peluang

Peluang perlu diidentifikasi dan di rinci. Untuk itu diperlukan data dan informasi. Informasi tersebut bisa diperoleh dari berbagai sumber seperti rencana perusahaan, saran dan usul manajemen usaha kecil, program pemerintah dan hasil berbagai peluang usaha.

- b. Merumuskan alternative usaha

Setelah informasi terkumpul dan di analisis, maka pimpinan usaha dapat merumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.

- c. Seleksi alternatif

Dari banyaknya alternatif selanjutnya dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik (prospektif). Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria seperti ketersediaan pasar, risiko kegagalan, dan harga.

- d. Pelaksanaan alternatif terpilih

Setelah itu tahap berikutnya adalah pelaksanaan yang terpilih tersebut.

- e. Evaluasi

Evaluasi yang dimaksud yaitu untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan, disamping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya (Ardiansyah dan Amaliah, 2015).

Dalam proses pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), langka awal yang perlu dilakukan yaitu mengidentifikasi permasalahan, agar dapat menetapkan strategi yang tepat dalam proses mengembangkan UMKM. Strategi dalam pengembangan ini berkenaan dengan

metode atau cara yang digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan secara efektif dan efisien (Putra, Mindarti, dan Hidayati, 2018).

Pengembangan UKM mempunyai beberapa keunggulan komparatif terhadap usaha yang besar. Keunggulan komparatif tersebut antara lain yaitu dari sisi permodalan, pengembangan usaha kecil yang memerlukan modal usaha yang relatif kecil di banding dengan usaha besar. Disamping itu, teknologi yang digunakan tidak perlu teknologi yang tinggi, sehingga pendiriannya relatif mudah.

3. Pengertian UMKM

Menurut UUD 1945 yang kemudian dikuatkan melalui TAP MPR No.XVI/MPR-RI/1998 yang berisi tentang politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur ekonomi nasional yang semakin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuat pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999, dan karena keadaan perkembangannya yang semakin meningkat maka diubah menjadi UU No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, maka pengertian UMKM yaitu sebagai berikut:

- a. Usaha mikro yaitu usaha ekonomi produktif yang dimiliki orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU.
- b. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan dari cabang perusahaan yang dimiliki, dan dikuasai ataupun menjadi bagian dari perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang di maksud dalam UU.
- c. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan

jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang telah di atur sesuai dalam UU.

- d. Usaha besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang terdiri dari usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- e. Dunia usaha adalah usaha mikro, kecil, menengah dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia (Suci, 2017).

Dari definisi di atas maka disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha perorangan yang sesuai dengan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan, sebagai berikut:

- a. Kriteria Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta mempunyai hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,-
- b. Kriteria Usaha Kecil yaitu mempunyai kekayaan bersih >Rp 50.000.000 sampai Rp 500.000.000 dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan >Rp 300.000.000 sampai Rp 2.500.000.000.
- c. Kriteria Usaha Menengah adalah memiliki kekayaan bersih >Rp 500.000.000 sampai Rp 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan mempunyai hasil penjualan tahunan sebesar >Rp 2.500.000.000 sampai Rp 50.000.000.000 (Suci, 2017).

Sedangkan menurut Badan Pusat Statistika (BPS) mendefinisikan UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja yaitu pertama, usaha kecil merupakan usaha yang mempunyai jumlah tenaga kerja 5 orang sampai 19 orang. Kedua, usaha

menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai 99 orang.

Dalam perspektif perkembangannya, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu:

- a. *Livelihood Activities*, adalah UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, dan lebih dikenal sebagai sektor informasi. Contohnya pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise* merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum mempunyai jiwa kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise* adalah UMKM yang sudah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subsektor dan ekspor.
- d. *Fash Moving Enterprise* adalah UMKM yang sudah mempunyai jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB) (Hanim dan Noorman, 2018).

Berdasarkan Pasal 2 UU Nomor 20 Tahun 2008 azas-azas usaha mikro kecil dan menengah menurut, yaitu antara lain:

- a. Azas kekeluargaan, yaitu azas yang melandasi upaya pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasarkan atas dasar demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan, kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.
- b. Azas demokrasi ekonomi, yaitu pemberdayaan UMKM diselenggarakan sebagai kesatuan dari pembangunan perekonomian nasional untuk mewujudkan kemakmuran rakyat.
- c. Azas kebersamaan, adalah azas yang mendorong peran seluruh UMKM dan dunia usaha secara bersama-sama dalam kegiatannya untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.
- d. Azas efisiensi berkeadilan, yaitu azas yang mendasari pelaksanaan pemberdayaan UMKM dengan mengedepankan efisiensi berkeadilan dalam usaha untuk mewujudkan iklim usaha yang adil, kondusif, dan berdaya saing.

- e. Azas berkelanjutan, adalah azas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pemberdayaan UMKM yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri.
- f. Azas berwawasan lingkungan, adalah azas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.
- g. Azas kemandirian, yaitu azas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap menjaga dan mengedepankan potensi, kemampuan dan kemandirian UMKM.
- h. Azas keseimbangan kemajuan, yaitu azas pemberdayaan UMKM yang berupaya menjaga keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional.
- i. Azas kesatuan ekonomi nasional, yaitu azas pemberdayaan UMKM yang merupakan bagian dari pembangunan ekonomi nasional (Undang, 2013)

Kegiatan wirausaha, baik yang termasuk pada skala mikro, kecil dan menengah maupun besar, adalah kegiatan yang sangat bermanfaat baik bagi yang menjalankan kegiatan usaha tersebut. Fungsi usaha mikro kecil dan menengah secara mikro merupakan sebagai penemu (*inovator*) dan sebagai perencana (*planner*). Sementara itu, fungsi usaha mikro kecil dan menengah secara makro yaitu sebagai penunjang pembangunan suatu negara, sebagai penggerak, pengendali dan pelopor dalam pembangunan ekonomi dan sosial suatu negara.

4. Strategi Pengembangan UMKM

Dalam Peraturan Pemerintah No. 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyatakan bahwa pengembangan usaha dilakukan terhadap usaha mikro kecil dan usaha menengah. Pengembangan usaha meliputi fasilitas dan pelaksanaan pengembangan usaha. pemerintahan pusat dan daerah memprioritaskan pengembangan UMKM dengan berbagai cara.

Strategi yang bisa diterapkan untuk mengembangkan UMKM menurut Sosilo dan Krisnadewara adalah memproduksi dengan fasilitas atau peralatan terbatas, memproduksi dengan jumlah bahan baku terbatas, memproduksi dengan jumlah tenaga kerja terbatas, memproduksi dengan modal finansial terbatas, membuka *show-room/ outlet*, melakukan usaha sampingan. Rekomendasi dari hasil ini berkaitan dengan upaya percepatan pemulihan kembali untuk berusaha yaitu dengan melakukan kegiatan produksi kembali yang menekankan pada tambahan modal. Dengan tambahan modal, maka berbagai keterbatasan dalam kegiatan produksi dapat teratasi. Sehingga kegiatan produksi bisa lebih lancar dan dapat meningkatkan pendapatan (Sosilo, 2011).

Sedangkan menurut Rio F. Wilantara dan Susilawati, terdapat beberapa strategi pengembangan UMKM yang dapat dilakukan untuk memperkuat daya saing UMKM nasional, yaitu antara lain:

a. Stabilitas makro ekonomi

Tujuannya untuk menciptakan stabilitas perekonomian nasional agar terbebas dari gejolak yang akan menciptakan berbagai ketidakpastian dan kestabilan usaha UMKM. Sehingga cenderung UMKM sangat rentan terhadap setiap gejolak ekonomi.

b. Reorientasi pendidikan ekonomi

Tujuannya untuk melakukan koreksi terhadap sistem pendidikan ekonomi yang ada saat ini agar selaras dengan kebutuhan dan tujuan ekonomi. Membangun UMKM yang membutuhkan sumber daya manusia yang unggul, dan di latih melalui proses estafet nilai dan dibekali kemampuan teknis yang memadai. Dengan begitu, pembelajaran harus didasari oleh prinsip yang mengedepankan nilai-nilai ukhuwah yang mampu memberi keharmonisan, ketenangan dan keseimbangan dalam jangka yang panjang.

c. Meningkatkan iklim usaha

Bertujuan untuk memfasilitas terselenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan, non diskriminasi bagi kelangsungan dan peningkatan kinerja usaha UMKM sehingga dapat mengurangi beban administrasi, hambatan usaha dan biaya usaha, serta

meningkatkan rata-rata skala usaha, mutu layanan perizinan atau pendirian usaha dan partisipasi kepentingan dalam mengembangkan kebijakan UMKM.

d. Peningkatan infrastruktur

Bertujuan untuk meningkatkan ketersediaan infrastruktur, selain itu juga diyakini dapat mendukung mobilitas usaha UMKM dan sebagai salah satu solusi untuk menghadapi turbulensi ekonomi akibat perlambatan ekonomi, dengan cara memperluas kesempatan masyarakat dalam mendapatkan penghasilan.

e. Dukungan kelompok usaha marjinal

Tujuannya yaitu untuk meningkatkan kesempatan kerja yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi disektor informal yang berskala usaha mikro, terutama yang statusnya masih keluarga miskin, untuk memperoleh pendapatan yang tetap melalui upaya peningkatan kapasitas usaha sehingga menjadi unit usaha yang mandiri, berkelanjutan dan siap untuk tumbuh dan bersaing (Susilawati dan Wilantara, 2016).

Adanya strategi dalam pengembangan UMKM ini agar dapat menentukan target sehingga memungkinkan lebih banyak orang untuk mengetahui kualitas produk yang dihasilkan. Pada akhirnya, masyarakat akan mengetahui bahwa UMKM pantas menjadi usaha yang layak untuk di perembangkan. Ketika UMKM menunjukkan kualitasnya secara otomatis tingkat kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap UMKM akan meningkat. Investor, pemerintah dan pihak luar lainnya tentu akan tertarik dengan pengelolaan dan strategi bisnis yang baik. Strategi merupakan sebuah pendekatan keseluruhan yang melibatkan implementasi ide, perencanaan, dan pelaksanaan sebuah aktivitas selama periode tertentu. Memiliki strategi dalam mencapai sebuah tujuan secara efisien sangatlah dibutuhkan dalam mengembangkan sebuah usaha.

Adapun beberapa strategi pengembangan UMKM yang dapat dilakukan. Yaitu sebagai berikut:

a. Menentukan harga yang sesuai dengan kualitas

Walaupun masyarakat menyukai harga yang murah, tetapi mereka juga tetap menyeimbangkan harga asli dengan bahan baku dan biaya produksi. Karena

jika kualitas yang dihasilkan bagus, konsumen juga akan tetap loyal walaupun harga naik.

b. Memilih jenis produk yang tepat

Strategi pengembangan UMKM yang selanjutnya adalah memilih produk yang tepat. Tentunya produk tersebut harus kreatif, inovatif, bermanfaat dan menarik bagi konsumen. Hal ini dipertimbangkan dengan baik, terutama dalam hal merancang strategi untuk mengembangkan sebuah usaha. Melakukan pengecekan secara berkala melalui google ataupun riset agar terus bisa mengikuti perkembangan.

c. Memilih sumber daya manusia yang baik

Memilih seseorang yang pendapat dan pengetahuannya relevan dengan bidang usaha yang dijalani dapat menghasilkan keuntungan dan membawa perkembangan yang cukup pesat. Karena hal itu merupakan salah satu strategi utama dalam pengembangan UMKM.

d. Melakukan promosi

Di era modern saat ini, media sosial dapat berperan penting dalam menyebarkan informasi tentang apapun yang salah satunya yaitu informasi mengenai UMKM. Tidak hanya dari sisi promosi, belanja online juga bisa dilakukan melalui jejaring sosial, dalam rangka meningkatkan pendapatan usaha. oleh karena itu, penggunaan media sosial bisa digunakan untuk menarik konsumen dari rumah.

e. Memilih lokasi strategis

Mencari lokasi yang tidak jarang dilalui orang dan melihat daya konsumsi masyarakat sekitar.

B. Strategi Pengembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang tentu diharamkan. Dapat diketahui bahwa Nabi Muhammad SAW awalnya adalah seorang pedagang atau wirausaha dan juga kita dapat melihat ada sangat banyak sekali sahabat-sahabat beliau dizaman dahulu merupakan pengusaha sukses dan memiliki sumber modal yang sangat besar. Dengan berlandaskan ekonomi syariah

dan nilai-nilai Islam, mereka membangun bisnisnya dan mereka menjadikan Rasulullah sebagai pedoman dalam berbisnisnya (Dawwabah, 2006: 58).

UMKM dalam ekonomi Islam merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk mempertahankan hidupnya dan beribadah, menuju kesejahteraan sosial, perintah ini berlaku untuk semua orang tanpa membeda-bedakan pengkat, status dan jabatan seseorang dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam surat At-Taubah (14), ayat 105, yaitu:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: *“Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”*

Dalam surat tersebut dijelaskan bahwa Allah dan Rasulnya memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, bahwa setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah dan Rasulnya sebagai amalan yang akan dipertanggung jawabkan pada akhir zaman. Islam telah diatur tatacara bersosialisasi antar manusia hubungan dengan Allah SWT, aturan yang berhubungan dengan hukum dalam setiap aspek kehidupan termasuk aktivitas bisnis, agar seorang muslim dapat selalu menjaga perilakunya dan tidak terjerumus kedalam kesesatan.

Nabi Muhammad SAW telah mendedikasikan dirinya sebagai seorang pedagang profesional, yang memiliki reputasi dan integrasi luar biasa. Selain itu, beliau juga berhasil mengukir namanya dikalangan masyarakat bisnis, pada khususnya, dan kaum quraisy, pada umumnya. Sejak sebelum menjadi mudharib (fund manager) dari harta khadijah, ia kerap melakukan lawatan bisnis, seperti ke kota barsah disyiria, palestina dan yaman. Itu terbukti bahwa Rasulullah adalah seorang pebisnis yang sukses, jadi beliau dapat dijadikan pedoman dalam mengelola dan mengembangkan bisnis.

Sifat Rasulullah SAW bisa dijadikan pedoman dalam mengembangkan usaha diantaranya adalah siddiq (benar dan jujur), amanah (terpercaya), fathonah

(cerdas), dan tabligh (komunikatif). Sebagaimana dijelaskan dalam Q.S Al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.*”

1. Shiddiq

Shiddiq artinya benar dan jujur. Seorang pebisnis harus mempunyai sifat shiddiq. Haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam berhubungan dengan konsumen, dan senantiasa mengedepankan kebenaran informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan keunggulan produk-produk yang dipasarkan untuk menciptakan lingkungan yang jujur. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S At-Taubah ayat 119:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.*”

Sesungguhnya konsep kesuksesan dalam Islam adalah kesetaraan antar muslim satu dengan yang lain, yakni menjalankan bisnis secara jujur sebagaimana menjalankan aktivitas sehari-hari secara jujur pula. Allah menjelaskan kesuksesan sebagai usaha dalam mengajak atau menyeru kepada kebaikan, mengerjakan yang ma’ruf dan mencegah kemungkaran.

2. Amanah

Amanah artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab dan kredibel. Amanah juga bisa diartikan keinginan untuk memenuhi sesuai kebutuhan. Seorang pebisnis haruslah memiliki sifat amanah, karena Allah menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara amanat yang diberikan kepadanya. Salah satu bentuk amanah adalah seorang pebisnis harus amanah dalam takaran dan neraca, tidak boleh mengurangi barang-barang orang lain, dan tidak boleh menakar dengan takaran yang tidak sesuai

dengan takaran yang seharusnya. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Mu'minun ayat 60:

وَالَّذِينَ يُؤْتُونَ مَا آتَوْا وَقُلُوبُهُمْ وَجِلَةٌ أَنَّهُمْ إِلَىٰ رَبِّهِمْ رَاجِعُونَ ۝

Artinya: “Dan orang-orang yang memberikan apa yang telah mereka berikan, dengan hati yang takut, (karena mereka tahu bahwa) sesungguhnya mereka akan kembali kepada Tuhan mereka.”

3. Fathonah

Fathonah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan, atau kebijaksanaan. Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat fathonah adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi yang ada untuk mencapai tujuan. Memiliki sifat jujur, benar dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional.

Para pelaku bisnis syari'ah juga harus memiliki sifat fathonah, yaitu cerdas, cerdik, dan bijaksana, agar usahanya bisa lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisa situasi persaingan (*competitive setting*) dan perubahan-perubahan (*change*) dimasa yang akan datang.

4. Tabligh

Tabligh artinya komunikatif dan argumentatif, jika seorang pemimpin harus menjadi seorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misi dengan benar kepada karyawan dan *stake holder*. Seorang pebisnis Islam harus memiliki gagasan-gagasan segar, juga harus mampu mengkomunikasikan gagasan-gagasannya secara tepat dan mudah difahami oleh siapapun yang mendengarkan. Allah SWT berfirman dalam Q.S An Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Menurut Budiarto terdapat beberapa prinsip yang harus dijadikan sebagai tolak ukur agar pengembangan UMKM dapat berjalan sesuai dengan rencana yaitu sebagai berikut:

1. Kemaslahatan

Kemaslahatan disini itu berarti kebajikan dan saling menguntungkan. Secara umum model pengembangan usaha harus menawarkan manfaat yang nyata dan dapat dirasakan oleh semua pihak yang terkait. Orientasi manfaat akan sesuai dengan prinsip umum pekerjaan saat ini yaitu saling menguntungkan atas dasar kepentingan bersama seluruh pihak yang terlibat dalam pengembangan UMKM. Prinsip ini sesuai dengan Q.S Al-An'am ayat 48:

وَمَا تُرْسِلُ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ فَمَنْ آمَنَ وَأَصْلَحَ فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: *“Dan kami tidak menutus para Rasul kecuali sebagai pembawa kabar gembira dan peringatan. Maka barang siapa beriman dan berbuat kemaslahatan, maka bagi mereka tidak akan takut sedih.”*

Ayat tersebut menekankan bahwa pada misi utusan rasul yang tidak lain untuk membawa manfaat bagi umatnya melalui kabar gembira dan peringatan yang membimbing hidup mereka. Misi mulia ini di jamin oleh Alloh disurga pada akhirat kelak. Pandangan tentang kemaslahatan menunjukkan bagaimana Islam memperhatiakn kemaslahatan manusia, terutama kemaslahatan yang berdampak besar bagi kehidupan masyarakat.

2. Kemandirian Bangsa

Pengembangan UMKM bertujuan untuk menguatkan UMKM sebagai kekuatan utama dalam perekonomian nasional. Termasuk juga tujuan agar UMKM dapat memenuhi kebutuhan sebagian besar keluarga dengan barang dan jasa yang dihasilkan oleh anak-anak dalam negeri. Hal ini memperkuat UMKM sebagai pilar kemandirian bangsa.

3. Terukur

Program pengembangan UMKM memerlukan kesesuaian tujuan dan sasaran. Program yang sudah ada perlu dirancang dengan hati-hati. Tahapan tujuan

yang ingin dicapai juga harus jelas. Pada akhir setiap program harus dapat diukur tingkat keberhasilannya baik itu bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

4. Komprehensif

Program pengembangan usaha melibatkan berbagai aktor. Untuk itu diperlukan koordinasi program-program yang dilaksanakan agar setiap fasilitas dapat sesuai sepenuhnya dengan program. Oleh karena itu, pelaksanaan pengembangan sebuah usaha harus dilakukan secara menyeluruh.

5. Berkelanjutan

Pengembangan UMKM tidak dapat dicapai dalam waktu singkat untuk membenuk UMKM yang lebih canggih dan mandiri. Keberlanjutan standar hidup yang lebih baik dapat berlangsung terus menerus. Program berkelanjutan diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan UMKM secara tuntas. Dari mengidentifikasi kemungkinan dan masalah hingga perencanaan, implementasi dan evaluasi (Budiarto, 2019).

C. Kajian Pustaka

Penelitian dari Afina Faradisa yang berjudul “Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Kampung Batik Kemplong Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan)” (2021) menjelaskan bahwa strategi pengembangan UMKM yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan menggunakan 3 strategi pengembangan yaitu strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk baru dan strategi pengembangan SDM. Pada UMKM batik Tuntangsari menggunakan analisis lingkungan internal dan eksternal berupa kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh UMKM batik Tuntangsari (Faradisa, 2021).

Artikel jurnal dari Khoirul Anam yang berjudul “Strategi Pemerintah dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara” (2019) menjelaskan bahwa strategi yang berhasil dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Jepara dan mempunyai dampak positif yaitu integrasi kedepan, penetrasi pasar,

pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi. Dengan dibuktikan dengan kenaikan rata-rata 0,03% per tahun dari tahun 2016-2018. Permasalahan yang di alami oleh UMKM di Jepara yaitu akses pasar, modal dan teknologi produksi. Jadi arah strategi pemerintah Kabupaten Jepara dalam mengembangkan UMKM adalah untuk mengejar pertumbuhan ekonomi yang tinggi, penyerapan tenaga kerja, peningkatan daya saing dan penanggulangan kemiskinan serta pengembangan usaha yang ramah terhadap lingkungan (Anam, 2019).

Artikel jurnal dari Riyanti Idayu, Mohamad Husni, dan Suhandi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nempol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten” (2021) menjelaskan bahwa masalah yang di hadapi para pelaku UMKM di Desa Nempol Kecamatan Mandawangi Kabupaten Pandeglang yaitu aspek permodalan, produksi, teknologi, pemasaran, SDM, birokrasi, sarana dan prasarana serta sosial dan ekonomi. Dan strategi yang dilakukan dalam pengembangan UMKM di Desa Nempol adalah pertama, UMKM perlu lebih memanfaatkan akses modal melalui perbankan atau instansi lain serta peningkatan kemampuan tenaga kerja melalui pelatihan. Kedua, menggunakan strategi SO (*Growth*). Strategi SO (*Growth*) adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Ketiga, pemerintah daerah Desa Nempol perlu mensosialisasikan program pengembangan UMKM dan peraturan regulasi yang mengatur kegiatan UMKM. Keempat, pemerintah daerah perlu memfasilitasi sarana dan prasarana yang diperlukan dalam pengembangan UMKM. Kelima, perlu dilakukannya penelitian yang lebih luas, tidak hanya sektor pengembangannya (Idayu, Husni, dan Suhandi, 2021).

Skripsi dari Helen Malinda yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)” (2017) menjelaskan bahwa strategi pengembangan usaha di perusahaan Cahaya Bahari

dilakukan melalui strategi produk yaitu dengan memberikan kualitas produk bakso yang enak sesuai dengan selera masyarakat dan adanya varian produk bakso. Selain itu juga menggunakan strategi dengan cara meningkatkan serta menjaga kualitas rasa bakso dan menjaga kebersihan bakso ikan. Dilihat dari strategi pengembangannya Cahaya Bahari menetapkan promosi penjualan melalui dua cara dari segi media dan tempat, media seperti penyebaran brosur sedangkan tempat dengan melakukan perluasan dan pelebaran lokasi serta memperbanyak karyawan. Strategi pengembangan bisnis UKM Cahaya Bahari dalam meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif Ekonomi Islam, dalam hal ini usaha Cahaya Bahari dalam mengembangkan UKM bakso ikan sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam (Malinda, 2017).

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Hasil Penelitian
Afina Faradisa (2021).	“Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Kampung Batik Kemplong Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan)”.	Sama-sama membahas tentang strategi pengembangan yang dilakukan oleh UMKM. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, waktu penelitian, dan strategi pengembangan yang di lakukan.	Menjelaskan bahwa strategi pengembangan UMKM yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan menggunakan 3 strategi pengembangan yaitu strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk baru dan strategi pengembangan SDM. Pada UMKM batik Tuntangsari

			<p>menggunakan analisis lingkungan internal dan eksternal berupa kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats) yang dimiliki oleh UMKM batik Tuntangsari.</p>
<p>Khoirul Anam (2019).</p>	<p>“Strategi Pemerintah dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara”.</p>	<p>Sama-sama membahas tentang strategi dalam pengembangan UMKM. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, waktu penelitian, dan strategi yang dilakukan.</p>	<p>Menjelaskan bahwa strategi yang berhasil dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Jepara dan mempunyai dampak positif yaitu integrasi kedepan, penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi. Dengan dibuktikan dengan kenaikan rata-rata 0,03% per tahun dari tahun 2016-2018.</p> <p>Permasalahan yang dialami oleh UMKM di Jepara yaitu akses pasar, modal dan teknologi produksi. Jadi arah strategi pemerintah</p>

			Kabupaten Jepara dalam mengembangkan UMKM adalah untuk mengejar pertumbuhan ekonomi yang tinggi, penyerapan tenaga kerja, peningkatan daya saing dan penanggulangan kemiskinan serta pengembangan usaha yang ramah terhadap lingkungan.
Riyanti Idayu, Mohamad Husni, dan Suhandi (2021).	“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nempol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten”.	Sama-sama membahas tentang strategi pengembangan UMKM. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, objek, waktu penelitian, dan strategi yang dilakukan berfokus pada pengembangan UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa.	Hasil penelitian menjelaskan bahwa masalah yang di hadapi para pelaku UMKM di Desa Nempol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang yaitu aspek permodalan, produksi, teknologi, pemasaran, SDM, birokrasi, sarana dan prasarana serta sosial dan ekonomi. Dan strategi yang dilakukan dalam pengembangan UMKM di Desa Nempol adalah pertama, UMKM perlu lebih memanfaatkan akses

		<p>modal melalui perbankan atau instansi lain serta peningkatan kemampuan tenaga kerja melalui pelatihan. Kedua, menggunakan strategi SO (<i>Growth</i>). Strategi SO (<i>Growth</i>) adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Ketiga, pemerintah daerah Desa Nempol perlu mensosialisasikan program pengembangan UMKM dan pembaruan regulasi yang mengatur kegiatan UMKM. Keempat, pemerintah daerah perlu memfasilitasi sarana dan prasarana yang diperlukan dalam pengembangan UMKM. Kelima, perlu dilakukannya penelitian yang lebih luas, tidak hanya sektor</p>
--	--	---

			pengembangannya.
Helen Malinda (2017).	“Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)”.	Sama-sama membahas tentang strategi pengembangan UMKM. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, jenis UMKM yang diteliti dan strategi yang dilakukan dalam penelitian Helen Malinda berfokus pada pengembangan bisnis UKM guna meningkatkan pendapatan karyawan.	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi pengembangan usaha di perusahaan Cahaya Bahari dilakukan melalui strategi produk yaitu dengan memberikan kualitas produk bakso yang enak sesuai dengan selera masyarakat dan adanya varian produk bakso. Selain itu juga menggunakan strategi dengan cara meningkatkan serta menjaga kualitas rasa bakso dan menjaga kebersihan bakso ikan. Dilihat dari strategi pengembangannya Cahaya Bahari menetapkan promosi penjualan melalui dua cara dari segi media dan tempat, media seperti penyebaran brosur sedangkan tempat dengan melakukan perluasan dan pelebaran

			lokasi serta memperbanyak karyawan. Strategi pengembangan bisnis UKM Cahaya Bahari dalam meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif Ekonomi Islam, dalam hal ini usaha Cahaya Bahari dalam mengembangkan UKM bakso ikan sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.
--	--	--	--



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Nazir penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kilas balik pada masa sekarang. Sedangkan penelitian kualitatif adalah untuk permintaan informasi yang bersifat menerangkan dalam bentuk uraian, maka data tersebut tidak dapat diwujudkan dalam bentuk angka-angka, melainkan berbentuk suatu penjelasan yang menggambarkan keadaan proses, peristiwa tertentu. Tujuannya adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai faktor-faktor, sifat-sifat serta lingkungan antara fenomena yang diselidiki (Putri Diaz, Canaldhy dan Kencana, 2019).

Adapun dasar penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran atau penjelasan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai strategi Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (Aspikmas) Dalam Mengembangkan UMKM Di Kabupaten Banyumas Perspektif Ekonomi Islam.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dalam skripsi ini bertempat di Kantor Sekretariat Aspikmas yang letaknya di Amira Town House, Jl. Suprpto No. 1A, Dusun 2 Prompong, Purwosari, Kabupaten Banyumas, Baturaden, Jawa Tengah dengan waktu penelitian pada bulan Juli-Agustus 2022.

C. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian yakni permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas perspektif ekonomi Islam. Sedangkan subjek penelitian merujuk pada responden atau informan yang hendak dimintai informasi

atau digali datanya dengan tujuan agar penelitian cepat selesai dan mendapatkan data secara detail (Fitrah dan Luthfiah, 2018). Subjek penelitian ini yaitu pengurus Aspikmas dan para pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas.

D. Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama (Amiruddin dan Asikin, 2004). Data primer ini merupakan data yang diperoleh oleh peneliti langsung dari objek yang diteliti. Dalam penelitian ini data primer yaitu berupa hasil wawancara dengan pengurus Aspikmas dan dokumentasi berupa gambar dan berkas-berkas dari Aspikmas.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang dapat dijadikan sebagai pendukung data pokok atau memperoleh sumber data yang mendukung dan melengkapi kekurangan-kekurangan yang ada pada data primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui bahan kepustakaan (Soewadji, 2012). Dalam penelitian ini sumber sekunder berasal dari buku-buku, artikel, jurnal, dokumentasi, atau tulisan-tulisan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penulis melakukan beberapa macam hal atau teknik supaya data yang diperoleh sesuai dengan peristiwa yang terjadi, diantaranya sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung (Sukmadinata, 2008). Dengan metode observasi, peneliti mengamati secara langsung strategi yang dilakukan oleh Aspikmas dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas, seperti dalam 3 bidangnya yaitu bidang

pengembangan usaha dan SDM, bidang izin usaha dan pembiayaan, yang terakhir bidang promosi dan pemasaran.

2. Wawancara

Wawancara atau interview adalah proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab baik secara langsung maupun menggunakan media telekomunikasi (Sujarweni, 2014). Peneliti melakukan wawancara kepada pengurus Aspikmas dan para pelaku UMKM yang tergabung ke dalam Aspikmas secara langsung agar data yang di peroleh benar dan akurat.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi adalah cara mencari data atau informasi dari buku-buku, catatan-catatan, transkrip, surat kabar, majalah dan yang lainnya. Teknik ini di anggap lebih mudah dibandingkan dengan teknik pengambilan data yang lain (Soewadji, 2012). Peneliti menggunakan metode dokumentasi yang berupa berkas-berkas yang di ambil dari Aspikmas.

F. Teknis Analisis Data

Teknis analisis data merupakan salah satu teknik penyusunan data yang dilakukan secara terstruktur yang didapatkan dengan hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi dengan cara mengelompokkan data, memaparkan serta disusun kedalam model dan membuat kesimpulan yang mudah dipahami dan bisa diinformasikan kepada orang lain. Menurut Miles dan Huberman teknik analisis data dibagi menjadi 3 (tiga) langkah sebagai berikut:

1. Reduksi data

Mereduksi yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Sehingga data yang direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

2. Penyajian data

Langkah selanjutnya yaitu penyajian data, penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah penyajian data dengan teks yang bersifat naratif. Sehingga memudahkan pembaca untuk memahami hal apa yang terjadi dalam penelitian ini.

3. Verifikasi data

Langkah terakhir yaitu melakukan penarikan kesimpulan dan memverifikasi. Kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin tidak, karena masalah dan rumusan masalah bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan (Siyoto dan Sodik, 2015).

G. Uji Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di antaranya yaitu uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas dan uji konfirmabilitas.

1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar data yang diperoleh dalam penelitian, dapat dipercaya dan diterima kebenarannya.

2. Uji transferabilitas

Pada penelitian kualitatif, nilai transferabilitas tergantung pada pembaca, sampai sejauh mana hasil penelitian tersebut dapat diterapkan pada konteks dan situasi sosial yang lain.

3. Uji dependabilitas

Uji dependabilitas merupakan uji konsistensi hasil penelitian yang dilakukan atau kesamaan hasil sehingga hasil penelitian dapat dipercaya, dependabilitas sebuah penelitian dapat ditunjukkan melalui pengesahan dan pembimbingan dosen pembimbing, pengumpulan data dilapangan dan pembuatan laporan penelitian.

4. Uji konfirmabilitas

Uji ini berkaitan dengan data penelitian yang dapat dikonfirmasi kembali kebenarannya kepada informan, kemudian informan memberikan persetujuan terkait data yang telah diberikan dan dicantumkan dalam hasil dan laporan penelitian.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Aspikmas (Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas)

1. Gambaran Umum Aspikmas

Aspikmas adalah sebuah organisasi yang berbasis UMKM yang berada di wilayah Kabupaten Banyumas. Aspikmas diresmikan oleh Bupati Banyumas yaitu Bapak Achmad Husein pada tanggal 28 Juli 2020. Pada awalnya dibentuknya Aspikmas ini yaitu inisiator dari dinas pemerintah yaitu Dinas Koperasi dan UMKM di Kabupaten Banyumas. Asosiasi ini dibentuk untuk dijadikan wadah yang digunakan sebagai mitra dinas terkait dan mempunyai strategi untuk membantu memaksimalkan program-program atau pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM. Sehingga dalam hal ini Dinas Koperasi dan UMKM bertanggung jawab penuh dengan keterbatasan dan juga sumber daya manusia. Serta memberikan pendampingan terhadap seluruh UMKM yang ada di Kabupaten Banyumas. Adapun beberapa permasalahan pada usaha kecil dan menengah di Kabupaten Banyumas, seperti minimnya modal usaha, kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital, kurangnya inovasi, dan kesulitan dalam mengakses perizinan usaha. Oleh karena itu, dibentuknya sebuah wadah bagi para pengusaha UMKM untuk menjadikan UMKM di Kabupaten Banyumas memiliki daya saing nasional melalui jaringan, produk-produk unggulan, dan program-program yang dijalankan Aspikmas (Wawancara dengan Pujiyanto, 12 Agustus 2022).

Syarat dan ketentuan untuk menjadi anggota Aspikmas, yaitu:

- a. Membayar biaya pendaftaran sebesar Rp 50.000,- (Kartu Anggota PIN) kepada bendahara Aspikmas.
- b. Mengirim bukti pembayaran uang pendaftaran Aspikmas kepada bendahara Aspikmas dan koordinator kecamatan (Korcama).
- c. Mengisi formulir anggota Aspikmas yang didapatkan dari Korcama.
- d. Setelah itu anggota Aspikmas akan di masukan ke grup Aspikmas di Kecamatan (Wawancara dengan Pujiyanto, 12 Agustus 2022).



Gambar 4.1 Kantor Sekretariat Aspikmas

Sumber: dokumentasi Aspikmas

2. Visi dan Misi Aspikmas

a. Visi

“Menjadikan asosiasi UMKM yang berdaya saing nasional.”

b. Misi

1. mendistribusikan akses informasi dan kebijakan pemerintah terkait UMKM secara merata di Kabupaten Banyumas.
2. Menjadikan pengusaha mikro kecil dan menengah yang tergabung dalam Aspikmas agar dapat naik kelas.
3. Menyelenggarakan program pendampingan dan pemberdayaan bagi pengusaha mikro kecil dan menengah agar memiliki daya saing *corporate* (Wawancara dengan Kukuh Prasetyo, 10 Agustus 2022).

3. Penjabaran Visi dan Misi

a. Penjabaran Visi

1. Aspikmas mampu memberikan kontribusi gagasan yang dapat mempengaruhi arah kebijakan nasional.
2. Aspikmas mampu mewujudkan karya nyata dalam pengembangan UMKM sehingga dapat mengangkat nama baik Kabupaten Banyumas.
3. Aspikmas mampu melahirkan pengusaha-pengusaha lokal yang memiliki daya saing nasional (Wawancara dengan Kukuh Prasetyo, 10 Agustus 2022).

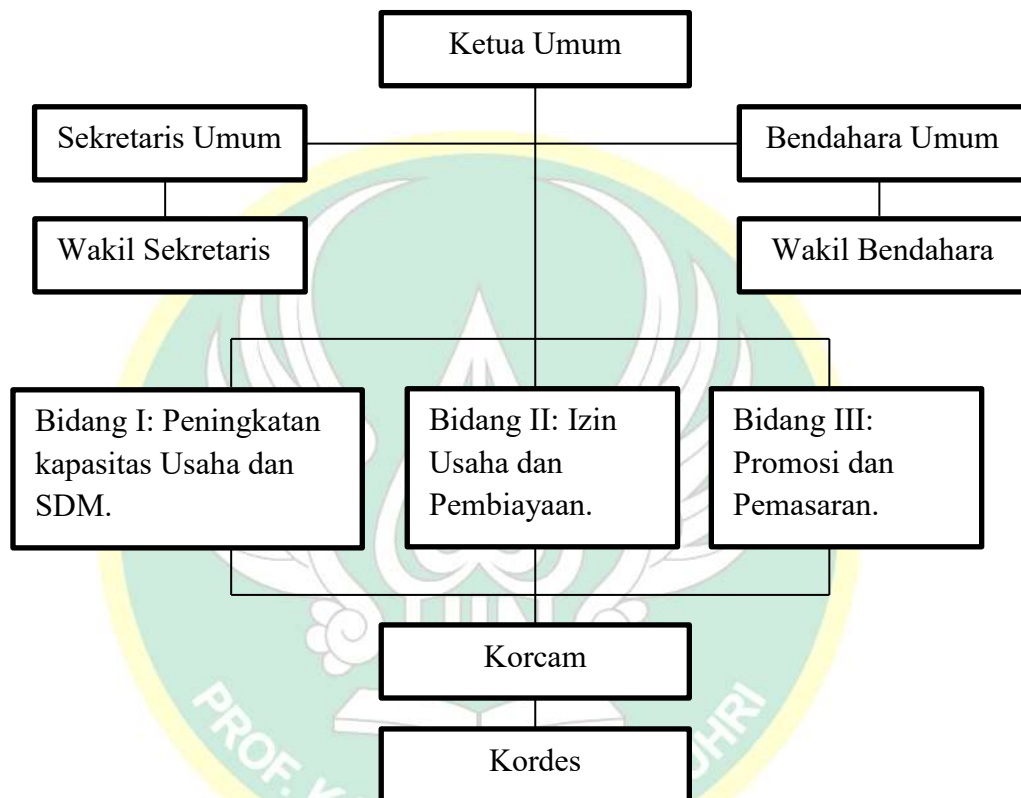
b. Penjabaran Misi

1. Mendistribusikan akses informasi dan kebijakan pemerintah terkait UMKM secara merata di Kabupaten Banyumas:
 - a) Pendistribusian secara merata segala informasi pelatihan maupun program kegiatan lainnya kepada anggota Aspikmas di 27 Kecamatan di Kabupaten Banyumas.
 - b) Setiap pelatihan maupun program pelatihan lainnya dapat tepat sasaran bagi anggota yang membutuhkan dan memenuhi kriteria.
 - c) Anggota mendapatkan pemerataan jenis pemberdayaan (pendampingan dan pelatihan).
2. Menjadikan pengusaha mikro kecil dan menengah yang tergabung dalam Aspikmas agar dapat naik kelas.
 - a) Meningkatkan omset usaha anggota.
 - b) Meningkatkan kelengkapan legalitas usaha anggota.
 - c) Meningkatkan kualitas packaging setiap anggota.
 - d) Meningkatkan manajemen usaha anggota.
3. Menyelenggarakan program pendampingan dan pemberdayaan bagi pengusaha mikro kecil menengah agar memiliki daya saing yang *corporate*.
 - a) Mengubah *mindset* anggota dari *mindset* pedagang menjadi *mindset* pengusaha.

- b) Menyelenggarakan beragam pelatihan untuk menguatkan mental dan meningkatkan kemampuan manajerial anggota dalam dunia bisnis (Wawancara dengan Kukuh Prasetyo, 10 Agustus 2022).

4. Struktur Organisasi

Gambar 4.2
Struktur Kepengurusan Aspikmas



Sumber: Dokumentasi Aspikmas

5. Kepengurusan Umum

a. Pimpinan Organisasi

Penyelenggaraan roda organisasi Aspikmas dipimpin oleh seorang ketua umum dan dibantu oleh 3 (tiga) orang ketua yang memiliki tugas sebagai berikut:

1. Ketua Umum

Memastikan seluruh komponen dalam organisasi dapat melaksanakan tugas dan fungsinya masing-masing secara optimal, agar tercapai visi organisasi dalam rentang waktu periode yang telah ditentukan, yaitu 3 tahun.

2. Ketua satu

Membantu ketua umum dalam mengorganisasikan pada bidang I, yaitu meliputi pengelolaan SDM para staf bidang maupun program kegiatan agar seluruh program kerja dapat terselenggara dengan optimal dan profesional.

3. Ketua dua

Bertugas untuk membantu ketua umum dalam mengorganisasikan pada bidang II, yaitu meliputi perizinan usaha para staf bidang maupun program kegiatan agar seluruh program kerja dapat terselenggara secara optimal dan profesional.

4. Ketua tiga

Memiliki fungsi untuk membantu ketua umum dalam mengorganisasikan bidang III, yaitu meliputi promosi dan pemasaran para staf bidang maupun program kegiatan agar seluruh program kerja dapat terselenggara dengan optimal dan profesional.

b. Kerumahtanggaan

Kerumahtanggaan dalam Aspikmas dilaksanakan oleh sekretaris umum dan bendahara umum yang masing-masing dibantu oleh 1 (satu) orang wakil, berikut tugasnya yaitu:

1. Sekretaris umum dan wakil sekretaris bertugas untuk melaksanakan fungsi kesekretariatan, yang meliputi:
 - a) Menyusun dan membendaharakan segala dikumen resmi organisasi, seperti dokumen AD/ART, rencana strategis dan surat keputusan.
 - b) Mengelola segala pekerjaan surat menyurat, baik surat internal maupun eksternal.
 - c) Mengelola database anggota yaitu mengklasifikasikan berdasarkan jenis usahanya.
 - d) Sebagai penanggung jawab pelaksanaan rapat rutin pengurus.
 - e) Sebagai protokoler pelantikan Aspikmas.
2. Bendahara umum dan wakil bendahara bertugas untuk melaksanakan fungsi tata kelola keuangan organisasi, yaitu:
 - a) Menyimpan dan mengelola data kas organisasi.

- b) Melakukan pencatatan setiap transaksi keuangan, baik masuk maupun keluar.
- c) Melakukan rekap pembayaran iuran registrasi anggota.
- d) Mendistribusikan atribut fasilitas anggota seperti pin dan ID *card*.
- e) Melakukan pencocokan data registrasi anggota antara Aspikmas kabupaten maupun Aspikmas kecamatan.

c. Bidang-bidang

Aspikmas menyusun 3 (tiga) bidang sebagai strategi kerja utama organisasi, yaitu antara lain:

1. Bidang I: peningkatan kapasitas usaha dan SDM merupakan bidang yang bertugas untuk mengkaji secara mendalam mengenai kebutuhan maupun permasalahan para pengusaha UMKM, kemudian merumuskan program yang tepat sebagai alternatif solusi atas permasalahan atau kebutuhan tersebut. Deskripsi kerjanya:
 - a) Menyusun rencana program pelatihan terstruktur dan berkelanjutan bagi pengusaha UMKM.
 - b) Menyelenggarakan program pelatihan sesuai dengan rencana yang telah disusun.
 - c) Melakukan pembinaan dan pendayagunaan sumber daya manusia.
 - d) Melakukan rekrutmen dan seleksi calon peserta pelatihan.
 - e) Menyusun dan membendaharakan database peserta segala jenis program pelatihan.
2. Bidang II: izin usaha dan pembiayaan yang merupakan bidang yang bertugas untuk memberikan pendampingan segala jenis usaha serta membantu mengakselerasi akses permodalan bagi pengusaha UMKM melalui kolaborasi dengan lintas sektoral. Deskripsi kerjanya:
 - a) Menyusun rencana program pendampingan pengurusan izin usaha secara berkala (IUMK/NIB, PIRT, Halal, Merk, dll).
 - b) Menjalin dan mengelola hubungan kerja sama dengan lembaga keuangan dalam kepentingan akses permodalan UMKM.

- c) Menjalin dan mengelola hubungan kerja sama dengan perusahaan pemerintah seperti BUMN dan BUMD maupun perusahaan swasta untuk mengakses program *corporate social responsibility* (CSR) yang kemudian diolah sebagai fasilitas pembiayaan UMKM.
 - d) Mengolah database anggota menjadi beberapa kluster usaha bersama sekretaris umum.
 - e) Menyusun dan membendaharakan database peserta segala jenis program pendampingan pengurusan izin usaha.
3. Bidang III: promosi dan pemasaran merupakan bidang usaha yang bertugas untuk mengakselerasi jaringan pemasaran produk UMKM melalui kolaborasi dengan lintas sektoral. Deskripsi kerjanya:
- a) Menyusun rencana program promosi dan pemasaran secara terstruktur dan berkelanjutan.
 - b) Menjalin dan mengelola hubungan kerja sama dengan lintas sektoral untuk mengembangkan jaringan pemasaran produk UMKM.
 - c) Menyelenggarakan program kegiatan promosi dan pemasaran secara *online* ataupun *offline*.

d. Koordinator Kecamatan (Korcama)

Korcama adalah bagian dari pengurus Aspikmas yang mempunyai fungsi sebagai penyalur informasi dari Aspikmas di kabupaten kepada Aspikmas kecamatan dan sebaliknya, dan sebagai support system bagi pengurus Aspikmas Kecamatan. Deskripsi kerjanya:

1. Mendistribusikan informasi dari Aspikmas kabupaten kepada Aspikmas kecamatan dan juga sebaliknya.
2. Memberikan pendampingan dan supervisi kepada pengurus Aspikmas kecamatan agar program kerja yang sudah disusun bisa dilaksanakan secara baik dan menghasilkan manfaat bagi para pelaku UMKM.

e. Koordinator Desa (Kordes)

Kordes yaitu bagian dari pengurus Aspikmas di koordinator kecamatan yang berperan untuk menyalurkan informasi dari Aspikmas kecamatan kepada pelaku UMKM. Deskripsi kerjanya:

1. Menjadikan kepanjangan tangan, melaksanakan program kerja yang merupakan turunan dari pengurus Aspikmas kabupaten ataupun pengurus Aspikmas kecamatan.
2. Menyampaikan informasi dari pengurus Aspikmas kabupaten melalui pengurus Aspikmas kecamatan kepada para pengusaha UMKM di masing-masing desa.

6. Pengurus Aspikmas Masa Bakti 2020-2023

Pengukuhan kepengurusan Aspikmas dilaksanakan pada hari Selasa, 28 Juli 2020 dengan susunan nama sebagai berikut:

- a. Ketua Umum : Pujiyanto, S.E
- b. Ketua I : Sri Waryanti
- c. Ketua II : Drs. Bagus Hermono, M.Pd., M.M
- d. Ketua III : Faozan Aminudin
- e. Sekretaris Umum : Kukuh Prasetyo, S.E
- f. Wakil Sekretaris Umum : Siti Rosiana
- g. Bendahara Umum : Sumiyati
- h. Wakil Bendahara Umum : Yuni Susanti
- i. Dewan pengarahan : Susilowati Mukti Astuti dan Siti Halimah, S.H
- j. Bidang I : Suyati dan Desy
- k. Bidang II : Zakaria Asidiq, S.Pd dan Indra SIP
- l. Bidang III : Wahyu Cahyoko dan Irfan Bahtiar
- m. Korcam di 27 Kecamatan di Kabupaten Banyumas (Wawancara dengan Pujiyanto, 12 Agustus 2022).

B. Strategi Aspikmas Dalam Mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas

Aspikmas merupakan salah satu organisasi atau wadah bagi seluruh pengusaha UMKM yang ada di Kabupaten Banyumas untuk mengembangkan UMKM. Aspikmas sebagai mitra dari Dinas Koperasi dan UMKM dan sangat terkait dalam melakukan pendampingan pengembangan terhadap pengusaha usaha kecil dan menengah serta membantu memaksimalkan program-program yang

dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM dalam melaksanakan salah satu tugasnya yaitu memberikan pelatihan dan pendampingan terhadap pengusaha UMKM di Kabupaten Banyumas dalam mengembangkan UMKM. Selain itu juga dibentuknya Aspikmas merupakan perhatian khusus dari pemerintah kepada pengusaha UMKM dalam mendukung perekonomian masyarakat. Terutama keberadaan UMKM ini berdampak langsung pada peningkatan taraf hidup masyarakat menengah kebawah. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Pujianto selaku ketua umum Aspikmas:

“...Tujuan awal lahirnya Aspikmas itu karena sebelumnya di Banyumas belum ada wadah untuk mengembangkan UMKM ya mba, disamping itu juga banyak permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha sehingga pemerintah melalui dinas terkait memang dibutuhkan mitra strategi pemerintah dalam berupaya melakukan pendampingan dalam pengembangan UMKM. Karena kalo dari pihak pemerintah pasti terbatas waktu dan sebagainya, padahal peran mereka dalam pemberdayaan UMKM itu engga simple dikarenakan jumlah UMKM di Banyumas sangat banyak. Sehingga di inisiatif dibentuk wadah sebagai pemerintah untuk mengoptimalkan peran mereka dalam pengembangan dan pelatihan UMKM...” (Wawancara dengan Pujianto, ketua umum Aspikmas, 12 Agustus 2022).

Aspikmas menaungi UMKM yang ada di Kabupaten Banyumas dengan bantuan Korcam dan Kordes di setiap daerah. Tetapi, untuk saat ini kepengurusan Aspikmas yang ada di desa belum selengkap susunan pengurus yang ada di Aspikmas kecamatan dan kabupaten. Sesuai dengan susunan kepengurusan Aspikmas yaitu ketua umum, sekretaris, bendahara, dan dibentuknya 3 bidang utama dalam Aspikmas yaitu bidang I: peningkatan kapasitas usaha dan SDM, bidang II: izin usaha dan pembiayaan, dan bidang III: promosi dan pemasaran. Adapun strategi yang dilakukan Aspikmas berdasarkan 3 bidang tersebut dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas sebagai berikut:

1. Bidang I: program peningkatan kapasitas usaha dan SDM

Peningkatan kapasitas usaha dan SDM merupakan salah satu program strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas. Di dalam Aspikmas program ini dipegang oleh bidang satu. Pada bidang ini strategi yang dilakukan Aspikmas dalam mengembangkan UMKM yaitu dengan melakukan program pelatihan-pelatihan dan pendampingan kepada pelaku

UMKM, baik dari program pemerintah, mandiri, lembaga terkait dan dari kampus-kampus di Purwokerto. Bentuk pelatihan dan pendampingan ini berguna untuk mengembangkan atau membuka usaha baru bagi para pelaku UMKM. Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan oleh Aspikmas kepada pelaku UMKM setiap 3-4 kali setiap bulan. Berikut program strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM pada bidang satu, yaitu:

Tabel 4.1
Strategi Program Bidang I

No	Sasaran	Program	Kegiatan
1.	Informasi terdistribusi merata	Pemerataan akses informasi	Pendistribusian informasi secara merata.
2.	UMKM <i>go online</i>	1. Membangun dan persiapan UMKM <i>go online</i> . 2. Pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi	1. Pelatihan foto produk 2. Pelatihan pengelolaan media sosial
3.	UMKM <i>akuntable</i>	Pengelolaan pencatatan keuangan UMKM	Pelatihan manajemen keuangan sederhana
4.	Kesadaran pentingnya <i>packaging</i> dan <i>branding</i> UMKM	Peningkatan kualitas <i>packaging</i> dan <i>branding</i> UMKM	Pelatihan <i>packaging</i> dan <i>branding</i>

Sumber: Dokumentasi Aspikmas

Dari tabel di atas terlihat bahwa pada bidang satu terdapat 5 (lima) program strategi dalam mengembangkan UMKM yaitu pemerataan akses informasi, mempersiapkan UMKM *go online* dan pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi, pencatatan keuangan, dan peningkatan *packaging* dan *branding* pada UMKM.

Program strategi pertama yaitu pemerataan akses informasi yang bertujuan agar informasi dari pusat dapat terdistribusikan secara merata kepada seluruh pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas. Sehingga para pelaku usaha dapat mengetahui informasi langsung mengenai Aspikmas dalam mengembangkan UMKM-nya. Jadi untuk urutan pendistribusian informasi dari Aspikmas agar sampai kepada pelaku UMKM dimulai dari Aspikmas Kabupaten selanjutnya disampaikan kepada Aspikmas Kecamatan, lalu Kordes dari Kordes sampai ke Anggota. Alasan mengapa para anggota Aspikmas tidak datang langsung untuk mendengarkan informasi dari Aspikmas Kabupaten yaitu karena banyaknya UMKM yang berada di Kabupaten Banyumas dan tujuan adanya koordinasi kecamatan dan koordinasi desa untuk membantu mempermudah pemerintah dalam menjangkau UMKM hingga ke desa-desa.

Program strategi kedua adalah mempersiapkan UMKM *go online*. Pada bidang ini para pelaku UMKM diajarkan cara membuat foto produk yang bagus agar terkesan dan menarik konsumen sehingga usahanya dapat berkembang. Aspikmas melakukan pelatihan-pelatihan foto produk kepada pelaku UMKM agar hasilnya bagus dan konsumen menjadi tertarik dalam pembelian produk tersebut. Tujuan diadakannya pelatihan ini dari Aspikmas yaitu dalam rangka membekali para pelaku UMKM terkait dengan teknik pengambilan foto, pengenalan *background* foto sampai tahap *editing* foto, sehingga dengan hasil foto produk yang bagus akan menarik minat beli konsumen sehingga usahanya bisa berkembang. Dari pihak kampus di Purwokerto seperti Amikom juga ikut serta dalam menyumbangkan suatu tempat *background* untuk foto produk agar foto yang dihasilkan bagus.

Program strategi ketiga yaitu pelatihan pengelolaan media sosial. Adanya pelatihan ini pada Aspikmas bertujuan agar memudahkan para pelaku UMKM yang tergabung Aspikmas dalam melakukan kegiatan promosi untuk mengembangkan UMKMnya. Seperti dibuatkannya akun media sosial instagram Aspikmart untuk memasarkan produk-produk pelaku UMKM. Tidak hanya itu di Aspikmas para pelaku UMKM juga diajarkan cara mempromosikan produknya pada whatapps bisnis. Dengan diberikannya pelatihan promosi ini kepada pelaku

UMKM yang tergabung Aspikmas maka sedikit demi sedikit produk mereka akan dikenal banyak orang sehingga usaha mereka dapat berkembang. Karena saat ini perkembangan teknologi semakin pesat, sehingga media sosial menjadi sarana promosi yang paling menarik dan sudah banyak terkenal di kalangan masyarakat. Sehingga Aspikmas mempunyai strategi dalam membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Sehingga sangat penting bagi para pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas agar tau bagaimana cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi agar tetap bisa menyesuaikan dengan kondisi saat ini.

Program strategi keempat, yaitu pengelolaan pencatatan keuangan UMKM. Pada strategi ini program Aspikmas tujuannya agar para pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas mampu membuat pencatatan keuangan usaha mereka masing-masing. Disini Aspikmas mengajarkan para pelaku UMKM cara membuat pencatatan keuangan yang sederhana misalnya mampu membuat necara laba rugi agar dapat membantu mengetahui untung atau tidaknya usaha mereka, dan hasil dari penjualan setiap bulannya. Karena jika seorang pengusaha yang tidak mengetahui usahanya untung atau tidak untung, maka sulit untuk mengembangkan usahanya. Dan jika usaha yang ada hanya mendatangkan kerugian, maka dapat membuat peluang usaha tersebut gulung tikar. Karena bagi sebagian pengusaha kecil, mereka menganggap bahwa tidak perlu mempunyai catatan keuangan. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Shynta selaku pelaku UMKM:

“...Catatan keuangan seperti itu saya tidak punya mba, karena usaha saya hanya usaha kecil, jadi sepertinya tidak membutuhkan buku catatan keuangan. Kalaupun punya juga sepertinya tidak ada waktu untuk mencatatnya, kalau setiap ada yang beli harus dicatat, keburu lupa mba...” (Wawancara dengan Shynta, pelaku UMKM, 15 Agustus 2022).

Program strategi kelima, yaitu peningkatan kualitas *packaging* dan *branding* pada UMKM. Pada strategi program ini para pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas diajarkan cara membuat *packaging* yang semenarik mungkin sebagai sumber informasi bagi konsumen dan daya tarik agar produk mampu bersaing dengan produk lainnya. Diajarkan untuk membangun sebuah

identitas *brand* atau merek yang meliputi nama dagangannya, logo dagangannya, karakternya dan persepsi konsumen tentang brand tersebut. Dengan adanya pelatihan tentang *packaging* dan *branding* yang baik bertujuan dapat menambah pengetahuan bagi para pelaku UMKM di Banyumas bahwa kedua hal tersebut berpengaruh terhadap nilai dari barang produksi dalam mengembangkan usahanya. Hal tersebut sehingga dapat menarik minat beli konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Sumarno selaku pelaku UMKM:

“...Awalnya saya kira karena usaha saya masih kecil jadi tidak terlalu diperlukan label merk ya mba, yang pentingkan kualitas produk dagangan saya dan pengemasannya juga lumayan rapi dan bersih. Tetapi setelah saya mengikuti pelatihan, ternyata merk juga sangat penting, sekalipun produk saya bagus tetapi kalau belum ada merk terasa kurang menarik konsumen dalam membeli produk saya. Dan untungnya saat membuat label untuk produk saya, saya dibantu dan diarahkan oleh pengurus Aspikmas jadi saya tidak kebingungan...” (Wawancara dengan Sumarno, pelaku UMKM, 18 Agustus 2022).

Dari kelima program strategi pada bidang satu tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM yaitu dengan fokus terhadap penyaluran segala informasi dan pelaksanaan program pelatihan baik itu pengelolaan catatan keuangan, ataupun tentang *packaging* dan *branding* yang nantinya dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha para pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Banyumas.

2. Bidang II: program perizinan usaha dan pembiayaan

Strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM selanjutnya yaitu dengan mempermudah akses perizinan usaha dan akses permodalan kepada pelaku UMKM. Hal ini sesuai dengan program strategi Aspikmas selanjutnya yaitu perencanaan, fasilitas usaha dan pembiayaan. Pada strategi program perencanaan, fasilitas usaha dan pembiayaan yang dimaksud Aspikmas adalah dengan lebih fokus terhadap program perizinan usaha yang menjadi syarat penting UMKM dalam mendirikan sebuah usaha, dan pembiayaan dalam arti menjembatani para pelaku UMKM dalam mencari modal tambahan atau modal dari luar. Bidang strategi ini dilakukan Aspikmas kepada pelaku UMKM setiap 4-5 kali dalam sebulan. Guna memastikan bahwa semua pelaku UMKM di

Kabupaten Banyumas telah mempunyai perizinan usaha. Berikut Program strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM pada bidang dua, yaitu:

Tabel 4.2
Strategi Program Bidang II

No.	Sasaran	Program	Kegiatan
1.	Legalitas usaha	Sosialisasi perizinan UMKM	Melakukan sosialisasi perizinan kepada pelaku UMKM
2.	Perizinan UMKM meningkat	Pendampingan perizinan UMKM	Melakukan pendampingan perizinan usaha
3.	Pemerataan program pembiayaan	Sosialisasi akses pembiayaan usaha	Membantu UMKM dalam mempermudah program pembiayaan usahanya.

Sumber: Dokumentasi Aspikmas

Program strategi pertama pada bidang dua yaitu tentang sosialisasi perizinan UMKM. Pada program strategi kegiatan sosialisasi ini para pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas diinformasikan tentang apa itu legalitas usaha dan pentingnya legalitas suatu usaha bagi pengembangan UMKM. Sosialisasi ini disampaikan oleh pemegang bidang dua pada Aspikmas secara merata dari Aspikmas pusat ke Korcam dan agar sampai ke pelaku UMKM.

Program strategi kedua yaitu tentang pendampingan perizinan usaha. Salah satu strategi Aspikmas yang penting dalam mengembangkan UMKM yaitu dengan adanya legalitas usaha. Pada bidang ini para pelaku UMKM yang tergabung Aspikmas dibantu dalam pembuatan perizinan usaha. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Indra selaku pemegang bidang II:

“...Legalitas usaha sekarang menjadi salah satu persyaratan untuk banyak kepentingan, misalnya suatu produk bisa masuk ke market modern, dan untuk mengikuti program-program dari pemerintah juga diwajibkan harus sudah ada izin usaha...” (Wawancara dengan Indra, pemegang bidang II, 19 Agustus 2022).

Disamping itu juga pada bidang dua para pelaku UMKM Banyumas dibantu dalam pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha). Supaya semua anggota Aspikmas mempunyai NIB. NIB adalah identitas atau tanda pengenalan bagi pelaku usaha, baik perorangan ataupun kelompok. NIB juga dikatakan sebagai modal awal dan kunci bagi seorang pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Indra selaku pemegang bidang II:

“...NIB itu sangat penting mba bagi pelaku UMKM, bisa diibaratkan sebagai NIK kalo kependudukan, kalau penduduk kan mempunyai NIK, nah kalo pengusaha harus mempunyai NIB sekarang. Bukan hanya sekedar surat penting, tetapi NIB juga menjadi syarat penting bagi pelaku UMKM yang ingin mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) ke bank atau tempat pinjaman uang yang setara...” (Wawancara dengan Indra, pemegang bidang II, 19 Agustus 2022).

Selain NIB juga terdapat perizinan lainnya yaitu Produk Industri Rumah Tangga (PIRT). PIRT adalah sebuah sertifikat dari dinas kesehatan yang dilihat dari penilaian standarisasi keamanan, mutu, dan gizi pangan. PIRT berlaku untuk makanan kemasan yang bertahan paling lama tujuh hari. Dalam pelaksanaannya proses pembuatan PIRT menjadi lebih mudah melalui pendampingan dari Apikmas. Pada strategi ini, dengan adanya Aspikmas sebagai perantara pemerintah dengan pelaku UMKM dapat memudahkan akses para pelaku usaha dalam pembuatan izin usaha. Tidak hanya dalam mengakses perizinan, tetapi juga dimudahkannya pembuatan surat izin PIRT yang nantinya akan berpengaruh terhadap jangkauan pasar pelaku usaha menjadi lebih luas, karena produk yang dihasilkan dapat dipasarkan ke lingkup yang lebih luas lagi agar dapat mengembangkan UMKM.

Program strategi ketiga adalah tentang sosialisasi akses pembiayaan usaha. Pada strategi ini Aspikmas menjembatani para pelaku UMKM dalam mengakses modal tambahan dari pihak lain salah satunya yaitu bank. Salah satu cara Aspikmas yang dilakukan dalam membantu pelaku UMKM yaitu dengan memudahkan akses modal tambahan seperti pembuatan NIB. Karena dengan

adanya NIB pelaku UMKM akan lebih mudah untuk mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang nantinya dapat digunakan untuk keperluan dalam mengembangkan usahanya. Dalam strategi program pembiayaan ini juga terdapat dana bergulir dari pemerintah daerah yang sudah tersalurkan. Dana bergulir ini berupa pinjaman uang tunai yang bunganya sangat sedikit sehingga para pelaku UMKM mendapatkan pinjaman modal tanpa takut mendapatkan bunga yang besar yang nantinya akan membuat pelaku UMKM sulit untuk mengembalikan pinjaman tersebut. Syaratnya untuk mendapatkannya yaitu dibutuhkan NIB dan mempunyai sebuah usaha yang aktif.

Dari ketiga program strategi Aspikmas tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM yaitu dengan mempermudah pelaku UMKM dalam melakukan perizinan usaha dan permodalannya. Karena disini Aspikmas memfasilitasi sepenuhnya kepada pelaku UMKM yang tergabung Aspikmas dalam proses perizinan usaha dan kegiatan yang dilaksanakan secara gratis. Setelah melakukan proses pendampingan perizinan usaha nantinya pelaku UMKM yang sudah mempunyai izin usaha resmi dari pemerintah akan lebih mudah untuk mengakses modal tambahan dari pihak lain. Salah satunya yaitu bank, karena untuk sebuah usaha yang ingin mengajukan pinjaman ke bank harus sudah mempunyai surat izin usaha. Sehingga mudahnya akses dalam pembuatan izin usaha akan mempermudah pelaku UMKM untuk mengakses modal tambahan dalam mengembangkan usahanya.

3. Bidang III: promosi dan pemasaran

Program strategi Aspikmas pada bidang tiga yaitu tentang promosi dan pemasaran. Dengan adanya program strategi tersebut Aspikmas dalam mengembangkan UMKM berperan dalam memperluas jaringan pemasaran bagi para pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas. Pada bidang promosi dan pemasaran ini dilakukan oleh Aspikmas kepada pelaku UMKM seriap 4-5 kali dalam sebulan. Karena banyak dari pelaku UMKM yang masih kurang memahami pentingnya menggunakan media sosial untuk pemasarannya. Berikut program strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM pada bidang tiga, yaitu:

Tabel 4.3
Strategi Program Bidang III

No.	Sasaran	Program	Kegiatan
1.	Meluasnya akses pemasaran usaha	Pembuatan web atau akun media sosial	Membuat web atau media sosial untuk memasarkan produk UMKM
2.	Meluasnya kerjasama Aspikmas dengan outlet penjualan produk	Menjalin kerjasama dengan pengusaha atau pemilik toko untuk menjual produk UMKM	Silaturahmi dan MOU kerjasama penjualan produk UMKM

Sumber: dokumentasi Aspikmas

Program strategi Aspikmas pertama pada bidang promosi dan pemasaran. Pada program strategi ini Aspikmas membantu para pelaku UMKM dengan melakukan pembuatan web atau media sosial sebagai sarana promosi yang membantu bagi para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya agar dapat mengembangkan usahanya. Dalam pelaksanaan kegiatan promosi dan pemasaran produk UMKM dimulai dengan dibuatkannya media sosial sebagai wadah memasarkan produknya untuk semua anggota Aspikmas yang berada di bawah pengelolaan ketua bidang tiga. Akun media sosial yang sudah dibuat berupa akun instagram dengan nama (katalogumkmbanyumas). Di bidang ini juga para pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas diajak untuk bergeser dari *whatsapp* biasa ke *whatsapp* bisnis dan diajarkan bagaimana cara membuat pintasan chat yang cepat melalui *whatsapp* bisnis, seperti menjawab pertanyaan tentang harga dan produk apa saja yang dijual. Dengan adanya kegiatan promosi melalui instagram dan *whatsapp* ini membuat pelaku UMKM merasa sangat terbantu, terlebih lagi bagi pelaku UMKM yang belum memahami tentang *digital marketing*. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Shynta selaku pelaku UMKM:

“...Saya kalo promosi paling lewat mulut ke mulut ya mba, sama lewat whatsapp, karena saya memang hanya punya aplikasi whatsapp saja. Tetapi setelah dibuatkan akun instagram khusus untuk promosi produk dari pelaku UMKM yang tergabung dengan Aspikmas, saya jadi merasa senang dan cukup terbantu, jadikan nantinya yang tahu produk saya nambah mba, tidak hanya tetangga sekitar dan teman-teman yang ada di whatsapp saja...” (Wawancara dengan Shynta, pelaku UMKM, 15 Agustus 2022).

Program strategi kedua yaitu dengan menjalin kerjasama dengan pengusaha atau pemilik toko untuk menjual produk UMKMnya. Pada program ini Aspikmas pada bidang ketiga bertugas untuk menjalin relasi dengan toko-toko, rumah makan, dan warung-warung yang ada di Banyumas guna membantu para pelaku UMKM dalam memasarkan produk usahanya agar dapat mengembangkan UMKMnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Wahyu selaku pemegang bidang III:

“...Jadi disini Aspikmas mencari tempat yang berkenan untuk dititipkan produk yang sudah kita produksi. Karena sebagian besar produk UMKM di Banyumas adalah olahan makanan, jadi kita mencari warung kecil, toko-toko atau rumah makan terdekat untuk coba menitipkan produk hasil UMKM...” (Wawancara dengan Wahyu, pemegang bidang III, 18 Agustus 2022).

Dari program strategi Aspikmas di atas dapat disimpulkan bahwa strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas yaitu dengan membantu para pelaku UMKM dalam perluasan jaringan pemasaran yang dibuktikan dengan adanya pelatihan-pelatihan pengelolaan media sosial yang nantinya dapat membantu para pelaku UMKM untuk mempromosikan produk usahanya serta Aspikmas menjalin kerjasama antar pelaku usaha yang nantinya akan berpengaruh dalam memperluas dan mengembangkan usahanya.

C. Analisis Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang tentu diharamkan. Dalam konsep Al-Qur'an tentang bisnis juga sangat komprehensif, parameter yang dipakai tidak hanya menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut akhirat. Al-Qur'an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan untuk meraih sukses di dunia saja namun juga kesuksesan di akhirat. salah satu usaha yang

dilakukan oleh perusahaan yaitu harus mampu meningkatkan pengembangan UMKM tersebut. Aspikmas dalam mencapai perkembangan UMKM sudah sesuai dengan ekonomi Islam, yaitu:

1. Strategi bidang I: Peningkatan Kapasitas Usaha dan SDM

Pada bidang ini strategi yang dilakukan Aspikmas dalam mengembangkan UMKM yaitu dengan melakukan program pelatihan-pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Islam memandang bahwa ilmu merupakan dasar dalam penentuan martabat dan derajat seorang dalam kehidupan. Alloh memerintahkan kepada Rasulullah untuk senantiasa meminta tambahan ilmu, karena dengan bertambahnya ilmu, akan meningkatkan pengetahuan seorang muslim terhadap berbagai dimensi kehidupan, baik urusan dunia ataupun agama. Sehingga para pelaku UMKM akan mendekatkan diri dan lebih mengenal Alloh SWT, serta meningkatkan kemampuan dan kompentensinya dalam menjalankan tugas pekerjaan yang dibebankan kepadanya.

Pelatihan (*training*) dalam segala bidang pekerjaan merupakan bentuk ilmu untuk mengembangkan sebuah usaha, di mana Islam mendorong umatnya untuk bersungguh-sungguh dan memuliakan pekerjaan (Danang, 2013). Alloh SWT berfirman dalam Q.S. At-Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Alloh dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Alloh) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

Di dalam Aspikmas para pelaku UMKM jelas mempunyai tambahan ilmu tentang bagaimana cara mengembangkan UMKM dengan baik, yaitu dengan pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh Aspikmas dalam membantu pelaku usaha seperti dibantu dalam cara melakukan legalitas usaha dengan mudah, dan dalam memasarkan produk UMKMnya. Selain bertambahnya ilmu para pelaku UMKM disana juga bisa menjalin tali persaudaraan dengan pelaku UMKM yang lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Siti Mu'minah selaku pelaku UMKM:

“...Program pelatihan yang ada di Aspikmas ini sangat membantu kami para pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mba, bisa menambah ilmu pengetahuan saya tentang UMKM dan juga bisa menjalin hubungan baik dengan para pelaku UMKM yang lain juga, karena Aspikmas sering melakukan pelatihan dengan mengumpulkan para pelaku UMKM disetiap kecamatan sehingga kami bisa saling mengenal satu sama lain dan saling bekerjasama...” (Wawancara dengan Siti Mu'minah, selaku pelaku UMKM, 20 Agustus 2022).

Alloh SWT berfirman dalam Q.S Al-Hujurat ayat 10:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: *"Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat."*

2. Strategi Bidang II: Perizinan dan pembiayaan usaha

Pada bidang ini strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM yaitu dengan membantu melakukan perizinan usaha dan pembiayaan usaha kepada para pelaku UMKM. Pentingnya melakukan perizinan usaha kepada pelaku usaha sangat membantu pelaku usaha untuk mempermudah dalam mengembangkan usahanya. Misalnya, ketika pelaku usaha ingin bekerjasama dengan pengusaha lain, dan jika sudah memiliki surat izin usaha, pelaku usaha akan mendapatkan kemudahan dalam melakukan peminjaman dana pada pihak bank, serta akan mendapatkan pendampingan usaha dari pemerintah, mengadakan beberapa program pendampingan bagi para pelaku usaha kecil untuk mengajak mereka mengembangkan inovasi produk serta usahanya.

Dalam ekonomi Islam melakukan perizinan usaha sangat diwajibkan karena misal untuk produk olahan makanan, mulai dari PIRT, kemudian halal. Jadi untuk mengetahui produk makanan itu halal atau tidaknya untuk dikonsumsi konsumen. Karena dalam industri makanan itu sesuatu yang sangat berpengaruh terhadap kesehatan konsumen. Alloh SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: *“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”*

Di dalam Aspikmas para pelaku UMKM yang ada di Banyumas dibantu dalam melakukan pendampingan perizinan usaha, seperti dengan adanya legalitas usaha, misalnya pembuatan NIB, PIRT, dan halal. Sehingga para pelaku usaha mempunyai izin usaha dari pemerintah, yang nantinya akan berpengaruh pada produk UMKM yang akan dipasarkan kepada konsumen. Suatu produk jika sudah jelas kehalalannya, konsumenpun tidak akan ragu dalam membeli produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Sumarno selaku pelaku UMKM:

“...Di Aspikmas saya senang di bantu dalam perizinan usaha mba, walaupun usaha saya masih usaha kecil tetapi menurut saya kalo udah ada izin usaha kan jadi jelas, usaha saya sudah halal untuk dikonsumsi oleh konsumen. Apalagi usaha saya ini kan usaha makanan. Jadi, yang tadinya sebelum adanya Aspikmas izin usaha dilakukan sendiri, ribet sendiri, semenjak ada Aspikmas jadi kebantu...” (Wawancara dengan Sumarno, selaku pelaku UMKM, 18 Agustus 2022).

Selain itu, Aspikmas juga membantu dalam program pembiayaan usaha. Dengan dimudahkannya dalam pembuatan NIB maka nantinya pelaku UMKM akan mudah dalam mengajukan KUR (Kredit Usaha Rakyat). Dalam program ini juga terdapat dana bergulir dari pemerintah daerah yang sudah disalurkan. Dana bergulir ini berupa pinjaman uang tunai yang bunganya sangat sedikit, sehingga pelaku UMKM mendapat pinjaman modal tanpa takut mendapatkan bunga yang besar yang nantinya akan membuat pelaku UMKM kesulitan untuk mengembalikan pinjaman tersebut. Jadi pinjaman modal tersebut jelas terbebas dari unsur riba yang akan memberatkan pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Siti Mu'minah selaku pelaku UMKM:

“...Saya bersyukur sekali mba bisa dibantu Aspikmas untuk mendapatkan pinjaman dengan bunga yang sangat kecil. Kemarin saya mendapat pinjaman 2 juta dengan jangka waktu 2 tahun dan untuk cicilan per bulannya hanya Rp 87.500, jadi bisa dihitung dalam waktu 2 tahun bunganya hanya 100 ribu mba, jadi bagi saya itu dapat sedikit membantu usaha saya ini...” (Wawancara dengan Siti Mu'minah, pelaku UMKM, 20 Agustus 2022).

Alloh SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

3. Strategi Bidang III: Promosi dan pemasaran

Pada bidang ini strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM yaitu dengan membantu para pelaku UMKM dalam memasarkan produk UMKM-nya melalui media sosial serta membantu dalam memperluas jaringan pemasaran para pelaku UMKM, dengan bekerjasama dengan para pengusaha atau pemilik toko untuk menjual produk UMKM. Dalam ekonomi Islam mempromosikan suatu produk melalui media sosial harus didasari dengan kebenaran dan kejujuran. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelolaan harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan mengumbar sumpah atau iklan palsu (Alimin, 2004)

Di dalam Aspikmas media promosi dan pemasaran yang dilakukan yaitu dengan membantu pelaku UMKM dalam membuat akun media sosial yang didasari dengan kejujuran dan kebenaran dalam Islam. Dengan menginformasi suatu produk UMKM yang dipromosikan dengan jelas tanpa melebih-lebihkan produk yang dipasarkan tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Wahyu Cahyoko:

“...Di sini ya mba di Aspikmas para pelaku UMKMnya diajarkan cara mempromosikan produk UMKM dengan jelas, misalnya mempromosikan produk makanan, mereka menginformasikannya sesuai dengan keunggulan makanan tersebut tidak melebih-lebihkannya, agar konsumen yang membeli nantinya pun tidak kecewa apabila tidak sesuai dengan apa yang kita promosikan...” (Wawancara dengan Wahyu, pemegang bidang III, 18 Agustus 2022).

Selain itu juga Aspikmas membantu memperluas jangkauan pemasaran bagi para pelaku UMKM dengan cara melakukan kerjasama dengan pengusaha

atau pemilik toko untuk menjual produk UMKMnya. Allah Swt berfirman dalam Q.S Al-Maidah (5): 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ يَوْمَئِذٍ اللَّهُ إِتَّافٍ لِلْعَبَابِ

Artinya: “*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa sesama muslim harus saling tolong menolong dan saling menanggung kesulitan bersama dan Islam juga mendorong pemeluknya untuk saling meringankan beban saudaranya yang dilanda kesulitan.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai “Strategi Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (ASPIKMAS) Dalam Mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas Perspektif Ekonomi Islam”, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM adalah terdiri dari 3 (tiga) bidang kerja utamanya yaitu bidang pengembangan kapasitas usaha dan SDM, bidang perizinan usaha dan pembiayaan, serta bidang promosi dan pemasaran. Setiap bidang mempunyai strateginya masing-masing. Bidang pengembangan usaha dan SDM strateginya yaitu pelatihan-pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Bidang perizinan usaha dan pembiayaan, strateginya Aspikmas membantu pelaku UMKM dalam pembuatan perizinan usaha dan menjembatani para pelaku UMKM dalam mencari modal tambahan atau modal dari luar. Bidang promosi dan pemasaran strateginya Aspikmas membantu dalam memperluas jaringan pemasaran bagi para pelaku UMKM.
2. Strategi Aspikmas dalam mengembangkan UMKM tersebut dalam perspektif ekonomi Islam, yaitu:
 - a. Strategi bidang I yaitu peningkatan kapasitas usaha dan SDM, pada bidang ini terdapat pelatihan-pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Karena pelatihan (*training*) dalam segala bidang pekerjaan merupakan bentuk ilmu untuk mengembangkan sebuah usaha, dimana Islam mendorong umatnya untuk bersungguh-sungguh dan memuliakan pekerjaan. Dalam hal ini Aspikmas memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM berupa pelatihan foto produk, pelatihan pengelolaan media sosial, pelatihan *packaging* dan *branding*, dll.
 - b. Strategi bidang II yaitu perizinan dan pembiayaan usaha pada bidang ini Aspikmas membantu pelaku UMKM dalam pembuatan legalitas usaha

dan menjembatani pelaku UMKM dalam mencari modal tambahan. Dalam hal ini keberadaan Aspikmas membantu dengan adanya legalitas usaha, misalnya pembuatan NIB, PIRT, dan halal. Karena suatu produk jika sudah jelas kehalalannya, konsumen tidak akan ragu dalam membeli produk tersebut.

- c. Strategi bidang III yaitu promosi dan pemasaran pada bidang ini Aspikmas membantu para pelaku UMKM dalam memasarkan produk UMKMnya dan membantu memperluas jaringan pemasaran. Karena dalam ekonomi Islam mempromosikan suatu produk melalui media sosial harus di dasari dengan kebenaran dan kejujuran. Jadi di Aspikmas para pelaku UMKM diajarkan menginformasi suatu produk UMKM yang dipromosikan dengan jelas tanpa melebih-lebihkan produk yang dipasarkan tersebut.

B. Saran

Aspikmas sebagai mitra dinas pemerintah yang mempunyai tujuan untuk mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas sudah baik dan sesuai dengan syariah. Program kerja yang dijalankan oleh Aspikmas dapat membantu para pelaku UMKM. Akan tetapi, peneliti ingin memberikan sedikit saran yang didasarkan atas penelitian yang sudah dilakukan. Adapun sarannya yaitu:

1. Bagi pengurus Aspikmas khususnya pada setiap bagian bidang, sering-seringlah melakukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM agar pelaku usaha juga tetap semangat dalam mengembangkan usahanya.
2. Bagi anggota Aspikmas apabila dari pengurus Aspikmas menyarankan untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan, membuat legalitas usaha, ataupun memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi alangkah baiknya ikuti prosedurnya dengan baik, karena program-program yang dirancang oleh Aspikmas memang bertujuan untuk membantu dan memudahkan para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya sehingga nantinya seperti yang diharapkan Aspikmas, UMKM yang ada di Kabupaten Banyumas bisa naik kelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, D. (2020). *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Pertama. Yogyakarta: CV. Bintang Surya Madani.
- Adhiningsih, A. Hutami, Azzah A.A, dan Rizky Oktamara. (2016). *Strategi Pengembangan UMKM Pedesaan Menuju Entrepreneur Village Pada Pasar Global*. Jakarta: PKM-Gagasan Tertulis, Universitas Esa Unggul
- Alyas dan Muhammad Rakib. 2017. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)". *Jurnal Sosiohumaniora*. Vol. 19 No. 2 Hal 115
- Alimin, Muhammad, 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE. Hal. 274
- Anam, Khoirul Anam. 2019. "Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Di Kabupaten Jepara". *Jurnal*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Anggraeni, F.D., Hardjanto, I. dan Hayat, A. (2013) 'Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada', *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.1 No.6, pp. 1286–1295.
- Ardiansyah, Haris dan Ima Amaliah. 2015. "Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Cibuntu di Kecamatan Bandung Kulon Kota Bandung".
- Budiarto, Rachmawan. 2019. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press Anggota IKAPI
- Danang, Sunyoto. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: PT Buku Seru. Hal 139
- Dawwabah, Asyraf Muhammad. 2006. *Bisnis Rasulullah*. Semarang: Pustaka Nuun. Cet.ke 2. Hal 58-59
- Faradisa, Afina. 2021. "Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus: Kampung Batik Kemplong Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan)". *Skripsi*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus* (D. Ruslan & D. M. M. Effendi (eds.)). CV Jejak Publisher.
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_penelitian_penelitian_kualita/UVRtDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

- Hamid, Djamhur. 2015. *Kebijakan Bisnis*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Hanim, Lathifah dan Ms.Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dan Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: Unissula Press
- Idayu, Riyanthi, Mohamad Husni dan Suhandi. (2021). "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten". *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, Vol.7 No.1. Hal 80
- Istianda, Meita, dkk. 2015. *Pengembangan Organisasi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Kartini, T. (2019) 'Pengaruh Sistem Pembiayaan Mudharabah Terhadap Efektivitas UMKM', *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi: Jurnal Akuntansi*
- Malinda, Helen. 2017. "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)". *Skripsi*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung
- Mihani, dan Thomas. R. H. 2020. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dapur Etam Sejahtera Samarinda Dalam Meningkatkan Penjualan". *Jurnal Riset Inossa*. Vol. 2 No. 2
- Moleong, Lexy.J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rejama Rosdakarya. Hal 216
- Putra, Taranggana Gani. (2015). "Peran Pemerintah Daerah dan Partisipasi Pelaku Usaha dalam Pengembangan UMKM Manik-Manik Kaca di Kabupaten Jombang". Vol. 3 No. 1 Hal 5-6
- Putra, R.L, Lely Indah M, dan Firda H. 2018. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Ekonomi Kreatif Kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan (Studi Pada Dinas Peindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan)". *Jurnal Administrasi Publik*. Vol. 4 No. 1
- Putri Diaz, H.U., Canaldhy, R.S. dan Kencana, N. (2019) 'Peran Pemerintah Desa terhadap Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Pertumbuhan Ekonomi Lokal pada Industri Batu Bata (Studi Kasus Desa Ujanmas Baru Kec. Ujanmas Kabupaten Muara Enim)', *Jurnal Pemerintah dan Politik Global*, Vol. 04 No. 02.
- Rahim, H. A. R. dan Radjab, E. 2016. *Manajemen Strategi*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Rahmansyah, Sri Kasnelly dan Saymsuddin Abdullah. 2020. "Strategi Pengembangan Usaha Batik Pesona Adabinjai Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Tunggal III Kuala Tunggal". *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 3 Hal 39
- Saifudin, Muh Chusnul. (2019)." Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam. *At-Tujjar*. Vol 07 No. 02 Hal 23-25
- Soewadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suci, Yuli Rahmini. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. Vo.6 No.1. Hal 54-55
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sumarwoto. 2020. "Menyongsong Kebangkitan UMKM Banyumas Pada Era Adaptasi Baru" diakses 24 Maret 2022 dari <https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/menyongsong-kebangkitan-umkm-banyumas-pada-era-adaptasi-kebiasaan-baru/>, di akses pukul 15.20
- Surepi, Lenda, Azwar Rahmat dan Resi Julita. 2021. "Peranan Administrasi Bisnis Dalam Strategi Pengembangan Usaha". *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*. Vol .4 No. 1 Hal 3
- Susilawati, R. F. 2016. *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Susilo, E. S. 2011. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol 2 No. 1
- Undang, U. 2013. *Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengaah*. Yogyakarta: Pustaka Mahardika
- Zikrullah, Z., Nuringwahyu, S. dan Hardati, R.N. (2020) 'Efektivitas Program Corporate Social Responsibility Terhadap Pengembangan Umkm (Studi Kasus Pada CSR PT. Amman Mineral Nusa Tenggara)', *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), pp. 454–465.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

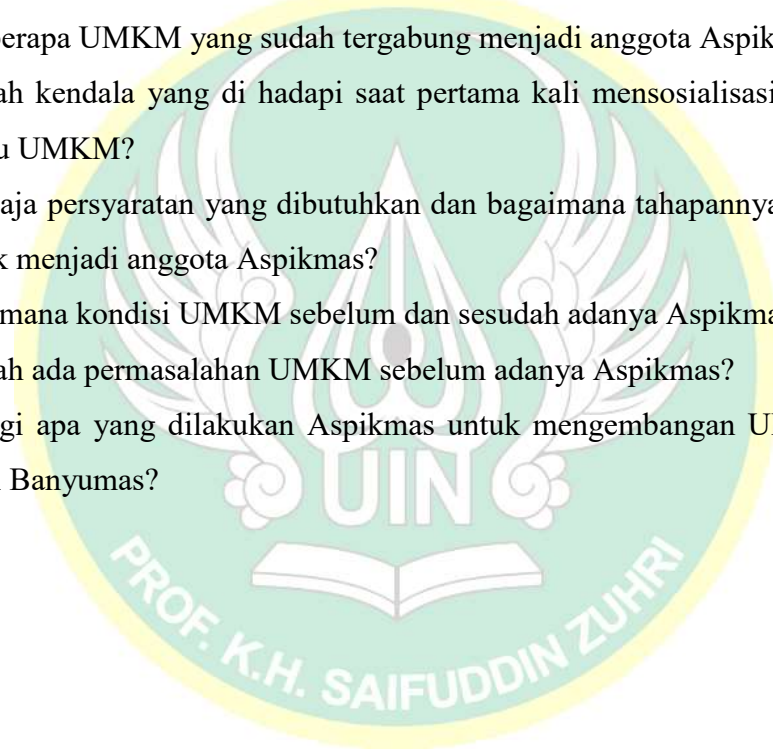
INSTRUMEN PEDOMAN PENELITIAN

PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PENGURUS ASPIKMAS

Nama : Pujianto

Jabatan : Ketua Apikmas

1. Apa tujuan diresmikannya Aspikmas di Banyumas?
2. Bagaimana awal sejarah berdirinya Aspikmas?
3. Ada berapa UMKM yang sudah tergabung menjadi anggota Aspikmas?
4. Adakah kendala yang di hadapi saat pertama kali mensosialisasikan kepada pelaku UMKM?
5. Apa saja persyaratan yang dibutuhkan dan bagaimana tahapannya untuk bisa masuk menjadi anggota Aspikmas?
6. Bagaimana kondisi UMKM sebelum dan sesudah adanya Aspikmas?
7. Apakah ada permasalahan UMKM sebelum adanya Aspikmas?
8. Strategi apa yang dilakukan Aspikmas untuk mengembangkan UMKM yang ada di Banyumas?

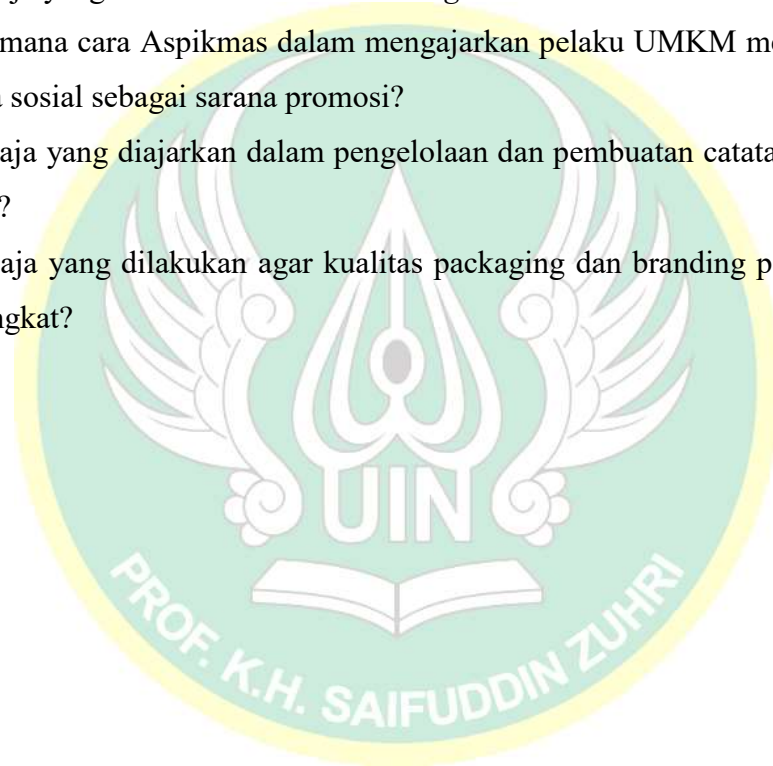


PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PENGURUS ASPIKMAS

Nama : Suyati

Jabatan : Divisi Bidang 1 (Bidang Pengembangan Usaha dan SDM)

1. Apa saja program kerja yang ada pada bidang pengembangan usaha dan SDM?
2. Apa saja yang dilakukan agar informasi dapat terdistribusi secara merata kepada pelaku UMKM?
3. Apa saja yang dilakukan dalam UMKM *go online*?
4. Bagaimana cara Aspikmas dalam mengajarkan pelaku UMKM menggunakan media sosial sebagai sarana promosi?
5. Apa saja yang diajarkan dalam pengelolaan dan pembuatan catatan keuangan usaha?
6. Apa saja yang dilakukan agar kualitas packaging dan branding pelaku usaha meningkat?



PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PENGURUS ASPIKMAS

Nama : Indra

Jabatan : Divisi Bidang II (Bidang Izin Usaha dan Pembiayaan)

1. Apa saja program kerja yang ada pada bidang izin usaha dan pembiayaan?
2. Apa saja yang dilakukan dalam mensosialisasikan perizinan kepada para pelaku UMKM?
3. Bagaimana cara Aspikmas dalam melakukan pendampingan perizinan usaha kepada para pelaku UMKM?
4. Apa yang dilakukan Aspikmas dalam program pembiayaan usaha?



PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PENGURUS ASPIKMAS

Nama : Wahyu Cahyoko

Jabatan : Divisi Bidang III (Bidang Promosi dan Pemasaran)

1. Apa saja program kerja yang dilakukan pada bidang promosi dan pemasaran?
2. Apa tujuan dari pembuatan web atau akun media sosial bagi pengembangan UMKM?
3. Bagaimana cara Aspikmas menjalin kerjasama dengan pengusaha atau pemilik toko untuk menjualkan produk UMKM?



**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PELAKU UMKM YANG
TERGABUNG DENGAN ASPIKMAS**

1. Apa alasan yang membuat tertarik untuk bergabung menjadi anggota Aspikmas?
2. Apa saja program dari Aspikmas yang diketahui?
3. Adakah perubahan yang di rasakan setelah dan sebelum bergabung menjadi anggota Aspikmas?



Lampiran 2

Hasil Wawancara

Dengan Pujianto Ketua Umum Aspikmas

- Peneliti : Apa tujuan di resmikannya Aspikmas di Banyumas?
- Responden : Tujuan awal lahirnya Aspikmas itu karena pemerintah melalui dinas terkait memang dibutuhkan mitra strategi pemerintah dalam berupaya melakukan pendampingan dan pemberdayaan UMKM. Kenapa? karena kalo teman-teman di pemerintah pasti terbatas waktu dan sebagainya, padahal peran mereka dalam pemberdayaan UMKM itu engga simple karena jumlah UMKM di Banyumas sangat banyak. Sehingga di inisiatif dibentuk wadah sebagai mitra pemerintah untuk mengoptimalkan peran mereka dalam pemberdayaan dan pelatihan UMKM.
- Peneliti : Ada berapa UMKM yang sudah tergabung menjadi anggota Aspikmas?
- Responden : Kalo yang sudah terregistrasi resmi angka pastinya ada di bendahara ya, tapi sekitar lebih dari 3.800, ini data dari beberapa tiga atau empat bulan yang lalu, otomatis sekarang sudah bertambah. Ini yang teregistrasi resmi ya, tapi yang dikita ada namanya simpatisan. Simpatisan adalah mereka yang sudah tergabung di grup tetapi belum registrasi resmi. Registrasi resmi kan harus banyar 50 ribu.
- Peneliti : Adakah kendala yang dihadapi saat pertama kali mensosialisasikan kepada pelaku UMKM?
- Responden : Pasti, karena itu organisasi baru yang kita belum punya nama, belum punya rekam jejak, maka tingkat kepercayaan teman-teman ke kita juga belum besar. Yang mana ketika traksnya belum besar, ketika kita akan melakukan program atau bergerak otomatis kita agak kurang mendapatkan support. Nah seiring berjalannya waktu dibekali, dibuatkan dengan surat edaran dari Sekda, dari pemerintah Banyumas itu sedikit banyak menambah traks masyarakat bahwa organisasi ini yang kemudian itu dirasakan oleh anggota. Sehingga akhirnya kita terus untuk itu.
- Peneliti : Apa saja persyaratan yang dibutuhkan untuk menjadi anggota Aspikmas?
- Responden : Gampang mba, mereka mempunyai usaha produktif levelnya mikro kecil menengah di Kabupaten Banyumas. Yang kedua, meregistrasi ke koordinator kecamatan masing-masing atau koordinator desa masing-masing dengan membayar 50 ribu rubiah begitu.
- Peneliti : Bagaimana kondisi UMKM sebelum dan sesudah adanya Aspikmas?
- Responden : Kalo sebelum adanya Aspikmas lebih banyak teman-teman yang belum tersentuh oleh program pemerintah atau belum mendapatkan manfaat-manfaat dari itu program pendampingan

pelatihan ataupun bantuan dari pemerintah itu, kenapa? Ya karena dulu belum ada wadahnya sehingga mungkin pemerintah kekurangan database yang valid untuk mereka mendistribusikan manfaat itu. Dan setelah adanya Aspikmas, kami mendistribusikan informasi, kebijakan atau program-program yang memang dibutuhkan untuk UMKM secara lebih proporsional di 27 kecamatan. Sehingga saat ini mereka yang belum pernah tersentuh sekarang malah jauh lebih banyak.

- Peneliti : Apakah ada permasalahan UMKM sebelum adanya Aspikmas?
 Responden : Masalah utama yang terjadi pada UMKM lebih ke modalnya ya mba. Karena modal itu awal dari memulainya sebuah usaha. Kurangnya modal bisa menyebabkan terhambatnya kegiatan produksi usaha tersebut. Kurangnya modal bisa menyebabkan terhambatnya kegiatan produksi usaha tersebut. Selain itu juga ada masalah lain, seperti para pelaku UMKM yang gaptek.
- Peneliti : Strategi apa yang dilakukan Aspikmas untuk mengembangkan UMKM yang ada di Banyumas?
 Responden : Yang jelas ya, yang paling pokok dari 3 bidang, dari bidang satu kaitan dengan peningkatan kapasitas usaha dan SDM disitu program kerjanya pelatihan-pelatihan. Berikutnya dengan melalui bidang dua yaitu berkaitan dengan perizinan usaha dan pembiayaan. Sebab hari ini perizinan menjadi kebutuhan yang pokok, legalitas usaha sekarang kan jadi salah satu yang di persyaratkan untuk banyak penuhan misalnya untuk suatu produk bisa masuk kemarket modern. Beberapa program diwajibkan memang sudah ada izin usaha, terutama pada olahan makanan karena itukan sesuatu yang berpengaruh terhadap kesehatan ya jadi itu memang ketat. Untuk naik ke PIRT dan halal, apalagi untuk izin BPOM itu lebih banyak yang harus dipersiapkan. Yang ketiga promosi pemasaran, selain yang pada bidang satu dan dua, kita juga membantu untuk promosi dan pemasaran, dan ini kebutuhan paling mendasar. Wawasan tentang perizinan usaha, akses modal, dan kemudian pemasaran. Kalo bicara tentang UMKM kebutuhan paling mendasar ya itu mba, Yang paling dibutuhkan di Aspikmas harus melaksanakan itu.

Purwokerto, 19 September 2022



Pujiyanto

Hasil Wawancara Dengan Suyati

- Peneliti : Apa saja program kerja yang ada pada bidang peningkatan kapasitas usaha dan SDM?
- Responden : Jadi pada bidang I program kerjanya pelatihan-pelatihan mba dan pemerataan akses informasi, baik pelatihan dari program pemerintah maupun program mandiri organisasi. Ada juga program pelatihan dari lembaga terkait, ada juga kadang dari kampus, terus dari BUMN. Itu salah satu metode yang dilakukan untuk mengembangkan UMKM.
- Peneliti : Apa saja yang dilakukan agar informasi dapat terdistribusi secara merata kepada pelaku UMKM?
- Responden : Untuk pendistribusian informasi ini alurnya dimulai dari Aspikmas kabupaten mba, dari Aspikmas kabupaten selanjutnya disampaikan kepada Aspikmas kecamatan lalu ke Kordes, dari Kordes disampaikan kepada pelaku UMKM.
- Peneliti : Apa saja yang dilakukan dalam UMKM *go online*?
- Responden : Pada strategi ini kita mengadakan pelatihan foto produk yang mana tujuan dari pelatihan foto produk ini salah satunya agar para pelaku UMKM mengetahui bagaimana cara foto produk yang benar agar dapat menarik perhatian para konsumen.
- Peneliti : Bagaimana cara Aspikmas dalam mengajarkan pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi?
- Responden : Karena promosi pada jaman sekarang sangat perlu dilakukan ya mba, apalagi sekarang promosi lebih banyak lewat media sosial. Jadi di Aspikmas para pelaku UMKM diajarkan cara melakukan promosi lewat media sosial, seperti yang mudah saja dulu mba, di Aspikmas cara mempromosikan produk lewat whatsapp bisnis, Instagram. Di Aspikmas juga di bantu dibuatkan akun media sosial instagram yaitu Aspikmart untuk memasarkan produk-produk pelaku UMKM.
- Peneliti : Apa saja yang diajarkan dalam pengelolaan dan pembuatan catatan keuangan usaha?
- Responden : Dalam pengelolaan dan pembuatan catatan keuangan ini sebenarnya yang diajarkan hanyalah membuat catatan keuangan yang sederhana. Catatan keuangan ini dibuat dengan tujuan agar pelaku UMKM dapat mengetahui berapa penghasilan yang mereka dapatkan setiap minggu atau setiap bulannya.
- Peneliti : Apa saja yang dilakukan agar kualitas packaging dan branding pelaku usaha meningkat?
- Responden : Jadi di Aspikmas ini para pelaku UMKM diajak untuk membuat sebuah identitas brand atau merek untuk dagangan mereka masing-masing terkesan menarik mba, yang meliputi nama dagangan mereka, logonya. Dan Aspikmas juga membantu dalam pembuatannya.

Purwokerto, 19 September 2022



Suyati



Hasil Wawancara Dengan Indra

- Peneliti : Apa saja program kerja yang dilakukan pada bidang izin usaha dan pembiayaan?
- Responden : Bidang ini terdapat beberapa program kerja seperti sosialisasi perizinan usaha, pendampingan perizinan, dan mensosialisasikan akses pembiayaan usaha.
- Peneliti : Apa saja yang dilakukan dalam mensosialisasikan perizinan usaha kepada para pelaku UMKM?
- Responden : Dengan cara itu mba, memudahkan para pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas dalam pembuatan perizinan usaha mba, karena sebelum adanya Aspikmas kan para pelaku UMKM tidak terlalu mementingkan legalitas usaha karena persyaratannya yang ribet dan biayanya yang cukup mahal. Tetapi sekarang kita mensosialisasikan pentingnya legalitas usaha menjadi salah satu persyaratan untuk banyak kepentingan, misalnya suatu produk bisa masuk ke market modern, dan untuk mengikuti program-program dari pemerintah juga diwajibkan harus sudah ada izin usaha. Dan setelah melakukan sosialisasi biasanya langsung open house, siapa yang ingin mendaftarkan usahanya agar memiliki legalitas langsung daftar di tempat.
- Peneliti : Bagaimana cara Aspikmas dalam melakukan pendampingan perizinan usaha kepada para pelaku UMKM?
- Responden : Caranya ya dengan kita memfasilitasi mba, mulai dari pendaftaran perizinan sampai suratnya jadi. Surat izin yang pertama yaitu NIB (Nomor Induk Berusaha). NIB ini merupakan hal yang penting, yang wajib dimiliki oleh semua pelaku usaha. Bisa diibaratkan sebagai NIK kalo kependudukan, kalau penduduk kan mempunyai NIK, nah kalo pengusaha harus mempunyai NIB sekarang. Bukan hanya sekedar surat penting, tetapi NIB juga menjadi syarat penting bagi pelaku UMKM yang ingin mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) ke bank atau tempat pinjaman uang yang setara. Selain NIB yaitu PIRT (Produk Industri Rumah Tangga). Yang Aspikmas lakukan dalam melakukan pendampingan yaitu memfasilitasi para pelaku UMKM yang ini mendaftarkan atau mempunyai surat izin PIRT. Contohnya begini mba, dulu kalo mau daftar PIRT kan harus antri dulu ke dinas, belum lagi harus ambil formulirnya ke mall pelayanan publik. Nah disini Aspikmas hadir untuk menjembatani para pelaku UMKM dengan menyediakan formulir pendaftaran. Jadikan nantinya tidak perlu jauh-jauh kesana untuk ambil formulir.
- Peneliti : Apa yang dilakukan Aspikmas dalam program pembiayaan usaha?
- Responden : Seperti yang sudah dibicarakan tadi mba contohnya dengan

pembuatan NIB, dengan cara membantu dalam pembuatan NIB, kita memudahkan para pelaku UMKM untuk mengakses pinjaman atau mengajukan kredit usaha melalui bank. Selain itu juga memudahkan akses para pelaku usaha untuk mendapatkan dana bergulir. Dana bergulir ini merupakan sebuah pinjaman uang tunai dengan bunga yang sangat sedikit. Dengan ini Aspikmas menjembatani proses pengajuan melalui pembuatan proposal pengajuan dana bergulir mba.

Purwokerto, 19 September 2022



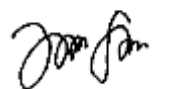
Indra



Hasil Wawancara Dengan Wahyu Cahyoko

- Peneliti : Apa saja program strategi kerja yang dilakukan pada bidang promosi dan pemasaran?
- Responden : Terdapat program dalam pembuatan web akun sosial media, dan menjalin kerjasama dengan pengusaha atau pemilik toko untuk membantu menjualkan produk UMKMnya. Jadi di sini ya mba di Aspikmas para pelaku UMKMnya diajarkan cara mempromosikan produk UMKM dengan jelas, misalnya mempromosikan produk makanan, mereka menginformasikannya sesuai dengan keunggulan makanan tersebut tidak melebih-lebihkannya, agar konsumen yang membeli nantinya pun tidak kecewa apabila tidak sesuai dengan apa yang kita promosikan.
- Peneliti : Apa tujuan dari pembuatan web atau akun media sosial bagi pengembangan UMKM?
- Responden : Tujuan dari pembuatan web atau akun media sosial ini tentunya dalam rangka untuk mempromosikan dan memasarkan produk hasil UMKM para pelaku usaha mba. Dalam pelaksanaan strategi promosi dan pemasaran produk UMKM dengan di bantu dibuatkan media sosial sebagai wadah memasarkan produknya untuk semua anggota Aspikmas yang berada dibawah pengelolaan ketua bidang tiga. Akun media sosial yang dbuatkan dari Instagram dengan nama marketplace_aspikmas. Selain itu, di bidang ini juga para pelaku UMKM yang tergabung dalam Aspikmas diajak untuk bergeser dari *whatsapp* biasa ke *whatsapp* bisnis dan diajarkan bagaimana cara membuat pintasan chat yang cepat melalui *whatsapp* bisnis, seperti menjawab pertanyaan tentang harga dan produk apa saja yang dijual.
- Peneliti : Bagaimana cara Aspikmas menjalin kerjasama dengan pengusaha atau pemilik toko untuk menjualkan produk UMKM?
- Responden : Cara Aspikmas menjalin kerjasama yaitu dengan mendatangi warung-warung kecil, toko-toko, maupun rumah makan yang berada di sekitar wilayah Banyumas. Jadi Aspikmas mencari tempat yang berkenan untuk dititipkan produk yang sudah kita produksi. Karena sebagian besar produk UMKM di Banyumas adalah olahan makanan, jadi kita mencari warung kecil, toko-toko atau rumah makan terdekat untuk coba menitipkan produk hasil UMKM.

Purwokerto, 19 September 2022



Wahyu Cahyoko

Dengan Pelaku UMKM Yang Tergabung Dengan Aspikmas

- Nama** : Kuwatno Setyanto
- Jabatan** : Pelaku UMKM
- Jenis Usaha** : Produksi Yogurt
- Peneliti** : Apa membuat tertarik untuk bergabung menjadi anggota Aspikmas?
- Responden** : Karena banyak teman-teman disitu ya, temen-temen sesama pelaku usaha yang sebagaimana sudah biasa ngumpul. Juga menambah ilmu dan pengalaman agar saya nantinya bisa mengembangkan lagi usaha saya ini. Dan juga Aspikmas memang mengarahkan untuk membantu UMKM agar naik kelas.
- Peneliti** : Apa saja program dari Aspikmas yang dikaetahui?
- Responden** : Kalo program yang saya ketahui tentang pelatihan ya mba, karena kolaborasi dengan pemerintah dalam hal ini dinas koperasi dan UMKM itu biasanya ada informasi tentang pelatihan, tentang penyaluran tentang dana-dana hibah dan lain sebagainya. Itu aja mba iya.
- Peneliti** : Adakah perubahan yang dirasakan setelah dan sebelum bergabung menjadi anggota Aspikmas?
- Responden** : Kalo perubahannya sih yang jelas banyak informasi yang diterima tentang peluang-peluang, tentang pelatihan-pelatihan yang ada yang ada dari pemerintah. Karena sebelum ada Aspikmas saya tidak pernah mengikuti pelatihan-pelatihan seputar UMKM karena memang tidak ada yang menyelenggarakan. Selain itu juga akses kemana-mana cukup susah ya mba, untuk akses permodalan, penjualan produk maupun perizinan usaha. Dari mulai saya merasa dipersulit atau diperlambat untuk pembuatan izin usaha sampai dengan biaya yang memang cukup mahal bagi saya untuk membuat izin usaha. Setelah adanya Aspikmas saya merasakan perubahan yang cukup signifikan dalam usaha saya ini mba.

Purwokerto, 19 September 2022



Kuwatno Setyanto

Dengan Pelaku UMKM Yang Terhubung Dengan Aspikmas

- Nama** : Shynta
- Jabatan** : Pelaku UMKM
- Jenis Usaha** : Makanan Kecil (Snack)
- Peneliti** : Apa membuat tertarik ibu untuk bergabung menjadi anggota Aspikmas?
- Responden** : Ya ingin memperluas lagi, jadi menambah komunitas baru nih, yang tadinya mereka ga ngerti bolu kukus kita, maka jadi tau.
- Peneliti** : Apa saja program dari Aspikmas yang diketahui?
- Responden** : Pelatihan Branding, terus iklan. Kan ada Aspikmart kan ya di Ig . jadi produk kita di iklanin gitu. Terus diajarin dalam pembuatan catatan keuangan. Tetapi kalau saya sih catatan keuangan seperti itu saya tidak punya mba, karena usaha saya hanya usaha kecil, jadi sepertinya tidak membutuhkan buku catatan keuangan. Kalaupun punya juga sepertinya tidak ada waktu untuk mencatatnya, kalau setiap ada yang beli harus dicatat, keburu lupa mba. Sedangkan kalo promosi paling lewat mulut ke mulut ya mba, sama lewat whatsapp, karena saya memang hanya punya aplikasi whatsapp saja. Tetapi setelah dibuatkan akun instagram khusus untuk promosi produk dari pelaku UMKM yang bergabung dengan Aspikmas, saya jadi merasa senang dan cukup terbantu, jadikan nantinya yang tahu produk saya nambah mba, tidak hanya tetangga sekitar dan teman-teman yang ada di whatsapp saja.
- Peneliti** : Adakah perubahan yang dirasakan setelah dan sebelum bergabung menjadi anggota Aspikmas?
- Responden** : Perubahannya banyak di kenal mba, mereka tau produk saya, karena ada kolerasi itukan. Kalo sebelumnya kan kebanyakan dari yang saya tau kan orang-orang terdekat saja, tetapi sekarang jadi lebih banyak yang tau mba.

Purwokerto, 19 September 2022



Shynta

Dengan Pelaku UMKM Yang Terhubung Dengan Aspikmas

- Nama** : Siti Mu'minah
- Jabatan** : Pelaku UMKM
- Jenis Usaha** : Produk Kreatif
- Peneliti** : Apa membuat tertarik untuk bergabung menjadi anggota Aspikmas?
- Responden** : Jadi biar ada komunitas ya mba, maksudnya kita kan UMKM karena sebelumnya saya ngga ikutan dimana-mana kaya gitu, sehingga saya dapat banyak ilmu, tentang pelatihan, yang tentang bermanfaat bagi usaha saya. Program pelatihan yang ada di Aspikmas ini sangat membantu kami para pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mba, bisa menambah ilmu pengetahuan saya tentang UMKM dan juga bisa menjalin hubungan baik dengan para pelaku UMKM yang lain juga, karena Aspikmas sering melakukan pelatihan dengan mengumpulkan para pelaku UMKM disetiap kecamatan sehingga kami bisa saling mengenal satu sama lain dan saling bekerjasama.
- Peneliti** : Apa saja program dari Aspikmas yang ibu dikaetahui?
- Responden** : Programnya itu ya sertifikat halal, untuk UMKM yang di produk produk makanan gitu, terus pembuatan NIB. Saya juga di bantu dalam pembuatan NIB itu kemaren. Terus pelatihan-pelatihan itu juga ada. Dan ada juga program peminjaman dana bergulir mba, saya bersyukur sekali mba bisa dibantu Aspikmas untuk mendapatkan pinjaman dengan bunga yang sangat kecil. Kemarin saya mendapat pinjaman 2 juta dengan jangka waktu 2 tahun dan untuk cicilan per bulannya hanya Rp 87.500, jadi bisa dihitung dalam waktu 2 tahun bunganya hanya 100 ribu mba, jadi bagi saya itu dapat sedikit membantu usaha saya ini.
- Peneliti** : Adakah perubahan yang dirasakan setelah dan sebelum bergabung menjadi anggota Aspikmas?
- Responden** : Kalo sebelum dan sesudah tentu jelas ada perubahan mba, yang pertama jadi makin banyak temen kaya gitu mba. Kemudian semenjak ikut Aspikmas jadi banyak ilmu mba, yang tadinya saya kan hanya belajar via online, kaya lewat youtube kaya gitu. Tapi setelah ada Aspikmas jadi bisa belajar secara offline kaya gitu mba.

Purwokerto, 19 September 2022



Siti Mu'minah

Dengan Pelaku UMKM Yang Terhubung Dengan Aspikmas

- Nama** : Sumarno
- Jabatan** : Pelaku UMKM
- Jenis Usaha** : Kuliner makanan dan Canai
- Peneliti** : Apa membuat tertarik untuk bergabung menjadi anggota Aspikmas?
- Responden** : Ya yang jelas pengen ada kemajuan dalam suatu usaha saya mba, sedangkan menurut saya UMKM ini masuk Aspikmas akan banyak mendapatkan pendampingan, banyak mendapatkan ilmu yang nantinya bisa mengembangkan usaha saya ini.
- Peneliti** : Apa saja program dari Aspikmas yang bapak dikaetahui?
- Responden** : Antara lain yang saya ketahui adanya peningkatan untuk produktifitas, terus pemasarannya, pendampingannya, terus itu mba dibantu perizinan usahanya. Tentang bagaimana usaha tersebut bisa berjalan dengan baik dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang Aspikmas adakan. Di Aspikmas juga saya senang di bantu dalam perizinan usaha mba, walaupun usaha saya masih usaha kecil tetapi menurut saya kalo udah ada izin usaha kan jadi jelas, usaha saya sudah halal untuk dikonsumsi oleh konsumen. Apalagi usaha saya ini kan usaha makanan. Jadi, yang tadinya sebelum adanya Aspikmas izin usaha dilakukan sendiri, ribet sendiri, semenjak ada Aspikmas jadi kebantu.
- Peneliti** : Adakah perubahan yang dirasakan setelah dan sebelum bergabung menjadi anggota Aspikmas?
- Responden** : Setelah saya bergabung menjadi anggota Aspikmas, saya jadi berfikir tentang bagaimana kita bisa meningkatkan suatu usaha, dan bagaimana kita manage keuangan kita kearah kedepannya. Mungkin yang awalnya belum bisa semenjak bergabung di Aspikmas jadi di ajarkan bagaimana mengelola keuangan yang benar. Lalu kitapun bisa berkolaborasi dengan para pengusaha lain untuk mendapatkan pengetahuan baru. Selain itu juga yang awalnya saya kira karena usaha saya masih kecil jadi tidak terlalu diperlukan label merk ya mba, yang penting kualitas produk dagangan saya dan pengemasannya juga lumayan rapi dan bersih. Tetapi setelah saya mengikuti pelatihan di Aspikmas ternyata merk juga sangat penting, sekalipun produk saya bagus tetapi kalau belum ada merk terasa kurang menarik konsumen dalam membeli produk saya. Dan untungnya saat membuat label untuk produk saya, saya dibantu dan diarahkan oleh pengurus Aspikmas jadi saya tidak kebingungan.

Purwokerto, 19 September 2022



Sumarno



Lampiran 3

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN



Asosiasi Pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Banyumas
(ASPIKMAS)

Sekretariat: Amira Town House, Ruko No. 6, Baturraden, Banyumas Telp. +6285747160392

SURAT IJIN RISET

Nomor: 05/005/ASPIKMAS/IX/2022

Berdasarkan surat Permohonan Ijin Riset Individual dengan nomor: 2478/Un.19/FEBJ.ES/PP.009/07/2022 dari Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, ASPIKMAS memberikan ijin riset kepada:

Nama : Ismi Afriani Windiastuti
 NIM : 1817201228
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Alamat : Desa Jatisari RT 02/01 Kedungreja, Cilacap
 Judul Skripsi : Strategi Asosiasi Pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Banyumas (ASPIKMAS) Dalam Mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas Perspektif Ekonomi Islam

Demikian surat ijin ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 29 September 2022

Ketua Umum
Asosiasi Pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah
Kabupaten Banyumas

ASPIKMAS Pujiyanto, S.E.

Lampiran 4

DOKUMENTASI



Logo Aspikmas



Wawancara dengan Pujiyanto Ketua Umum Aspikmas



Wawancara dengan Sumarno pelaku UMKM yang tergabung Aspikmas



Wawancara dengan Siti Mu'minah pelaku UMKM yang tergabung Aspikmas



Wawancara dengan Shynta pelaku UMKM yang tergabung Aspikmas



Wawancara dengan Kuwatno Setyanto pelaku UMKM yang tergabung Aspikmas

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Ismi Afriani Windiastuti
2. NIM : 1817201228
3. Prodi : Ekonomi Syariah
4. Tempat/ tgl lahir : Cilacap, 17 April 2000
5. Alamat : Desa Jatisari Rt 02/01 Kec. Kedungreja,
Kab. Cilacap
6. Email : ismiafriani494@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI, Tahun lulus : SD Negeri Jatisari 02, 2012
2. SMP/ MTs, Tahun lulus : SMP Negeri 2 Kedungreja, 2015
3. SMA/ MA, Tahun lulus : SMA Negeri 1 Sidareja, 2018
4. S1, Tahun masuk : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri
Purwokerto, 2018

C. Pengalaman Organisasi : -

