

**STRATEGI ASOSIASI PENGUSAHA MIKRO KECIL MENENGAH
BANYUMAS (ASPIKMAS) DALAM MENINGKATKAN KEMANDIRIAN
UMKM BANYUMAS**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Prof KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH :

FADEL BAHTIAR YUSWONO

NIM. 1717201018

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

2022

**STRATEGI ASOSIASI PENGUSAHA MIKRO KECIL MENENGAH
BANYUMAS (ASPIKMAS) DALAM MENINGKATKAN KEMANDIRIAN
UMKM BANYUMAS**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Prof KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH :

FADEL BAHTIAR YUSWONO

NIM. 1717201018

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

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang betanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadel Bahtiar Yuswono
NIM : 1717201018
Jenjang : S-1
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil
Menengah Banyumas (Aspikmas) Dalam
Meningkatkan Kemandirian UMKM
Banyumas

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, September 2022

Saya yang menyatakan,



Fadel Bahtiar Yuswono
NIM. 1717201018



**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 MENINGKATKAN KEMANDIRIAN
UMKM BANYUMAS**

Yang disusun oleh Saudara **Fadel bahtiar Yuswono NIM. 1717201018** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **06 Oktober 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

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

Sekretaris Sidang/Penguji

Shofiulloh, M. H. I
NIP. 19870703 201903 1 004

Pembimbing/Penguji

Mahardhika Cipta Raharja, S.E., M.Si.
NIDN. 2010028901

Purwokerto, 12 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

UIN PROF KH. SAIFUDDIN ZUHRI

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

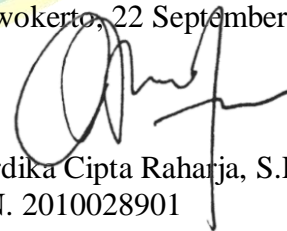
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi Fadel Bahtiar Yuswono NIM 1717201018 yang berjudul:

**STRATEGI ASOSIASI PENGUSAHA MIKRO KECIL MENENGAH
BANYUMAS (ASPIKMAS) DALAM MENINGKATKAN KEMANDIRIAN
UMKM BANYUMAS**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN PROF KH. SAIFUDDIN ZUHRI untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 22 September 2022



Mahardika Cipta Raharja, S.E.,M.Si.
NIDN. 2010028901

**STRATEGY OF BANYUMAS SMALL MEDIUM BUSINESS
ASSOCIATION (ASPIKMAS) IN IMPROVING BANYUMAS MSMEs
INDEPENDENCE**

Fadel Bahtiar Yuswono

NIM. 1717201018

Email: fadelbahtiar09@gmail.com

*Study Program Of Sharia Economy Faculty Of Islamic Economics And
Business State Islamic University Prof KH. Saifuddin Zuhri*

ABSTRAK

Entrepreneurs have adopted the concept of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to launch their businesses in an effort to raise the economic status and quality of life in the neighborhood. In practice, MSMEs continue to face a variety of issues brought on by poor access to market share expansion, poor access to capital accumulation, poor access to information and technology, poor governance and organization, and poor access to information and technology. Observations of the issues MSMEs encounter demonstrate that MSMEs are not yet independent and need particular attention from a number of parties. The existence of the business community, specifically ASPIKMAS, in the Banyumas Regency is crucial for assisting micro, small, and medium-sized businesses in achieving the highest level of independence.

This research is a form of field study with a qualitative methodology that tries to examine and identify the observed data through interviews, observations, and documentation, in accordance with its objectives. Following data collection, analysis of the data involved 3 (three) steps: data reduction, data presentation, and conclusion/verification.

The outcomes demonstrated that Aspikmas used and executed a sociopreneurship-based strategy through its work programs, specifically:

1. Through the ASPIKMAS Golden Circle.
2. Develop responsible MSMEs to boost business capability.
3. Increasing capital access and licensing different programs.
4. Increase marketing and promotion with E-catalog and offline marketing.

Keywords: *Aspikmas Strategy, MSMEs Independence*

STRATEGI ASOSIASI PENGUSAHA MIKRO KECIL MENENGAH BANYUMAS (ASPIKMAS) DALAM MENINGKATKAN KEMANDIRIAN UMKM BANYUMAS

Oleh: Fadel Bahtiar Yuswono
NIM. 1717201018
Email: fadelbahtiar09@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan konsep yang dipilih oleh *entrepreneur* untuk memulai usahanya agar dapat meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat. Namun, pada kenyataannya UMKM masih mengalami banyak persoalan yang disebabkan karena buruknya akses dan perluasan pangsa pasar, lemahnya akses akumulasi modal, buruknya akses informasi dan teknologi, lemahnya tata kelola dan organisasi, serta lemahnya akses terhadap informasi dan teknologi. Pengamatan terhadap permasalahan yang dihadapi UMKM menunjukkan bahwa UMKM belum mandiri dan memerlukan perhatian khusus dari berbagai pihak. Hadirnya komunitas bisnis yang ada di Kabupaten Banyumas yaitu ASPIKMAS berperan penting dalam mendukung usaha mikro, kecil dan menengah untuk dapat lebih mandiri secara maksimal. Dalam penelitian ini masalah yang dikemukakan adalah bagaimana strategi yang digunakan Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (Aspikmas) dalam meningkatkan kemandirian UMKM Banyumas?

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggali dan mengidentifikasi data yang diamati melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian di analisis melalui 3 (tiga) proses, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi berbasis *sosiopreneurer* digunakan Aspikmas dan diterapkan melalui program kerjanya yaitu :

1. Melalui *Golden Circle* ASPIKMAS.
2. Peningkatan kapasitas usaha dengan membentuk UMKM yang *akuntable*. Memperluas akses permodalan dan perijinan berbagai program.
3. Memperluas promosi dan pemasaran dengan E-katalog dan pemasaran secara *offline*.

Kata kunci : *Strategi Aspikmas, Kemandirian UMKM*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘....	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

1) Vokal tunggal (monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
◌َ	fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	damah	U	U

Contoh: كَتَبَ -*kataba* يَذْهَبُ - *yažhabu*
 فَعَلَ -*fa'ala* سُنِيَ - *su'ila*

2) Vokal rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
◌َيَ	<i>Fathah dan ya</i>	<i>Ai</i>	a dan i
◌ِوَ	<i>Fathah dan wawu</i>	<i>Au</i>	a dan u

Contoh: كَيْفَ - *kaifa* هَوْلٌ - *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i>	Ā	a dan garis di atas
يِ...	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī	i dan garis di atas
وُ...	<i>ḍamah</i> dan <i>wawu</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - *qāla*

قِيلَ - *qīla*

رَمَى - *ramā*

يَقُولُ - *yaqūlu*

4. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

ta marbūṭah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakatfathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *tamarbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

contoh:

روضة الأطفال	<i>Rauḍah al-Aṭfāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
طلحة	<i>Ṭalḥah</i>

5. *Syaddah (tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا - *rabbanā*

نَزَّلَ - *nazzala*

6. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل - *al-rajulu*

القلم - *al-qalamu*

7. **Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أكل	<i>Akala</i>
----------------	-----	--------------

Hamzah di tengah	تأخذون	<i>ta'khuz ūna</i>
Hamzah di akhir	النَّوْء	<i>an-nau'u</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين : *wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn*

فاوفوا الكيل والميزان : *fa aufū al-kaila waal-mīzan*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huru fawal kata sandang.

Contoh:

ومحمد الرسول	<i>Wa māMuhammadun illā rasūl.</i>
ولقد راه بالافق المبين	<i>Wa laqad raāhu bi al-ulfuq al-mubīn</i>

PERSEMBAHAN



Dengan penuh rasa syukur, kehadiran Allah yang maha agung dan sholawat serta salam tercurahkan kepada insan mulia beliau Nabi Agung Muhammad SAW, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orangtua
2. Seluruh dosen, guru dan orang-orang yang telah mengajarkan ilmu kepada saya hingga sampai pada perolehan gelar strata satu (S1)



KATA PENGANTAR

Alḥamdulillāhillaḥi bini'matihi tatimmuṣṣāliḥāt. Segala puji bagi Allah ta'ala yang telah melimpahkan nikmat *rahmān*, karunia dan anugerah-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (ASPIKMAS) Dalam Meningkatkan Kemandirian Umkm Banyumas”.

Sanjungan shalawat dan salam semoga selalu terucap kepada Rasulullah Muhammad saw., figur paling berpengaruh selama dalam peradaban manusia, Nabi sang pembawa rahmat bagi seluruh alam semesta yang senantiasa kita harapkan syafa'atnya pada hari kiamat nanti.

Selesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berkat bantuan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis sampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. K.H. Mohammad Roqib, M.Ag. selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Jamal Abdul Aziz, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

5. Mahardika Cipta Raharja, S.E.,M.Si., selaku dosen pembimbing, terimakasih telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membantu membimbing penulisan skripsi ini
6. Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Banyumas (ASPIKMAS), pengurus dserta anggota ASPIKMAS yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini
7. Kedua orangtua tercinta Tri Yuswono dan Hantomi Supriyatin, yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan do'a yang tiada henti terus dipanjatkan untuk kesuksesan perjalanan hidup saya
8. Kedua saudara saya Imanda Naufal Yuswono dan Rona Nadia Yuswono
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan dan semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan juga kegunaan untuk menambah pengetahuan, pengalaman bagi penulis pada khususnya dan para pembaca pada umumnya. Aamiin...

Purwokerto, 26 September 2022

Saya yang menyatakan,



Fadel Bahtiar Yuswono

NIM. 1717201018

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	6
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	14
1. Pengertian UMKM	14
2. Kriteria dan Karakteristik UMKM	15
3. Komunitas Bisnis UMKM	18
B. Strategi	18
1. Pengertian Strategi	18
2. Konsep Strategi	19
C. Kemandirian	21
1. Pengertian Kemandirian	21
2. Indikator Kemandirian.....	22
3. Strategi Pendukung Kemandirian UMKM	23

4. Faktor Penghambat Kemandirian UMKM	24
D. Landasan Teologis	26
1. Dasar Ekonomi dan Bisnis Islam	26
2. Prinsip Kemandirian dalam Ekonomi dan Bisnis Islam	28
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian	30
C. Subyek dan Obyek Penelitian	30
D. Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis Data	32
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Aspikmas	35
1. Latar Belakang Aspikmas	35
2. Visi dan Misi Aspikmas	36
3. Struktur Organisasi	37
4. Anggota Aspikmas	38
5. Kepengurusan	38
B. Analisis Strategi Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah (Aspikmas) dalam Meningkatkan Kemandirian UMKM Banyumas	42
1. Permasalahan UMKM di Kabupaten Banyumas	42
2. Strategi Aspikmas dalam Meningkatkan Kemandirian UMKM Banyumas	44
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kajian Pustaka, 11
Tabel 2	Permasalahan UMKM, 43
Tabel 3	Indikator Kemandirian UMKM, 45
Tabel 4	Program Kerja Bidang I Peningkatan Kapasitas Usaha dan Sumber Daya Manusia, 47
Tabel 5	Program Kerja Bidang II Perencanaan, Fasilitasi Usaha dan Pembiayaan, 51
Tabel 6	Program Kerja Bidang III Promosi dan Pemasaran, 54
Tabel 7	Rangkuman Problem dan Strategi, 56



DAFTAR GAMBAR

Gambar	1	Struktur Kepengurusan Aspikmas Kabupaten , 37
Gambar	2	Pertemuan Rutin Pengurus Aspikmas, 49
Gambar	3	Pelatihan Foto Produk dan Sosialisasi QRIS, 49
Gambar	4	Penyuluhan Keamanan Pangan (PKP) , 50
Gambar	5	Pembuatan Izin Usaha Mikro dan Kecil (UMKM) dan Nomor Induk Berusaha (NIB), 52
Gambar	6	Pendampingan Pembuatan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) dan Nomor Induk Bersama (NIB), 52
Gambar	7	Elektronik Katalog UMKM Banyumas, 55



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wirausaha atau sering juga disebut sebagai *entrepreneur*, dimana wirausaha mulai populer beberapa dekade terakhir ini selaras dengan perkembangan sektor teknologi yang semakin cepat dan membaik, dimana *entrepreneur* adalah orang-orang yang diharapkan untuk membawa perubahan, berinovasi dan memunculkan ide-ide baru (Hidayat & Dewi, 2017). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan konsep yang dipilih oleh *entrepreneur* untuk memulai usahanya, dengan harapan dapat meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat. UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008).

Keberadaan UMKM menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam perekonomian pada tahun 2007/2008 saat krisis ekonomi yang menimpa bangsa Indonesia. UMKM merupakan konsep yang dipilih oleh para pengusaha saat krisis tersebut, karena peranannya dalam memberikan kontribusi tinggi pada perekonomian bangsa. Hingga saat ini, keberadaan UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat karena UMKM merupakan usaha produktif yang telah mendominasi perekonomian di Indonesia (Khabib, 2015).

Indonesia memiliki basis ekonomi yang sangat besar dan potensial dengan jumlah unit usaha UMKM yang banyak. Total UMKM yang ada di Indonesia sudah tercatat sebanyak 65,47 juta unit, dimana data menunjukkan bahwa angka tersebut mewakili jumlah total unit bisnis di Indonesia sebesar 99,95%. (Kementerian Koperasi dan UKM, 2019). Pada tahun 2019, Catatan Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa terdapat 119,6 juta tenaga kerja UMKM yang mana jumlah tenaga kerja tersebut sama dengan 96,92% dari jumlah total tenaga kerja yang ada di Indonesia, baru sisanya

3,08% berasal dari usaha besar. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa UMKM menjadi salah satu bentuk wujud ekonomi masyarakat yang berkontribusi bagi pertumbuhan positif, diantaranya dengan berkurangnya tingkat pengangguran dan meningkatkan taraf ekonomi masyarakat Indonesia.

Selain itu, keberadaan UMKM sangat berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) dan pertumbuhan ekonomi. Produk Domestik Bruto (PDB) adalah jumlah nilai uang dan barang/jasa yang berasal dari faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh warga suatu negara, maupun oleh warga negara asing yang berada di negara tersebut, yang dihitung selama satu tahun (Dinar & Hasan, 2018: 119). Sementara itu, kontribusi UMKM terhadap nilai Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia atas dasar harga berlaku sebesar 60,51%, kemudian terhadap PDB atas dasar harga konstan, kontribusi UMKM sebesar 57,14% (Kementerian Koperasi dan UKM, 2019).

Eksistensi UMKM kini tidak bisa diragukan lagi, karena telah jelas membuktikan kemampuannya dalam menghadapi krisis ekonomi dan juga perannya sebagai penggerak perekonomian. Namun pada dasarnya, UMKM juga menghadapi banyak persoalan yang menghambat perkembangannya. Persoalan tersebut disebabkan karena buruknya akses dan adanya perluasan pangsa pasar, lemahnya akses akumulasi modal, buruknya akses informasi dan teknologi, lemahnya tata kelola dan organisasi, serta lemahnya akses terhadap informasi dan teknologi. Kekurangan tersebut terutama disebabkan oleh lemahnya Sumber Daya Manusia (SDM), yang pada akhirnya akan berdampak pada buruknya kualitas produk dan jasa serta mempengaruhi kalahnya persaingan di pasar lokal, nasional dan internasional (Prawirokusumo, 1999: 64).

Seiring berjalannya waktu, pelaku usaha UMKM menghadapi tantangan pengembangan usaha yang relatif signifikan. Secara umum kendala utama dalam pengembangan usaha UMKM adalah :

1. Masalah kemampuan manajemen atau bahkan manajemen yang tidak profesional. Masalah tersebut meliputi masalah struktur modal, SDM, hingga permasalahan pada pemasaran menjadi permasalahan yang utama dalam kemampuan manajemen.
2. Permasalahan yang paling menonjol dihadapi oleh UMKM adalah modal usaha. Meskipun pemerintah telah memberikan bantuan modal dan kebijakan kredit yang cukup menarik, namun hal ini tidak membuat UMKM dapat bertahan lama dalam menjalankan bisnisnya. Terdapat beberapa riset yang menunjukkan bahwa, UMKM di Indonesia masih banyak yang belum memiliki kemampuan dalam penyusunan laporan keuangan yang baik. Hal ini dikarenakan terlalu sulitnya standar akuntansi yang kemudian menyebabkan penerapannya masih belum bisa dilaksanakan dengan baik (Herwiyanti, 2020: 3).
3. Permasalahan lain yang menonjol ialah perihal organisasi dan juga manajemen yang dijalankan. Pemilik UMKM pada umumnya tidak mempraktekkan pembagian kerja internal, tidak ada manajemen formal dan struktur organisasi, serta sistem akuntansi masih relatif sederhana. (Herwiyanti, 2020: 12). Pengamatan terhadap permasalahan yang dihadapi UMKM menunjukkan bahwa UMKM belum mandiri, oleh karena itu diperlukan perhatian khusus dari berbagai pihak, baik pemerintah maupun swasta, untuk melanjutkan pengembangan UMKM yang ada.

Kemandirian dapat diartikan sebagai suatu organisasi yang mengelola kegiatan profesional, tanpa adanya analisis pihak lain untuk kepentingannya, dimana penghasil sesuatu didasarkan pada kepercayaan pada kemampuan usaha dan bertanggung jawab penuh tanpa partisipasi berbagai pihak (Khabib, 2020). Indikator dalam kemandirian menurut Sumarmo meliputi inisiatif,

mampu mendiagnosa kebutuhan, mampu menetapkan target dan tujuan, mampu memonitor, mengatur dan mengontrol permasalahan, memandang kesulitan sebagai tantangan, memanfaatkan sumber yang relevan, memilih dan menerapkan strategi, mengevaluasi Proses dan hasil (Sumarmo, 2004: 5). Sedangkan beberapa aspek yang dapat mempengaruhi kemandirian UMKM adalah dari segi manajemen, kelembagaan dan sumber daya pelaku UMKM itu sendiri.

Ketika membangun perekonomian nasional (dalam hal ini UMKM), pemerintah telah melakukan berbagai upaya, salah satunya melalui peningkatan potensi terhadap Sumber Daya Manusia (SDM), serta potensi Sumber Daya Alam (SDA) yang ada, sehingga masyarakat dan lingkungan mereka dapat berpartisipasi secara partisipatif dan mendorong nilai-nilai perekonomian. Lingkungan inilah yang kemudian akan menjadikan lembaga swadaya masyarakat sebagai mitra diskusi sekaligus pembimbing bagi badan usaha ekonomi untuk tetap bertahan dan mampu berinovasi dalam pengembangan usahanya. Kehadiran komunitas di antara para pelaku ekonomi kreatif merupakan salah satu isu penting yang harus diperhatikan dalam memperkenalkan inovasi dan memenuhi tuntutan konsumen yang berkelanjutan (Solaiman, 2021).

Dibentuknya komunitas wirausahawan adalah untuk menjadi wadah bagi para wirausahawan agar terus meningkatkan pengetahuannya yang pada dasarnya, segala tujuan yang ingin diraih adalah dalam rangka untuk meningkatkan kinerjanya (Rahmanto, et al, 2018). Di Indonesia sendiri sangat banyak komunitas bisnis yang dibentuk baik oleh swasta maupun oleh pemerintah, baik berskala nasional hingga daerah.

Salah satu komunitas bisnis yang ada di Kabupaten Banyumas adalah ASPIKMAS yang merupakan singkatan dari Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Banyumas. Aspikmas ini didirikan oleh Bupati Banyumas tepatnya pada tanggal 28 Juli 2020 (Aspikmas, 2020). Aspikmas muncul sebagai wadah bagi para pengusaha UMKM di Banyumas yang memang selama ini belum terwadahi dengan baik. Di kutip pada laman Portal

Satu Data UMKM (Persada, 2022), pada tahun 2022 terdapat sebanyak 8540 UMKM yang terdaftar di Kabupaten Banyumas. Mengingat jumlah UMKM di Kabupaten Banyumas yang terus meningkat ini mendorong perhatian khusus di kalangan pelaku usaha yang kemudian menjadikan Aspikmas sebagai organisasi non pemerintah/politik yang bergerak dibidang pengembangan UMKM sebagai wadah penyalur informasi aspirasi pengusaha UMKM di Kabupaten Banyumas. Selain itu, aspikmas juga merupakan organisasi non-profit (tidak menghasilkan) dan bersifat kekeluargaan atau gotong royong (Aspikmas, 2020). Aspikmas memiliki perananan penting dalam mendukung usaha mikro, kecil dan menengah untuk dapat lebih berkembang secara maksimal dan juga berpreran sebagai mitra dinas.

Pada hakikatnya berdirinya Aspikmas ini memiliki tujuan yang sejalan dengan prinsip ekonomi syariah dimana untuk membantu mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan sangat memperhatikan kepentingan kaum lemah dan sesama. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS Al-Hasyr (59) ayat 7 yang berbunyi :

مَا آفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ
 كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا اتَّخَذُوهُ وَمَا نَهَيْكُمْ عَنْهُ فَأَنْتَهُمْ وَاَتَقُوا اللَّهَ إِنَّ
 اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Apa saja (harta yang diperoleh tanpa peperangan) yang dianugerahkan Allah kepada Rasul-Nya dari penduduk beberapa negeri adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak yatim, orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. (Demikian) agar harta itu tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu terimalah. Apa yang dilarangnya bagimu tinggalkanlah. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya”.

Dalam firman Allah SWT pada surah tersebut melarang berputarnya harta (modal) hanya dikalangan orang-orang kaya saja. Berdasarkan ayat tersebut, maka dapat diambil sebuah pelajaran bahwasanya aktivitas perekonomian hendaknya melibatkan partisipasi aktif dari kelompok masyarakat kelas menengah ke bawah, yang notabene mereka adalah mayoritas di suatu negara serta tidak hanya didominasi kelompok-kelompok

elite saja. Sehingga dengan terbentuknya Aspikmas ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan perekonomian yang sejalan dengan prinsip ekonomi syariah melalui berkembangnya UMKM di Banyumas.

Aspikmas berkedudukan di Kabupaten Banyumas dan menaungi 27 kecamatan yang ada, dimana di setiap kecamatan hingga desa sudah terbentuk kepengurusan sendiri yang disebut dengan istilah korcam atau kordinasi kecamatan, serta kepengurusan di tingkat desa disebut dengan istilah kordes atau kordinasi desa. Kordinasi Kecamatan atau Korcam berperan sebagai penyalur informasi dari Kabupaten dan sebaliknya, karena Korcam merupakan bagian dari pengurus Apikmas Kabupaten. Aspikmas didirikan dengan tujuan untuk mendorong dan berperan serta dalam mengembangkan sektor UMKM di Kabupaten Banyumas, membina, memajukan, memberdayakan dan mengembangkan para pengusaha UMKM agar bisa menjadi pengusaha yang professional, kuat serta tangguh dalam bidang usaha yang ditekuninya sehingga usahanya dapat naik kelas dan siap melakukan persaingan baik di pasar nasional maupun internasional (Aspikmas, 2020).

Strategi menurut pendapat Hemei dan Parahald (1995), diartikan sebagai tindakan yang memiliki sifat bertingkat dan terus menurun (*incremental*), serta pelaksanaannya berdasarkan sudut pandang para pelanggan atas harapan di masa mendatang. Oleh karenanya strategi biasanya dimulai sebagai rencana dari apa yang akan terlaksana (Rahim, & Radjab, 2016:4). Gerakan Aspikmas untuk melaksanakan program tersebut merupakan upaya untuk menjadikan UMKM Banyumas mandiri dan meningkatkan keterampilannya, yaitu melalui pemberian pendidikan dan pelatihan, pengembangan produk, pemasaran dan permodalan, serta pelatihan secara berkala. Program ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menciptakan para pelaku usaha yang siap berkembang ke arah kelas yang lebih tinggi, dengan keterampilan kewirausahaan digital dan siap bersaing di era digital 4.0. Di era digital 4.0, konsumen cenderung lebih fleksibel dalam membandingkan produk sebelum mengambil keputusan pembelian akhir

(Ayodya, 2020: 100). Sehingga untuk menghasilkan produk berkualitas baik, pemilik usaha UMKM perlu melakukan pengelolaan manajemen yang baik yang dapat diperoleh dari program-program yang diadakan oleh Aspikmas sebagai komunitas bisnis. Aspikmas menarik untuk diteliti karena menjadi *pioneer* asosiasi UMKM yang bermitra dengan pemerintah daerah di Jawa Tengah.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirasa penting adanya penelitian yang membahas lebih dalam mengenai strategi yang dilakukan ASPIKMAS dalam meningkatkan kemandirian UMK Banyumas, hal ini yang selanjutnya akan penulis teliti, kemudian bagaimana Aspikmas mengimplementasikan strategi-strategi tersebut di lapangan. Oleh karenanya, diperlukan analisis lebih jauh untuk mengetahui apa saja strategi Aspikmas dan bagaimana mengimplementasikan strategi yang ada khususnya dalam hal peningkatan kemandirian UMKM di Kabupaten Banyumas. Sehingga penulis tuangkan topik tersebut dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Strategi Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (Aspikmas) dalam Meningkatkan Kemandirian UMKM Banyumas”**.

B. Definisi Operasional

Definisi Operasional diperlukan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pembahasan skripsi ini, yang berkaitan dengan judul penelitian **“Strategi Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (Aspikmas) Dalam Meningkatkan Kemandirian UMKM Banyumas”**, yaitu :

1. Strategi

Strategi menurut pendapat Hemei dan Parahald (1995), ialah tindakan yang memiliki sifat bertingkat dan dilakukan secara terus menerus atau *incremental*, serta pelaksanaannya didasarkan atas sudut pandang pelanggan dalam bentuk harapan di masa mendatang. Oleh karenanya strategi biasanya dimulai dari apa yang akan terjadi (Rahim, Radjab, 2016:4).

Dalam sebuah organisasi, strategi mengacu pada keseluruhan arah dan rencana yang digunakan untuk melaksanakan tujuan yang telah ditetapkan. Strategi juga sangat penting digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang ada. Untuk berhasil mencapai dan bertahan lama, komunitas bisnis harus memiliki arah tindakan yang jelas.

2. **Aspikmas**

Aspikmas adalah salah satu komunitas bisnis di Kabupaten Banyumas yang didalamnya mencakup para pelaku UMKM, yang berperan dibidang pengembangan UMKM dan juga menjadi wadah penyalur informasi aspirasi pengusaha UMKM di Kabupaten Banyumas. Komunitas bisnis ini memiliki peran sebagai wadah bagi pelaku bisnis (usaha) yang disatukan karena kesamaan maksud yang dimiliki dengan tujuan sebagai tempat bertukar pikiran, ide dan mencapai tujuan bersama.

3. **Kemandirian**

Sebuah organisasi yang dijalankan secara profesional oleh satu pihak tanpa pengaruh pihak lain untuk tujuan mereka sendiri dikenal sebagai Independensi, dimana pelaksanaan sesuatu didasarkan pada kepercayaan terhadap kemampuan usaha dan bertanggung jawab penuh tanpa bantuan berbagai pihak (Khabib, 2020).

UMKM dikelola oleh pemilik tanpa adanya penerapan pembagian kerja internal, tanpa struktur manajemen dan organisasi formal, serta sistem akuntansi yang masih relatif sederhana (Herwiyanti, 2020: 12). Melihat permasalahan-permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut, menunjukkan bahwa belum adanya kemandirian UMKM.

4. **UMKM**

UMKM didefinisikan sebagai perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria baik kepemilikan perseorangan maupun badan usaha perseorangan (UU No. 20 Tahun 2008). Kemudian, UMKM dikriteria sesuai dengan modal usaha dan hasil penjualan tahunan setiap tahun sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2020. Kriteria modal usaha yang diatur dalam Pasal 35 PP No. 7 Tahun 2020 terdiri dari:

- a. Usaha Mikro diklasifikasikan dengan modal kerja sampai dengan Rp1.000.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan untuk bangunan komersial;
- b. Usaha Kecil diklasifikasikan dengan modal lebih dari Rp1.000.000.000.000 (satu miliar rupiah) hingga jumlah maksimum Rp5.000.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan komersial; dan
- c. Usaha Menengah diklasifikasikan dengan modal lebih dari Rp5.000.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha (Peraturan Pemerintah, 2020).

Sedangkan kriteria penghasilan tahunan yang ditetapkan dalam Pasal 35 Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2020 terdiri dari :

- a. Usaha Mikro dengan penjualan tahunan paling banyak Rp2.000.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
- b. Usaha Kecil dengan omzet tahunan tidak kurang dari Rp2.000.000.000.000 (dua miliar rupiah) dan tidak lebih dari Rp15.000.000.000.000 (lima belas miliar rupiah); dan
- c. Usaha Menengah dengan penjualan tahunan sebesar Rp15.000.000.000.000 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah) (Peraturan Pemerintah, 2020).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, dapat ditentukan suatu rumusan masalah, yaitu:

Bagaimana Strategi yang digunakan Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (Aspikmas) dalam meningkatkan kemandirian UMKM Banyumas?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (Aspikmas) dalam meningkatkan kemandirian UMKM Banyumas.

2. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah penulis uraikan, diharapkan pula penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan, baik bagi penulis maupun para pembaca dan praktisi. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan manfaat secara teoritis dan manfaat praktis, sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan sebagai sumbangsih intelektual, baik di lingkungan akademik maupun non akademik, khususnya bagi mahasiswa UIN Prof. KH. Saifuddin, yang kemudian dapat dikaji, ditelaah secara mendalam, serta menjadi acuan penelitian lebih lanjut terkait strategi yang dilakukan Aspikmas dalam meningkatkan kemandirian UMKM Banyumas.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan literatur dan juga bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki fokus penelitian yang sama.

b. Manfaat Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan positif bagi Aspikmas dalam menentukan strategi kemandirian UMKM.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan informasi umum tentang Aspikmas.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi yang terkait bagi mahasiswa di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

E. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka memiliki tujuan untuk mengeksplorasi, mengamati, dan menganalisis pengetahuan terkait dalam literasi sebelumnya, apakah saat ini ada atau tidak. Untuk mempersiapkan penelitian ini, penulis melakukan penelusuran dengan berbagai hasil pencarian pada buku dan jurnal terkait untuk menemukan beberapa literatur yang dibutuhkan sebagai referensi atau referensi yang relevan dengan topik yang diteliti, antara lain :

1. UMKM jika dilihat dari pendekatan omzet atau pendekatan tenaga kerja adalah perusahaan manufaktur yang berdiri sendiri baik oleh perorangan ataupun badan hukum di semua sektor, terutama di sektor ekonomi, termasuk juga pada sektor perdagangan, pengolahan, pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, dan jasa (Abdurohim, 2020: 19)
2. Kriteria UMKM berdasarkan aset dan omzet penjualan, salah satunya memiliki nilai aset bersih maksimum 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan sebagai tempat usaha, atau pendapatan penjualan tahunan maksimum Rp 300 juta.
3. Tantangan dan permasalahan yang dihadapi UMKM, kemudian menimbulkan pertanyaan strategi apa yang tepat untuk diterapkan dalam mengembangkan UMKM. Kegagalan pembangunan ekonomi nasional akan mengakibatkan kegagalan pembangunan ekonomi secara keseluruhan (Budiarto, dkk. 2015: 7)

Selain buku, penulis juga menelusuri sejumlah skripsi yang sudah diterbitkan, dimana skripsi tersebut penulis gunakan sebagai bahan referensi, yaitu :

1. “Strategi Pengembangan UMKM di Kabupaten Banyumas dalam pada dinas ketenagakerjaan UMKM Banyumas” (Hasbiyah, 2018), Skripsi ini membahas tentang strategi yang diterapkan dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Banyumas.
2. “Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil yang Tergabung Pada Asosiasi *Celebes Cooking and Baking Community* (CCBC) Kota Makasar” (Megawati, 2019), skripsi ini membahas strategi yang dilakukan oleh

CCBC dalam mengembangkan usaha mikro dan kecil yang tergabung dalam CCBC kota Makasar.

3. “Analisis Kinerja Inkubator Bisnis dalam Pendampingan Usaha *Tenant* (Usaha Binaan) (Studi Kasus Inkubator Bisnis Teknoligi Solo *Technopark*)” (Nuraisyah, 2017), dalam Skripsi ini mengkaji tentang incubator bisnis dalam kinerja di Solo *Technopark* yang meliputi strateginya mendampingi usaha *Tenant* serta mengkaji manfaat dari adanya program inkubasi yang dilaksanakan oleh incubator Solo *Technopark* terhadap kinerja *Tenant*.

Untuk gambaran yang lebih jelas dan untuk menjamin keaslian dalam penelitian ini, penulis memaparkan persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yang dapat uraikan pada bentuk tabel 1.1 sebagai berikut:

(Tabel 1)
Kajian Pustaka

Peneliti	Hasil Riset	Persamaan	Perbedaan
Hasbiyyah (2018)	Hasil penelitian menjelaskan strategi Dinkerkop dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Banyumas dan menggambarkan alternatif strategi untuk digunakan dalam proses pengembangan UMKM.	Pembahasan yang sama yaitu membahas tentang strategi dalam mengembangkan atau meningkatkan UMKM	Subjek penelitian yang berbeda, dimana dalam skripsi tersebut memiliki subjek penelitian pada Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyumas Sedangkan

Peneliti	Hasil Riset	Persamaan	Perbedaan
			penelitian yang dilakukan oleh penulis memiliki subjek penelitian pada Asosiasi Usaha Kecil Menengah Banyumas (ASPIKMAS)
Megawati (2019)	Hasil penelitian menjelaskan mengenai strategi yang dilakukan CCBC untuk mengembangkan usaha mikro serta kecil yang telah tergabung dalam CCBC kota Makasar	Pembahasan yang sama yaitu membahas tentang strategi dalam mengembangkan atau meningkatkan UMKM	Lokasi penelitian dalam skripsi tersebut adalah dikota Makasar dengan subjek penelitian adalah usaha mikro dan kecil yang telah tergabung pada Asosiasi CCBC. Sedangkan dalam penelitian penulis lokasi penelitian berada di Kabupaten Banyumas dengan Subjek penelitiannya adalah Asosiasi Usaha Kecil

Peneliti	Hasil Riset	Persamaan	Perbedaan
			Menengah Banyumas (ASPIKMAS)
Nuraisyah (2017)	Hasil penelitian ini mengkaji kinerja incubator bisnis pada <i>Solo Technopark</i> dalam usahanya mendampingi usaha <i>Tenant</i> dan mengkaji manfaat dari adanya program inkubasi yang dilaksanakan oleh <i>Solo Technopark</i> terhadap kinerja <i>Tenant</i>	Pembahasan yang hampir sama membahas kinerja dalam pengembangan usaha	Subjek dalam penelitian tersebut adalah inkubator bisnis teknologi, pembahasan penelitian tersebut hanya mencakup terkait pendampingan incubator bisnis. Sedangkan dalam penelitian penulis subjek penelitian adalah asosiasi usaha dan penelitian penulis membahas lebih dalam mengenai semua langkah yang dilakukan dalam meningkatkan kemandirian UMKM

F. Sistematika Pembahasan

Penjelasan sistematis penelitian ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca memahami secara mendalam. Secara umum, sistematika pembahasan dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 tiga bagian utama, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Bagian awal penelitian ini terdiri dari halaman judul, halaman nota bimbingan, halaman perembahan, halaman kata pengantar, dan daftar isi.

Bagian isi penelitian ini secara khusus akan memaparkan intisari penelitian, dimana bagian isi secara khusus terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama adalah pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan terakhir sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab kedua adalah landasan teori yang memuat beberap sub bab teori ekonomi dengan kaitan erat pada permasalahan yang diangkat serta memuat kerangka penggunaan teori sebagai pengantar tulisan guna menghindari kesalahan dalam berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ketiga adalah metode penelitian yang memuat jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat adalah hasil penelitian dan pembahasan yang memuat tentang hasil yang diperoleh dalam penelitian yang diangkat dan juga pembahasan yang didalamnya memaparkan analisis data dengan mengkaitkan pada teori yang digunakan dalam penelitian. Dari hasil penelitian ini dapat diperoleh jawaban guna menjawab rumusan masalah yang ada.

BAB V : PENUTUP

Bab yang terakhir adalah penutup, bab ini terdiri dari kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang dapat diambil dari keseluruhan hasil penelitian, serta kata penutup yang menjadi bagian akhir dari pembahasan

Selain itu, pada akhir penelitian, peneliti mencantumkan bahan referensi yang digunakan dalam penulisan penelitian ini pada daftar pustaka, dilengkapi dengan lampiran-lampiran pendukung penelitian, dan daftar riwayat peneliti.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting dalam perekonomian suatu bangsa ataupun daerah. Mereka biasanya mempekerjakan banyak orang dan tidak memiliki kualifikasi tertentu, seperti tingkat pelatihan, bakat, atau keterampilan kerja tertentu, serta sejumlah modal dan keahlian teknologi yang relative sederhana (Ananda dan Susilowati, 2017).

Pengertian UMKM sangat banyak dan beragam ditemukan, salah satunya menurut DEKOPIN atau Dewan Koperasi Indonesia menyatakan bahwa UMKM dapat diartikan sebagai perusahaan dengan karegori berskala kecil yang dijalankan oleh para pelaku usaha ekonomi, menggunakan teknologi tradisional serta dikelola secara sederhana. Selanjutnya *The Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) mendefinisikan UMKM adalah bisnis mandiri yang dikenal memiliki lebih sedikit dari jumlah karyawan yang ditetapkan. Batas ini bervariasi di berbagai negara, namun jumlah karyawan UMKM yang paling umum adalah mereka yang memiliki kurang dari 250 karyawan, seperti di Uni Eropa. Selain itu, ada juga beberapa negara tambahan yang memiliki karyawan kurang dari 250 karyawan. Di Amerika serikat, perusahaan yang termasuk UKM adalah perusahaan dengan karyawan kurang dari 500. Biasanya, perusahaan kecil memiliki kurang dari 50 karyawan, sedangkan usaha mikro memiliki jumlah karyawan maksimum 10 dan dalam beberapa situasi, sedikitnya hanya memilik 5 karyawan (Permana, 2017).

UMKM di Indonesia diatur dalam sebuah aturan hukum pada Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008. Namun sebelum disahkannya Undang-Undang tersebut, pengertian UMKM telah dirumuskan salah satunya menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 316/KMK.016/1994

tanggal 27 Juni 1994, usaha kecil adalah badan usaha perseorangan atau badan yang melakukan kegiatan komersial dan menghasilkan penjualan tahunan paling banyak Rp 600.000.000,- atau harta kekayaan paling banyak Rp 600.000.000,-. (tidak termasuk tanah dan bangunan yang ditempati). Usaha kecil terdiri dari badan hukum (seperti Fa, CV, PT, dan koperasi) dan perorangan (seperti pengrajin yang bekerja dari rumah, petani, peternak, nelayan, penebang, penambang, dan pekerja layanan hutan).

Definisi UMKM kemudian diperjelas dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, yaitu :

- 1) Usaha mikro adalah usaha yang memenuhi persyaratan usaha mikro dan dimiliki oleh perorangan atau badan usaha kecil dianggap usaha mikro.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berhasil secara ekonomi yang beroperasi secara mandiri, dijalankan oleh orang atau organisasi yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan yang lebih besar atau lebih mapan dan tidak dimiliki, dikendalikan, atau diintegrasikan secara langsung atau tidak langsung ke dalamnya.
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang beroperasi secara independen, dijalankan oleh orang atau organisasi, dan bukan merupakan bisnis kecil atau perusahaan induk, anak perusahaan, atau cabang langsung atau tidak langsung dari bisnis besar. Itu harus memiliki total kekayaan bersih atau penjualan tahunan yang memenuhi persyaratan undang-undang. (Tanjung, 2017: 90).

2. Kriteria dan Karakteristik UMKM

Usaha mikro kecil merupakan jenis usaha yang paling banyak dilakukan oleh orang Indonesia. Kemudian, usaha-usaha tersebut dipisahkan menjadi beberapa kelompok sesuai dengan ciri dan kriterianya. Kriteria adalah syarat-syarat tertentu yang suatu usaha dapat digolongkan sedangkan karakteristik merupakan sifat yang membedakan tiap usaha

yang ada. Meskipun secara umum bisnis ini memiliki kualitas yang hampir sama di setiap daerah, seperti memiliki tingkat pendapatan yang rendah hingga manajemen yang buruk, kriteria dan fitur ini kemudian membedakannya.

Kriteria UMKM didasarkan atas modal usaha dan hasil penjualan tahunan setiap tahun sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2020 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi, dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah . Kriteria modal usaha yang diatur dalam Pasal 35 PP No. 7 Tahun 2020 terdiri dari:

- 1) Usaha Mikro diklasifikasikan dengan modal kerja sampai dengan Rp1.000.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan untuk bangunan komersial;
- 2) Usaha Kecil diklasifikasikan dengan modal lebih dari Rp1.000.000.000.000 (satu miliar rupiah) hingga jumlah maksimum Rp5.000.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan komersial; dan
- 3) Usaha Menengah diklasifikasikan dengan modal lebih dari Rp5.000.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha (Peraturan Pemerintah, 2020).

Berikut merupakan persyaratan penghasilan tahunan yang tercantum dalam Pasal 35 Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2020, yaitu :

- 1) Usaha Mikro dengan penjualan tahunan paling banyak Rp2.000.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
- 2) Usaha Kecil dengan omzet tahunan tidak kurang dari Rp2.000.000.000.000 (dua miliar rupiah) dan tidak lebih dari Rp15.000.000.000.000 (lima belas miliar rupiah); dan
- 3) Usaha Menengah dengan penjualan tahunan sebesar Rp15.000.000.000.000 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah) (Peraturan Pemerintah, 2020).

Jika dilihat dari kontribusinya terhadap PDB dan lapangan kerja, UKM biasanya memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Fleksibilitas, memudahkan untuk beralih ke bidang pekerjaan lain ketika menghadapi rintangan dalam menjalankan bisnis;
- 2) Kemandirian modal, memungkinkan UKM untuk tumbuh dengan kekuatan modal sendiri daripada selalu mengandalkan pendanaan dari luar;
- 3) Dari sisi pinjaman, mereka membayar kembali kredit dengan tingkat bunga yang cukup tinggi, terutama bagi pemilik usaha kecil di industri tertentu sebagai pedagang;
- 4) Usaha kecil dan menengah (UKM) beroperasi di berbagai industri di seluruh Indonesia, mendistribusikan barang dan jasa untuk memenuhi permintaan penduduk setempat (Prawirokusumo, 1999: 38).

Berdasarkan jenis kriterianya, dapat dimungkinkan untuk melihat ciri-ciri UKM. Berikut ini adalah beberapa ciri-ciri usaha mikro :

- 1) Tidak memiliki manajemen keuangan di tempat
- 2) Rata-rata sumber daya manusia yang tidak profesional, memiliki jiwa wirausaha yang lemah dan tingkat pendidikan yang rendah.
- 3) Tidak memerlukan izin usaha atau dokumen legal lainnya.
- 4) Karyawan yang dimiliki biasanya berjumlah tidak lebih dari empat.
- 5) Pelaku usaha mikro pada umumnya memiliki sifat rajin, lugas, dan mampu menerima arahan (Tanjung, 2017: 91).

Berbeda dengan usaha mikro, usaha kecil juga memiliki beberapa karakteristik yaitu :

- 1) Mereka umumnya telah melakukan pencatatan keuangan
- 2) Rata-rata Sumber Daya manusianya memiliki pendidikan SMA dan berpengalaman menjalankan bisnis sebelumnya.
- 3) Mematuhi semua persyaratan hukum dan memiliki izin usaha.
- 4) Memiliki 5 sampai tenaga kerja atau karyawan (Tanjung, 2017: 92).

Usaha menengah memiliki karakteristik yang berbeda juga, diantaranya ditunjukkan sebagai berikut:

- 1) Mempermudah proses audit, telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dan telah membentuk manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi secara berkala.
- 2) Telah menangani administrasi program Jamsostek dan pelayanan kesehatan.
- 3) Sudah memenuhi semua kriteria hukum, termasuk yang terkait dengan pengelolaan lingkungan, NPWP, izin usaha dan tempat, dan izin gangguan (HO).
- 4) Sering bekerjasama dan memanfaatkan uang bank yang tersedia.
- 5) Sumber daya manusia berkualitas tinggi dengan hingga puluhan karyawan (Tanjung, 2017: 93).

Berdasarkan kriteria dan ciri-ciri tersebut mengarah pada kesimpulan, bahwa UMKM memiliki berbagai indikasi atau kriteria yang digunakan untuk mencirikannya, termasuk ukuran volume usaha, modal, nilai aset, kekayaan bersih, dan jumlah karyawan yang membedakan satu sama lain.

3. Komunitas Bisnis UMKM

Komunitas adalah kelompok sosial yang terdiri dari beberapa makhluk yang hidup di lingkungan yang sama dan biasanya memiliki preferensi lingkungan yang sama. Individu dalam komunitas juga dapat berbagi niat, keyakinan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, dan berbagai karakteristik yang serupa (Mansyur, 1987: 69). Saat ini banyak komunitas bisnis bermunculan dari komunitas bisnis pengusaha berskala besar hingga komunitas untuk para pelaku usaha mikro. Komunitas UMKM dibentuk agar menjadi wadah bagi pelaku bisnis UMKM yang disatukan karena kesamaan maksud yang dimiliki dengan tujuan sebagai tempat bertukar pikiran, ide dan mencapai tujuan dan berkembang bersama.

B. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan proses yang penting untuk menangani banyak tugas utama perusahaan serta kondisi masa depan yang tidak diketahui dan tidak dapat diprediksi, strategi adalah aktivitas penting. Dengan strategi, bisnis mencoba menggali lebih dalam potensi untuk memaksimalkan hasil yang ingin dicapai sambil juga membangun kapasitas untuk menanggapi perubahan lingkungan yang sangat cepat. (Lizardi, dkk, 2020:95).

Strategi merupakan kata yang berasal dari kata *strategas*, *stratos* dalam bahasa Yunani, yang artinya militer dan juga berasal dari kata *Ag* yang artinya memimpin, generalship yang mengacu pada panglima atau jenderal atau apa yang dilakukan panglima perang untuk membuat strategi untuk menang. Ketika pertempuran diperlukan di masa lalu dan panglima perang diperlukan untuk memimpin angkatan bersenjata, strategi merupakan ide yang relevan (Ernayanti, 2015:14).

Terdapat beberapa pengertian strategi menurut para ahli, antara lain :

- b. Menurut Chandler (1962), strategi adalah upaya untuk mencapai tujuan jangka panjang, inisiatif tindak lanjut dan prioritas alokasi sumber daya untuk sebuah organisasi.
- c. Menurut Learned, dkk (1965), strategi adalah alat untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, salah satu titik fokus strategis adalah keputusan apakah perusahaan harus ada atau tidak.
- d. Menurut Stainer dan Miner (1977), Mintzberg (1979), Agyris (1985), strategi adalah sebuah reaksi yang berkelanjutan atau dapat disesuaikan terhadap peluang dan tantangan dari luar serta kekuatan dan kelemahan internal organisasi itu sendiri.
- e. Menurut Porter (1985), Instrumen penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif adalah strategi.
- f. Menurut Andrew (1985), strategi merupakan faktor pendorong kekuatan motivasi untuk *stakeholder*, *debtholders*, , karyawan,

pelanggan, masyarakat, atau secara tidak langsung untuk mendapatkan manfaat atau biaya yang berasal dari setiap tindakan yang dilakukan oleh organisasi.

- g. Menurut Homel dan Prahalad (1995), strategi merupakan tindakan berdasarkan apa yang akan diminta pelanggan di masa depan, strategi adalah tindakan berkelanjutan yang instrumental (terus meningkat). (Purwanggono, 2020:7).

Berdasarkan uraian yang diberikan di atas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi adalah metode atau pendekatan yang digunakan untuk menyebarkan suatu inovasi untuk mencapai tujuan yang ditentukan oleh bisnis atau pengusaha.

2. Konsep Strategi

Mintzberg menegaskan 5P yang terhubung satu sama lain dan terdiri dari perencanaan (*plan*), pola (*pattern*), posisi (*position*), perspektif (*perspektif*), dan permainan atau taktik (*play*), merupakan gagasan atau konsep dari strategi. Berikut uraian dari 5P yaitu :

a. *Strategy as a Plan*

Strategi adalah perencanaan karena ide strategi tidak dapat dipisahkan dari unsur perencanaan, arah, atau orientasi tindakan bisnis di masa depan untuk menuju pencapaian tujuan. Namun, strategi tidak selalu merupakan rencana berorientasi masa depan yang tidak dilaksanakan karena segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lalu juga dipengaruhi oleh strategi.

b. *Strategy as a Pattern*

Istilah strategi mengacu pada pola yang disebut sebagai *intended strategy* karena belum dipraktikkan dan prospektif, atau disebut juga sebagai *realized strategy* karena organisasi telah menjalankannya. Memanfaatkan strategi yang disadari daripada menggunakan yang direncanakan adalah pola yang dapat juga dilihat sebagai sejarah tindakan yang berkelanjutan atau merupakan perilaku masa lalu yang konsisten.

c. *Strategy as a Position*

Strategi adalah posisi, yaitu memposisikan atau mencocokkan produk tertentu dengan target pasar tertentu. Strategi ini cenderung melihat keluar, atau pada berbagai komponen lingkungan eksternal, sambil melihat ke bawah, atau ke titik di mana produk tertentu memenuhi klien. Menjalankan strategi dari perspektif strategi melibatkan pemanfaatan ideologi, impuls alami, atau keyakinan yang sudah ada.

d. *Strategy as a Perspective*

Sebagai perspektif, strategi lebih cenderung berfokus pada struktur dan tujuan jangka panjang perusahaan. Penggunaan strategi mengungkapkan pandangan para pembuat keputusan strategi (*strategic decision-makers*) dalam memandang dunianya. Seperti ideologi atau budaya, strategi adalah ide yang ada di benak mereka yang membuat keputusan strategis dan berusaha untuk menjadi nilai bersama (*shared value*) di dalam bisnis (Solihin, 2012: 28).

e. *Strategy as a Play*

Strategi dalam arti ini menjadi sebuah keputusan yang dibuat oleh pemimpin pasar untuk memperbesar kapasitas pabrik. Peningkatan kapasitas pabrik bukan hanya strategi dalam arti rencana, tetapi juga merupakan permainan (*play*) untuk menghalangi pendatang baru yang potensial memasuki industri yang bersangkutan karena adanya pendatang baru yang berpotensi (*potential new entrants*). Misalnya, tidak memiliki skala ekonomi (*economies of scale*) yang sebanding dengan pemimpin pasar sehingga strategi dalam pengertian ini menjadi keputusan oleh para pemimpin pasar.

Akibatnya, strategi disebut sebagai permainan atau teknik sebagai salah satu cara untuk mengalahkan musuh atau rival adalah melalui strategi. (Suryana, 2014:249-250).

C. Kemandirian

1. Pengertian Kemandirian

Kemandirian adalah kemampuan untuk berdiri sendiri tanpa bergantung pada orang lain. Kata mandiri berasal dari kata *independent* yang artinya tidak tergantung pada orang lain (Poerwadarminta, 2007:221). Kemandirian dikenal juga dengan *alhakm adzdzati*, kata dalam Bahasa Arab yang sepadan dengan kata *autonomy* dalam Bahasa Inggris. Dalam istilah lain, kemandirian juga disebut sebagai *alistiklaliyah* dalam Bahasa Arab yang kemudian dalam bahasa Inggris disepadankan dengan kata *independence*

Alhakm adzdzati, kata Arab untuk kemerdekaan, adalah apa yang akan kami terjemahkan sebagai "otonomi" dalam bahasa Inggris. *Alistiklaliyah* adalah nama lain dari kemerdekaan, yang padanan kata bahasa Inggris kemerdekaan dalam bahasa Arab (Sa'diyah, 2015).

Beberapa ahli memberikan definisi kemandirian, sebagai berikut :

- a. Menurut Watson, kemandirian adalah kemampuan untuk mengambil alih, menyelesaikan tugas tanpa bantuan orang lain, mengatasi hambatan, melakukan tugas dengan baik, dan gigih dalam menyelesaikan tugas.
- b. Menurut Bernadib, kemandirian adalah mampu mengambil inisiatif, memecahkan kesulitan, memiliki kepercayaan diri, dan menyelesaikan tugas secara mandiri tanpa bantuan orang lain.
- c. Menurut Johson, Kemandirian adalah tanda kedewasaan karena memungkinkan individu untuk bekerja secara bebas dan mengikuti ambisi mereka sendiri.
- d. Menurut Mu'tadin, kemandirian menunjukkan keadaan bahwa seseorang mampu membuat keputusan, mengambil inisiatif untuk menyelesaikan tugas, dan menerima tanggung jawab atas tindakannya. Ini juga menunjukkan bahwa individu memiliki keinginan kompetitif untuk maju demi kebajikannya sendiri (Nurhayati, 2011: 130).

Meskipun tidak banyak ahli yang dapat menggambarkan kemandirian organisasi, kemandirian seringkali dikaitkan dengan organisasi. Organisasi yang dikelola dengan baik dan tidak terpengaruh oleh kepentingan pihak lain merupakan salah satu cara untuk mulai memahami konsep kemandirian organisasi. Organisasi yang mampu menyelesaikan tugas secara mandiri mengandalkan sumber daya mereka sendiri dan melakukan upaya yang bertanggung jawab. Sulaeman (2008) menggambarkan bagaimana sebuah organisasi dapat mencapai kemandirian dengan berfokus pada prinsip, posisi, dan tugas yang berbeda. Selain itu, adanya sikap bebas berpola pikir dan kurangnya banyak faktor yang berpengaruh dalam menghambat kemandirian adalah ciri tambahan dari organisasi yang mandiri (Akhmad, 2020).

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan di atas, dapat dikatakan bahwa kemandirian mengacu pada keadaan di mana seseorang atau organisasi mau dan mampu mewujudkan kehendaknya, yang diwujudkan dalam tindakan nyata, untuk memperoleh sesuatu (barang/jasa) dengan maksud dan tujuan. memenuhi kebutuhannya sendiri maupun kebutuhan orang lain. Definisi ini memperjelas bahwa kemampuan seseorang atau organisasi untuk memenuhi kebutuhannya dapat menjadi tanda kemandirian. Namun, kemandirian yang dibahas dalam tulisan ini, lebih berfokus pada kemandirian pelaku usaha usaha makro kecil dan menengah dalam sikap dan kondisi usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan untuk semakin mampu memenuhi kebutuhannya dengan mengandalkan usaha sendiri. Kemampuan dan kekuatan tersebut sebagaimana tertuang pada Pasal 1 ayat 8 Permen KUKM N0: 02/Per/M.KUKM/I/2008.

2. Indikator Kemandirian

Kemandirian dapat terjadi pada orang perorangan maupun perorganisasian yang dapat dilihat dengan menunjukkan sebuah kemampuan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa bergantung pada siapapun. Untuk mengetahui suatu sikap termasuk ke dalam perilaku

mandiri, maka dibutuhkan indikator yang harus terpenuhi. Menurut Sumarmo, Indikator dalam kemandirian meliputi inisiatif, mampu mendiagnosa kebutuhan, mampu menetapkan target dan tujuan, mampu memonitor, mengatur dan mengontrol permasalahan, memandang kesulitan sebagai tantangan, memanfaatkan sumber yang relevan, memilih dan menerapkan strategi, mengevaluasi Proses dan hasil (Sumarmo, 2004: 5).

Selanjutnya menurut Paulina, dkk (2012), indikator kemandirian meliputi:

- a. Pengambilan inisiatif, organisasi maupun perorangan harus dapat berinisiatif dalam melaksanakan sesuatu sesuai dengan kondisi yang sedang terjadi
- b. Mengatasi rintangan lingkungan,
- c. Memperbaiki kepribadian,
- d. Kepuasan kerja,
- e. Mandiri dalam mengerjakan tugas (Hendrawan, 2017).

Dalam penelitian Yumi tahun 2002 yang dikutip (Akhmad, 2020) menyatakan bahwa indikator kelembagaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemandirian. Keharusan memiliki sifat mandiri dikarenakan suatu lembaga sudah memiliki orientasi nilai, peran dan tanggung jawab, meskipun bertentangan dengan kepentingan dan menggunakan sistem hierarkis dan birokrasi yang padat. Lembaga ada dalam masyarakat untuk mengatur anggotanya dan untuk menciptakan rasa keadilan yang abadi bagi para anggotanya. Lembaga-lembaga yang mengambil sikap independen, dengan demikian, tidak terkekang oleh berbagai pengaruh yang merusak independensi. Dapat juga diartikan bahwa suatu lembaga yang mandiri memiliki visi, misi, rencana, dan kegiatan tersendiri yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kemandirian adalah pola pikir yang menempatkan kapasitas lembaga untuk manajemen pertama (Akhmad, 2020).

Beberapa aspek pada indikator kemandirian di atas yang kemudian penulis hubungkan dengan kemandirian usaha yang dapat mempengaruhi kemandirian UMK, yaitu kemandirian dari segi manajemen, kelembagaan dan sumber daya pelaku UMKM itu sendiri. Untuk mencapai tujuan individu dan organisasi di UKM, kemandirian ini dapat berbentuk manajemen sumber daya manusia, yang melibatkan pemilihan, pengembangan, pengelolaan dan penempatan sumber daya manusia.

3. Strategi Pendukung Kemandirian UMKM

UMKM saat ini menjadi alat yang ampuh untuk meningkatkan kontribusi sektor swasta terhadap pembangunan dan mencapai kesetaraan di negara-negara berkembang. UMKM merupakan salah satu cara untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah, yang dianggap sebagai alternatif terbaik untuk menurunkan pengangguran dan menyerap tenaga kerja dengan menciptakan lapangan kerja baru. Mengingat peran UMKM dapat menumbuhkan pelibatan masyarakat, maka diperlukan pertimbangan khusus baik dari pemerintah maupun masyarakat.

Terdapat beberapa strategi yang dapat mendukung peningkatan kemandirian UMKM, yaitu :

- a. *Pertama*, strategi utama yang diperlukan untuk mengubah gaya hidup dari ketergantungan pada barang-barang impor ke pembelian barang-barang lokal. Hal ini akan mendorong penggunaan barang-barang daerah, sehingga mendorong pertumbuhan industri daerah.
- b. *Kedua*, untuk mengubah kebijakan dan sikap pemerintah terhadap UMK, bisnis ini membutuhkan bantuan penuh pemerintah.
- c. *Ketiga*, sektor UKM ini membutuhkan bantuan dalam mencari input produksi yang lebih baik, teknologi yang sesuai, strategi pemasaran yang efisien, dan layanan lainnya sehingga mereka dapat bersaing dengan industri besar baik harga maupun kualitas.
- d. *Keempat*, UKM harus meningkatkan pengetahuan dan kecakapannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemerintah harus menawarkan

fasilitas pelatihan yang sesuai dan lembaga pendidikan yang bereputasi baik.

- e. *Kelima*, sektor UKM ini membutuhkan kemudahan akses pembiayaan, yang seringkali menjadi sumber masalah yang menghambat pertumbuhannya.
- f. *Keenam*, Pemerintah harus menghilangkan sejumlah hambatan yang menghambat pertumbuhan dan perluasan sektor UKM. Pengembangan UKM tidak akan dapat mencapai tujuan substitusi impor dan promosi ekspor kecuali industri ini dibantu dalam mengembangkan efisiensi teknologi yang memungkinkan mereka untuk bersaing dengan sukses. Saat membuat teknologi yang layak berdasarkan sumber daya lokal, langkah tersebut adalah langkah yang tepat untuk diambil (Mashdurohatun, 2011).

4. Faktor Penghambat Kemandirian UMKM

Pembagian kerja di dunia telah bergeser sebagai akibat dari adanya perkembangan jangka panjang ekonomi global. Karenanya, dibutuhkan perhatian pemerintah nasional untuk mengevaluasi kembali strategi mereka sehubungan dengan perubahan ini. Terdapat beberapa faktor penghambat yang menghalangi kewirausahaan nasional, khususnya di sektor kecil dan menengah, untuk beroperasi secara mandiri. Isu-isu tersebut antara lain terkait akses pendanaan, akses pemasaran, hukum birokrasi, dan kapasitas UKM. Pada kenyataannya, perusahaan kecil ini diharapkan menjadi fokus utama untuk mengambil strategi dengan menciptakan bisnis mereka sendiri yang mandiri, kuat, kompetitif dan mengembangkan diri untuk mendukung ekspansi ekonomi.

Pada dasarnya, manajemen organisasi bukanlah pilihan yang dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku usaha mikro, sehingga diperlukan kepemimpinan manajemen untuk mencapai tumbuhnya jiwa wirausaha mereka. Selain itu, struktur organisasi yang kabur mempengaruhi seberapa jelas independensi perusahaan diwujudkan, yang pada akhirnya saling menyalahkan ketika masalah operasional muncul.

Dalam hal interaksi pekerja, kinerja lingkungan, kinerja bisnis, dan perilaku kewirausahaan, pengelolaan lingkungan di industri kecil belum tertangani secara optimal. Akibatnya, peningkatan kinerja di antara karyawan diperlukan untuk keberhasilan pengembangan perilaku kewirausahaan (Sukirman, 2017).

Terdapat beberapa factor yang menjadi penghambat kemandirian usaha mikro, Menurut Irianto, faktor penghambat tersebut antara lain:

- 1) Faktor utamanya adalah keterbatasan modal. Kemampuan pelaku usaha mikro untuk mengembalikan modal dipandang oleh bank tidak sesuai dengan kesepakatan, yang sangat membatasi akses pelaku usaha mikro terhadap kredit modal dari bank. Oleh karena itu, wajar bagi usaha mikro untuk mendapatkan bantuan modal yang sederhana dalam bentuk jumlah sedikit.
- 2) Masalah Produksi merupakan faktor penentu keberlangsungan sebuah usaha karena suatu produk harus ditangani dengan kualitas dan prosedur yang tepat di zaman sekarang ini. Jika hal ini tidak dapat berlanjut, produk tersebut menurunkan minat konsumen untuk melakukan pembelian.
- 3) Masalah dengan sumber daya yang ditemukan di usaha mikro merupakan permasalahan yang begitu banyak karena jumlah yang menciptakan banyak pekerjaan. Mengingat para pekerja ini berasal dari masyarakat setempat dan masih membutuhkan banyak pelatihan dan pembinaan khusus dalam pengetahuan dan pengalaman mereka, masih sulit untuk mencocokkan bakat yang kompeten dan terampil.
- 4) Masalah akses pasar, seperti keuangan yang tidak mencukupi, teknologi produksi dan kemampuan sumber daya manusia, berdampak pada kualitas barang yang dihasilkan. Karena itu, produk jadi akan memiliki tantangan pemasaran, terutama jika ada jenis produk lain yang tersedia di pasar dengan kualitas lebih tinggi dan harga lebih rendah (Irianto, 1996: 195-196).

D. Landasan Teologis

1. Dasar Ekonomi dan Bisnis Islam

Tidak mungkin memisahkan tujuan ekonomi Islam dari tujuan keseluruhan hukum Islam karena Ekonomi Islam adalah satu dari beberapa bagian di dalam Syariat Islam. Tujuan ekonomi Islam tidak terlepas dari tujuan syariat, yang mana memiliki yujuan fundamental untuk membantu orang mencapai tujuan mereka memimpin kehidupan yang layak, bermoral dan menemukan kebahagiaan di dunia dan akhirat (*al-hayyah al-tayyibah*).

Dalam pandangan tauhid, manusia hanya sebagai wali sekaligus berperan sebagai pelaku ekonomi (*trust holders*). Oleh karenanya, manusia harus mematuhi petunjuk Allah dalam segala usahanya, termasuk dalam melakukan aktivitas ekonomi dan bisnis. Ketentuan Allah yang perlu dipatuhi dalam situasi ini tidak hanya hukum alam dan sosial, tetapi juga aturan teologis (*uluhiyyah*) dan moral (*khuluqiyyah*). Dalam memahami tentang ekonomi Islam secara keseluruhan berdasarkan atas aspek mendasar dalam agama Islam meliputi aspek akidah (tawhid), hukum (syariah) dan Ahlak (Fauzia & Riyadi, 2014: 8).

Pada hakikatnya, semua perdebatan tentang ekonomi Islam didasarkan pada ekonomi ketuhanan, yang didasarkan pada prinsip tauhid uluhiyyah, atau ajaran mengesakan segala bentuk ibadah kepada Allah. Sebagaimana dalam firman Allah pada QS adz-Dzariyat (51) : 56 yang berbunyi :

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku”

Sehingga, ketika seseorang mengesakan dan menyembah Allah, dikarenakan kapasitas Allah sebagai dzat yang wajib disembah dan juga tidak menyekutukanNya, hal ini berimplikasi pada adanya niat yang tulus bahwa segala pekerjaan yang dikerjakan oleh manusia adalah dalam rangka beribadah kepada Allah, sebagai satu bentuk penyembahan kepada-Nya. Termasuk ketika melakukan tugas ekonomi sehari-hari. Seseorang

harus selalu ingat bahwa apapun yang dia lakukan adalah bentuk ibadah kepada Sang pencipta, baik dalam skala mikro maupun global. Dengan keadaan seperti itu, pikiran bawah sadar seseorang akan terus-menerus menolak segala upaya yang dianggap di bawah standar dan dapat merugikan orang lain (Fauzia & Riyadi, 2014: 8-9).

Topik ekonomi Islam yang didasarkan pada ajaran *tawhid rububiyyah* juga menjadi landasan bagi ilmu ekonomi Islam. *Tawhid rububiyyah* atau keyakinan bahwa Allah adalah pencipta alam semesta, adalah penyambungan Allah melalui semua yang Dia ciptakan, sebagaimana dalam firman Allah pada QS az-Zumar (39): 62 yang berbunyi :

اللَّهُ خَالِقُ كُلِّ شَيْءٍ وَهُوَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ وَكِيمٌ

“Allah adalah pencipta segala sesuatu dan Dia Maha Pemelihara atas segala sesuatu”

Ayat tersebut menunjukkan menunjukkan keadaan dimana seseorang menyembah Allah karena Allah sebagai pemberi rezeki dan segala kenikmatan yang ada di dunia. Akan tetapi, ketika orang tersebut mengucapkan syahadat dan berikrar untuk mengabdikan kepada Allah, ia harus mampu memanfaatkan apa yang ada padanya dengan sebaik-baiknya agar dapat bermanfaat bagi orang lain dan kemaslahatan bagi banyak orang. Segala apa yang dibutuhkan oleh manusia telah ada di muka Bumi ini, maka menjadi suatu kewajiban baginya untuk selalu bekerja, bertebaran di muka bumi untuk mencari rezeki-Nya (Fauzia & Riyadi, 2014: 9).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat penulis simpulkan bahwa dalam menjalankan aktifitas ekonomi Islam pada dasarnya harus berlandaskan pada ajaran agama terutama mengenai tauhid, yaitu meyakini bahwa segala aktifitas ekonomi yang dilaksanakan berdasarkan maksud untuk beribadah kepada Allah, menyadari bahwa aktifitas ekonomi yang dijalankan harus sesuai dengan syariat dan bertujuan demi kemaslahatan dan manfaat masyarakat.

2. Prinsip Kemandirian dalam Ekonomi dan Bisnis Islam

Islam banyak mengajarkan tentang kemandirian dalam ajarannya, khususnya dalam bab moralitas. Hal ini terlihat dari sejumlah ayat Al-Qur'an dan Al-Hadits yang menuntut agar seorang muslim memiliki sifat atau perilaku yang mandiri. Ayat-ayat Al-Qur'an berikutnya menunjukkan bahwa seorang Muslim harus mandiri dan tidak boleh bergantung pada belas kasihan orang lain, seorang muslim tidak boleh meminta-minta dan mengandalkan belas kasihan orang lain yang dijelaskan dalam Q.S Al-Jumu'ah (62) ayat 10-11 yang berbunyi :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا أَنْفَضُوا إِلَيْهَا وَتَرَكَوْكَ قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِنَ اللَّهْوِ وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ □

“Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung. Apabila (sebagian) mereka melihat perdagangan atau permainan, mereka segera berpencar (menuju) padanya dan meninggalkan engkau (Nabi Muhammad) yang sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah, “Apa yang ada di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perdagangan.” Allah pemberi rezeki yang terbaik”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa seorang muslim harus memiliki kemandirian dalam berperilaku. Selain itu, kemandirian sering juga dikaitkan dengan sifat kuat yang mana Islam sangat menganjurkan umatnya untuk menjadi pribadi yang kuat. Kuat dalam hal ini dapat dimaknai kuat dalam akidah, ibadah, dan amaliyah. Umat Islam juga harus bersungguh-sungguh dalam urusannya, Sebagaimana dijelaskan dalam sebuah hadist yang berbunyi sebagai berikut :

Dari Abu Hurairah Radhiyallahuanhu beliau berkata, Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, Mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai Allah Azza wa Jalla daripada Mukmin yang lemah; dan pada keduanya ada kebaikan. Bersungguh-sungguhlah untuk mendapatkan apa yang bermanfaat bagimu dan mintalah pertolongan kepada Allah (dalam segala urusanmu) serta janganlah sekali-kali

engkau merasa lemah. Apabila engkau tertimpa musibah, janganlah engkau berkata, Seandainya aku berbuat demikian, tentu tidak akan begini dan begitu, tetapi katakanlah, Ini telah ditakdirkan Allah, dan Allah berbuat apa saja yang Dia kehendaki, karena ucapan seandainya akan membuka (pintu) perbuatan syaitan (HR Muslim, 2664).

Ekonomi islam memandang kebebasan tiap manusia untuk melakukan aktivitas ekonomi sepanjang aktivitas ekonomi tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam (Thian, 2021: 15). Secara terperinci, Ekonomi Islam memiliki tujuan yang terbagi menjadi :

- a. Tujuan ekonomi yang paling signifikan adalah kemandirian ekonomi dalam bentuk kemakmuran berupa kesejahteraan negara, kesejahteraan masyarakat, dan kesejahteraan individu.
- b. Pemenuhan kebutuhan dasar manusia, seperti pangan, air, sandang, papan, kesehatan, pendidikan, dan keamanan, serta kerangka negara yang menjamin terpenuhinya kebutuhan tersebut secara adil dalam ranah ekonomi.
- c. Pembangunan berdaya secara optimal, efektif, efisien, dan tidak boros (mubadzir).
- d. Distribusi harta, kekayaan, pendapatan, dan hasil pembangunan yang adil dan merata.
- e. Menjamin kebebasan pribadi tiap individu
- f. Kesamaan hak dan peluang.
- g. Kerjasama dan keadilan (Anto&Hendrie, 2003: 7).

Kemandirian merupakan salah satu dari tujuan ekonomi Islam, yang mana menurut Islam dalam menjalankan aktivitas ekonomi perlu adanya sikap professional yang didasarkan pada kepercayaan terhadap kemampuan usaha dan bertanggung jawab penuh demi mencapai kesejahteraan umat. Dalam hal ini penulis kaitan sikap mandiri sebagai sikap kuat, mampu berdiri sendiri dalam melakukan hubungan amaliyah berupa aktivitas perekonomian. Sehingga kemandirian merupakan sikap yang sangat penting dalam menjalankan perekonomian yaitu mampu

mengelola usaha dan bisnis, tidak mudah menyerah, mampu bertanggung jawab atas segala kegiatan ekonomi demi mencapai tujuan kemaslahatan bagi umat dan tidak bertentangan dengan ajaran agama Islam.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Suatu kegiatan menemukan informasi untuk memecahkan masalah adalah proses yang dikenal sebagai penelitian (Adi, 2015: 4). Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, bahwa dalam penelitian kualitatif peneliti menjadi *human instrument*, tetapi dengan bantuan metode pengumpulan data, observasi partisipatif (observasi partisipatif) dan wawancara mendalam (*in depth interview*) (Sugiyono, 2016: 11). Konsep Filsafat postpositivisme menjadi landasan bagi penelitian kualitatif yang efektif untuk mengkaji kondisi objek alamiah. Secara umum, integrasi data peneliti merupakan instrumen utama dalam penelitian kualitatif. Sehingga data yang didapatkan dalam analisis menjadi induktif atau kualitatif dan lebih menekankan pentingnya makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016: 19).

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian kualitatif berusaha untuk meneliti dan mengidentifikasi data yang diamati oleh penulis selama observasi dan wawancara.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat lokasi penelitian di Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Banyumas (Aspikmas). Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan April dan selesai pada bulan September 2022.

C. Subyek dan Obyek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto, subyek penelitian adalah segala sesuatu yang berupa benda, hal atau orang, tempat dan variabel yang menjadi sebuah masalah (Suharmi, 2000: 200). Adapun Informan penelitian

adalah orang yang menjadi subjek dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini penulis menentukan dua informan yang dapat digali informasinya yaitu, Pengurus Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (Aspikmas) dan anggota Aspikmas.

Objek penelitian adalah variabel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian. Objek penelitian ini terkait dengan Strategi Asosiasi Usaha Mikro Kecil Menengah (Aspikmas) Banyumas untuk meningkatkan kemandirian UMKM Banyumas.

D. Sumber Data

Sebuah penelitian membutuhkan data karena tidak dapat melakukan penelitian tanpanya. Untuk sumber data yang akurat dari penelitian ini, penulis menggunakan informasi yang diperoleh dari:

1. Data Primer

Menurut Wahyu Purhantara, data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang telah dikumpulkan langsung dari subyek penelitian. Akses langsung ke sumber data primer dimungkinkan melalui observasi, wawancara, pengumpulan data lapangan, dan dokumentasi yang menyertainya. Dalam hal ini, data primer peneliti dikumpulkan dan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa data dan informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pengurus dan anggota Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Aspikmas) Banyumas.

2. Data Sekunder

Menurut Purhantara, data sekunder adalah kumpulan data arsip, dokumen, laporan, buku, dan lain-lain, yang seringkali masih berkaitan erat dan biadanya diperoleh secara tidak langsung dari objek pekerjaan umum, terdiri dari struktur organisasi. Oleh karena itu, data sekunder adalah data yang diperoleh sebagai hasil penelitian secara tidak langsung atau melalui perantara dan diterima dari pihak lain (Purkhantara, 2010:

219). Data sekunder untuk penelitian ini penulis peroleh dari buku-buku, internet, surat kabar, majalah, jurnal, dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan peristiwa yang diselidiki.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, melalui wawancara dengan sumber lapangan, observasi, dan dokumen yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah kegiatan atau teknik yang dilakukan untuk memperoleh data dari responden dengan komunikasi secara dua arah (Hartono, 2014: 109-114). Dimana terdapat metode wawancara yaitu, bebas, terpimpin, dan bebas terpimpin, dalam hal ini peneliti melaksanakan *interview* dengan jenis wawancara terpimpin yang mana peneliti telah mempersiapkan daftar pertanyaan yang lengkap dan rinci. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada Pengurus (Ketua dan Sekertaris) dan anggota Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Banyumas (Aspikmas) dan Anggota ASPIKMAS.

2. Observasi

Sebelum melakukan penelitian, teknik utama dalam pengumpulan data adalah dengan melakukan observasi atau pengamatan. Menurut Mahi M Rahmat, metode observasi ilmiah adalah kegiatan yang dilakukan sebelum melakukan penelitian dengan mengamati objek yang diteliti. Data atau informasi yang dibutuhkan diperoleh dalam observasi hanya sebagai masukan untuk mendukung data yang relevan dengan konteks (Rahmat, 2011: 73). Metode ini digunakan untuk mengkaji strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Banyumas (Aspikmas) dan bagaimana penerapan strategi tersebut untuk meningkatkan kemandirian UMKM Banyumas.

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono, merupakan sebuah data berbentuk catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumentasi terdiri dari gambar, tulisan atau karya onumental dari seseorang yang dapat digunakan sebagai pendukung data pada penelitian. (Sugiyono, 2016: 240). Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan teknik pendokumentasian untuk mencari data berupa dokumen atau arsip yang terkait dengan Strategi Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Banyumas (Aspikmas) dalam meningkatkan kemandirian UMKM di Banyumas.

F. Teknik Analisis Data

Dalam mengembangkan dan menilai hipotesis, analisis digunakan untuk memahami hubungan antara konsep-konsep data. Analisis data adalah tindakan mencari dan menyusun secara menyeluruh informasi yang dikumpulkan dengan mengkategorikan data, merangkumnya dalam unit-unit, dan menarik kesimpulan yang sederhana untuk dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2017:131).

Menurut Sugiyono, teknik analisis data kualitatif dapat diterapkan pada saat pengumpulan data atau untuk jangka waktu tertentu setelah pengumpulan data selesai. Pengertian analisis data adalah gabungan dari kegiatan pencarian, penyusunan data secara sistematis diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, disusun dalam satu kategori, deskripsi data, sintesis, kompilasi ke dalam template, menyoroti bagian penting, yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. Sehingga data yang dihasilkan lebih mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi, yaitu memeriksa data yang diterima di satu pihak dan di pihak lain. Analisis Data kualitatif menurut *Miles dan Huberman* (1984), adalah sebuah aktivitas menganalisis secara interaktif yang dilakukan secara terus menerus sampai tuntas sehingga data yang diperoleh sudah jenuh. Aktivitas analisis data

tersebut melalui 3 (tiga) proses, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2016:246)

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data reduction atau Reduksi data dapat diartikan sebagai menggeneralisasi data, mengidentifikasi hal yang utama dalam data, memfokuskan pada bagian-bagian penting, mencari topik dan pola. Sehingga data yang disingkat memberikan gambaran yang lebih jelas dan spesifik, sehingga dapat memberikan kemudahan dalam pengumpulan data penelitian. Pada prinsipnya reduksi data dapat digunakan dengan perangkat elektronik seperti komputer mini yang dilengkapi dengan kode-kode untuk aspek tertentu. Sehingga dalam penelitian ini penulis akan memilah data dan memfokuskan data pada topik berdasarkan data yang diperoleh selama observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (*tringulasi*).

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman (1984) menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Miles dan Huberman (1984) berpendapat bahwa bentuk penyajian data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif. Selain itu, disarankan untuk menampilkan data atau menyajikan data, selain teks deskriptif, juga dalam bentuk grafik, matriks dan tabel. Dalam penelitian ini penulis menyajikan data dalam bentuk teks yang bersifat naratif berdasarkan hasil wawancara terhadap informan yang diteliti.

3. *Conclusion Drawing/ Verification*

Menurut Miles and Huberman langkah ke empat dalam analisis data ialah penarikan kesimpulan verifikasi. Dalam penelitian kualitatif, hasil merupakan penemuan baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Temuan-temuan baru yang dianggap disajikan sebagai gambaran dari

suatu objek penelitian yang sudah pernah digunakan dan yang pada sebelumnya kabur menjadi jelas serta mempunyai hubungan sebab akibat atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2016: 244-253). Dalam penelitian ini penulis akan menarik kesimpulan mengenai strategi yang digunakan Aspikmas dalam meningkatkan kemandirian UMKM Banyumas dengan cara memberikan temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih kabur menjadi jelas dan dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori yang diangkat.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum ASPIKMAS

1. Latar Belakang Aspikmas

ASPIKMAS adalah suatu asosiasi UMKM yang berada dalam wilayah Kabupaten Banyumas. Pada tanggal 28 Juli 2020, Bapak Achmad Husein selaku Bupati di Kabupaten Banyumas melakukan pengukuhan Aspikmas dengan mengumpulkan perwakilan dari setiap kecamatan di Banyumas,. Pemerintah Kabupaten Banyumas dalam hal ini Dinas Ketenagakerjaan, Koperasi dan UMKM memulai proses pembentukan ASPIKMAS sebagai mitra dinas. Hal ini dilatar belakangi oleh kurang optimalnya Dinas terkait dalam pemberdayaan UMKM yang ada di Banyumas. . Menurut Ketua Umum Aspikmas, berdirinya ASPIKMAS pada dasarnya diinisiasi oleh pemerintah karena pemerintah yang merasa peranannya yang dilakukan kurang optimal untuk melakukan pendampingan dan pemberdayaan UMKM dengan kurangnya sumberdaya manusia, waktu dan orientasi. Mengingat permasalahan UMKM kian hari muncul dan membebani para pengusaha, seperti permasalahan permodalan, pemasaran, legalitas usaha dan sedikitnya UMKM yang bisa berkembang secara progresif. Sehingga dibentuklah sebuah asosiasi guna membantu sesama bisnis yang dapat saling membantu satu sama lain untuk bersaing dan menghadapi segala persoalan yang ada.

Terbentuknya ASPIKMAS sebagai wadah penggerak UMKM di Kabupaten Banyumas memiliki tujuan utama, yaitu agar UMKM dapat naik kelas dan berdaya saing nasional. Aspikmas berperan dalam pemberdayaan dan pendampingan UMKM dengan strategi dan program yang dijalankan serta juga membantu program yang sedang dijalankan oleh Pemerintah, dengan adanya Aspikmas diharapkan pendampingan UMKM yang ada diwilayah Kabupaten Banyumas bisa lebih massif dari sebelumnya. Dalam perjalanannya UMKM memiliki independensi dalam

hal organisasi namun masih dengan salah satu perannya yaitu menjadi mitra dinas terkait.

2. VISI dan MISI ASPIKMAS

Aspikmas memiliki visi dan misi yang menjadi arah besar kedepan dalam jalannya asosiasi, dimana visi menjadi dasar untuk menentukan langkah strategi yang akan dijalankan kedepan, Aspikmas memiliki visi dan misi yaitu :

b. Visi

“Menjadi asosiasi UMKM yang berdaya saing nasional”

c. 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*.

Visi dan misi tersebut kemudian dijabarkan kembali secara rinci dari maksud yang terkandung didalamnya, sebagai berikut:

a. Penjabaran Visi

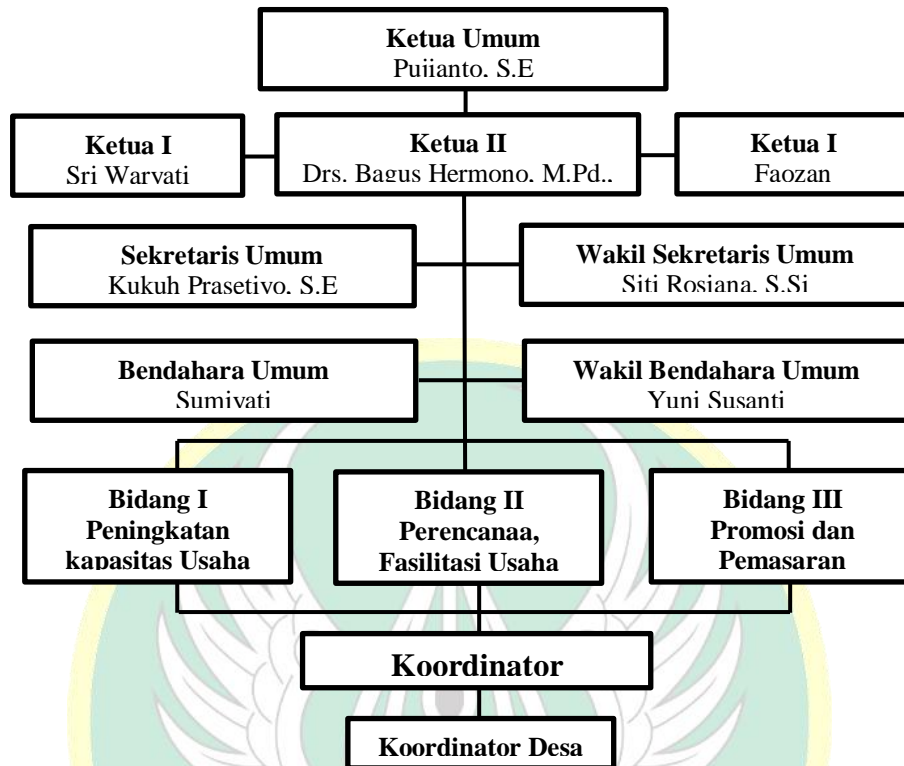
- 1) Aspikmas mampu untuk memberikan kontribusi berupa gagasan yang dapat mempengaruhi arah dari kebijakan nasional
- 2) Aspikmas mampu untuk mewujudkan karya yang nyata dalam pengembangan UMKM sehingga dapat mengangkat nama baik Kabupaten Banyumas di ranah nasional
- 3) Aspikmas mampu melahirkan pengusaha lokal yang memiliki daya saing nasional

b. Penjabaran Misi

- 1) Misi yang pertama, mendistribusikan informasi dan kebijakan dari pemerintah yang terkait dengan UMKM secara merata di Kabupaten Banyumas:
 - a) Pendistribusian dengan merata segala informasi, berupa pelatihan maupun program kegiatan lain kepada anggota Aspikmas di 27 Kecamatan di Banyumas
 - b) Setiap program pelatihan dapat terlaksana tepat sasaran bagi anggota yang membutuhkan dan memenuhi kriteria
 - c) Setiap Anggota mendapatkan pemerataan dari segala jenis pemberdayaan berupa pendampingan dan atau pelatihan
- 2) Misi yang kedua, menjadikan pengusaha mikro, kecil, dan menengah yang tergabung dalam Aspikmas agar dapat naik kelas:
 - a) Meningkatkan omset usaha anggota
 - b) Meningkatkan legalitas usahanya
 - c) Meningkatkan kualitas *packaging* anggota
 - d) Meningkatkan manajemen anggota
- 3) Misi yang ketiga, menyelenggarakan program pendampingan dan pemberdayaan bagi pengusaha mikro, kecil dan menengah agar memiliki daya saing *Corporate*.
 - a) Mengubah pola pikir anggota dari pola pikir pedagang menjadi berpola pikir pengusaha
 - b) Menyelenggarakan program pelatihan untuk menguatkan mental dan untuk meningkatkan kemampuan manajerial anggota dalam dunia bisnis

2. Struktur Organisasi

Gambar 1
Struktur Kepengurusan ASPIKMAS Kabupaten



3. Anggota Aspikmas

Anggota Aspikmas tersebar di berbagai kecamatan di Wilayah Kabupaten Banyumas yang meliputi 27 Kecamatan, yaitu Kecamatan Purwokerto Utara, Purwokerto Barat, Purwokerto Selatan, Purwokerto Timur, Banyumas, Kemranjen, Baturaden, Sumbang, Karanglewas, Kedung Banteng, Ajibarang, Kalibagor, Wangon, Rawalo, Kebasen, Sumpiuh, Jatilawang, Cilongok, Patikraja, Kembaran, Lumbir, Pekuncen, Gumelar, Sokaraja, Tambak, Somagede, dan Kecamatan Rawalo. Setiap anggota Aspikmas di Wilayah Kecamatan tersebut dipimpin oleh koordinator kecamatan masing-masing wilayah yang saling bersinergi dengan tiap anggota pengurus lainnya.

Anggota Aspikmas dapat dibedakan menjadi anggota teregistrasi resmi dan anggota participant dimana keduanya memiliki sedikit perbedaan. Anggota Teregistrasi resmi apabila anggota tersebut telah melakukan

pendaftaran anggota dengan melakukan pembayaran biaya administrasi pendaftaran sebesar Rp. 50.000, sedangkan anggota participant adalah anggota yang terdaftar namun belum membayar biaya pendaftaran. Keduanya hanya memiliki perbedaan di letak prioritas ketika adanya peluang program, dimana anggota teregistrasi akan didahulukan mengikuti program yang ada. Sejauh ini terdapat lebih dari 3.800 yang anggota teregistrasi resmi. Sedangkan anggota partisipant memiliki jumlahnya lebih dari 5.000 anggota. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Puji Selaku ketua Umum ASPIKMAS

“Lebih dari 3.800 yang teregistrasi resmi. Teregistrasi resmi artinya mereka daftar dan membayar sebesar Rp 50.000 tapi diluar itu yang telah daftar dan belum membayar disebut Partisipant dimana jumlahnya lebih dari 5.000”

4. Kepengurusan

a. Pimpinan Organisasi

Suatu organisasi dibutuhkan adanya seorang pemimpin yang memimpin jalannya roda organisasi, Aspikmas dipimpin oleh seorang ketua umum yang berfungsi untuk memastikan keseluruhan komponen yang ada pada organisasinya dapat menjalankan tugas dan fungsinya masing-masing secara optimal, dengan maksud tercapainya visi yang diusung Aspikmas dalam jangka waktu satu periode kepengurusan yaitu selama 3 (tiga) tahun.

b. Kerumahtangaan

Kepengurusan bagian kerumahtangaan diisi oleh Sekertaris dan Bendahara umum yang masing masing memiliki 1 (orang) wakil dalam membantu kinerja Sekertaris dan Bendahara Umum, dimana Sekertaris Umum dan Bendahara Umum memiliki deskripsi kerja yang berbeda sebagai berikut:

1) Sekertaris Umum

Sekertaris merupakan suatu bagian dalam structural kepengurusan Aspikmas yang bertugas dalam melaksanakan

segala fungsi kesekretariatan, dimana deskripsi kerja Sekretaris Umum adalah:

- a) Menyusun dan mengarsipkan segala dokumen resmi organisasi
 - b) Mengelola keluar masuknya surat menyurat, baik yang bersifat surat eksternal maupun surat internal
 - c) Mengelola database anggota (memperbarui dan mengklasifikasikan jenis usaha anggota)
 - d) Memiliki tanggung jawab terhadap pelaksanaan rapat pengurus yang dilaksanakan secara rutin
 - e) Sebagai protokoler pelantikan Aspikmas
- 2) Bendahara Umum

Penatausahaan keuangan organisasi dilaksanakan oleh bendahara yang merupakan salah satu bagian structural dalam kepengurusan Aspikmas memiliki dimana deskripsi kerja Bendahara Umum adalah:

- a) Menyimpan dan mengelola arus keuangan organisasi
- b) Melakukan pencatatan segala transaksi keluar dan masuknya keuangan organisasi
- c) Melakukan rekapitulasi pembayaran biaya iuran registrasi anggota
- d) Mendistribusikan atribut dan fasilitas anggota berupa pin dan *ID Card*
- e) Melakukan sinkronisasi data registrasi antara anggota kepengurusan pusat dan kecamatan.

c. Bidang-Bidang

Bidang-bidang yang ada dalam structural kepengurusan Aspikmas dibentuk berdasarkan pertimbangan dari permasalahan umum yang dihadapi oleh UMKM, dengan pertimbangan tersebut

Aspikmas membentuk 3 (tiga) bidang sebagai penggerak utama organisasi, 3 (tiga) bidang tersebut meliputi:

1) Bidang I (Peningkatan Kapasitas Usaha dan SDM)

Bidang Peningkatan Kapasitas Usaha dan SDM memiliki tugas untuk memeriksa secara menyeluruh masalah dan kebutuhan kepentingan pelaku UMKM, yang kemudian merumuskan rancangan program yang tepat untuk dijadikan alternatif atas permasalahan dan kebutuhan yang telah ditemukan.

Bidang I memiliki deskripsi kerja:

- a) Melakukan rancangan perencanaan program pelatihan yang bersifat terstruktur dan berkelanjutan bagi para pelaku UMKM
- b) Melakukan penyelenggaraan program pelatihan yang telah dirancang
- c) Melakukan pendayagunaan dan pembinaan sumberdaya manusia
- d) Melakukan rekrutmen dan seleksi para calon yang akan menjadi peserta pelatihan
- e) Menyusun dan mengarsipkan database peserta dari setiap program yang telah dilaksanakan

2) Bidang II (Perencanaan, Fasilitasi Usaha, dan Pembiayaan)

Bidang Perencanaan, Fasilitasi Usaha, dan Pembiayaan memiliki tugas untuk membantu pengurusan berbagai perizinan usaha dan ikut serta dalam koordinasi lintas sektor untuk mempercepat akses permodalan bagi pelaku UMKM

Bidang II memiliki deskripsi kerja:

- a) Merancang rencana program pendampingan yang berkaitan dengan pengurusan usaha yang bersifat berkala
- b) Mengelola dan menjalin hubungan kerja sama dengan lembaga keuangan dalam kepentingan akses permodalan UMKM

- c) Mengelola dan menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan pemerintah dalam hal ini adalah BUMN dan atau BUMD maupun perusahaan swasta dalam rangka mengakses program *corporate social responsibility* (CSR) suatu perusahaan yang kemudian diolah menjadi fasilitas pembiayaan UMKM
- d) Bersama dengan Sekertaris Umum, mengolah data anggota kedalam beberapa penggolongan usaha
- e) Menyusun dan mengarsipkan data peserta segala jenis program pendampingan pengurusan izin usaha

3) Bidang III (Promosi dan Pemasaran)

Bidang Promosi dan Pemasaran merupakan bidang yang memiliki tugas melakukan kerjasama lintas sektoral untuk mempercepat jaringan pemasaran produk-produk UMKM., Bidang III memiliki deskripsi kerja:

- a) Merancang rencana program pemasaran dan promosi yang terstruktur dengan baik dan berkelanjutan.
- b) Mengelola dan menjalin hubungan kerja sama dengan berbagai sektor dalam memperluas jaringan pemasaran produk UMKM
- c) Menyelenggarakan program kegiatan pemasaran dan promosi secara *online* maupun *offline*

d. Koordinator Kecamatan

Kordinator kecamatan atau dalam hal ini disebut korcam merupakan salah satu bagian dalam struktural kepengurusan Aspikmas Kabupaten yang memiliki fungsi menjadi penyalur informasi antara Aspikmas Kabupaten dan Aspikmas Kecamatan, dimana korcam memiliki tugas:

- 1) Mendistribusikan informasi antara Aspikmas Kabupaten dan Aspikmas Kecamatan

- 2) Memberikan pendampingan dan pengawasan secara langsung kepada pengurus Aspikmas Kecamatan, sehingga program kerja yang telah disusun dapat terlaksana dengan baik dan menghasilkan manfaat yang optimal bagi para pelaku UMKM

Terdapat 27 Kecamatan di Banyumas yang sudah terbentuk struktural kepengurusan Aspikmas Kecamatan dibawah Koordinator Kecamatan, yang didalamnya terdapat Sekertaris, Bendahara, Bidang I (Peningkatan Kapasitas Usaha dan SDM), Bidang II (Perencanaan, Fasilitasi Usaha, dan Pembiayaan), Bidang III (Promosi dan Pemasaran)

e. Koordinator Desa

Koordinator desa atau kordes yang merupakan bagian dari structural kepengurusan Koordinator Kecamatan berfungsi sebagai penyalur informasi dari Aspikmas kecamatan, yang memiliki tugas sebaga berikut :

- 1) Mengikuti program kerja yang berasal dari Pengurus Aspikmas Kabupaten dan Kecamatan dengan bekerja sebagai penyuluh.
- 2) Penyaluran informasi dari pengelola Aspikmas Kabupaten kepada para pengurus Aspikmas Kecamatan untuk disampaikan kepada para pelaku UMKM di masing-masing desa.

Hingga saat ini kepengurusan Aspikmas tingkat desa belum terbentuk karena masih dalam pemantapan di ranah kepengurusan tingkat kecamatan, namun ini menjadi rencana strategis Aspikmas untuk membentuk kepengurusan Aspikmas desa yang nantinya akan terlaksana, hal ini sesuai dengan penuturan Bapak Puji selaku Ketua Umum Aspikmas “Di desa baru hanya ada koordinator karena ini masih baru, kita harus menyelesaikan penyelesaian di tingkat kecamatan terlebih dahulu agar tidak menduplikat masalah, walaupun arahnya kedepan kita bentuk kepengurusan di desa dengan struktur ketua, sekertaris dan bendahara”

B. Analisis Strategi Aspikmas Dalam Meningkatkan Kemandirian UMKM Banyumas

1. Permasalahan UMKM di Kabupaten Banyumas

Terdapat berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Banyumas, dimana permasalahan ini yang menghambat berkembangnya UMKM. Meskipun UMKM sudah bergerak secara massif namun kualitas dari produk maupun pengorganisasian UMKM tersebut masih kurang, sehingga banyak dari UMKM yang hanya terjebak dalam rutinitas usaha saja yaitu menjual dan membeli tanpa ada kemampuan untuk melakukan pengembangan dan peningkatan kapasitas usaha. Permasalahan yang di hadapi UMKM di Kabupaten Banyumas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

(Tabel 2)
Permasalahan UMKM

No	Jenis Permasalahan	Presentase
1.	Manejemen internal usaha	38%
2.	Permodalan	30%
3.	Pemasaran	17%
4.	Legalitas usaha	15%

Sumber : Aspikmas, 2022

Berdasarkan data permasalahan UMKM pada tabel di atas, dapat penulis uraikan jenis permasalahan sebagai berikut :

a. Manejemen Internal Usaha

Masalah yang paling menonjol adalah manajemen internal dari suatu UMKM, hal ini menjadi teralihkan karena para pengusaha hanya fokus dan terjebak pada rutinitas usaha yaitu produksi dan penjualan. Pelaku UMKM justru lupa dengan hal mendasar terkait visi dan misi yang bersifat fisioner dari berlangsungnya suatu usaha, pelaku UMKM lupa dengan perlunya belajar ilmu manajerial bagaimana mengatur sebuah usaha agar memiliki kelas seperti korporasi. Sistem pencatatan keuangan juga menjadi masalah internal

UMKM, dimana pelaku UMKM masih sangat sederhana dalam pencatatan sirkulasi keluar masuknya keuangan usaha.

Hal ini diperkuat dengan penuturan Bapak Puji selaku Ketua Umum AspiKmas yang menyatakan bahwa :

“Salah satu masalah klasik yang saya sampaikan tadi di poin ke empat adalah membangun organisasi UMKMnya, karena selama ini mereka (UMKM) hanya terfokus pada produksi dan penjualan kemudian lupa dengan ilmu manajerial, *manager skill*nya mereka lupa untuk membangun organisasi mulai dari visi dan misinya, sistem tersebut belum terbangun dan banyak yang belum memiliki kesadaran hingga kearah sana. Jangankan pelaku usaha ultramikro yang sederhana, usaha yang memiliki omset hingga 1,5 Milyar saja masih banyak yang belum sadar akan pentingnya sistemasi bisnis atau *manager skill* didalam membangun bisnis”

b. Permodalan

Permodalan masih menjadi masalah utama pada UMKM di Banyumas, kurangnya modal tentu akan berpengaruh dengan kegiatan usaha baik dalam produksi maupun distribusi akhirnya orientasi pengembangan dan peningkatan kapasitas usaha menjadi tersampingkan karena kecilnya modal yang ada. Pemerintah dalam hal ini sudah melakukan program program bantuan permodalan usaha untuk UMKM, namun program yang dijalankan pemerintah terkadang tidak tepat sasaran dan bahkan tidak sampai terdengar oleh pelaku UMKM secara merata.

Hal ini diperkuat dengan penuturan Bapak Puji selaku Ketua Umum AspiKmas yang menyatakan bahwa :

“Sebenarnya masalah klasiknya adalah permodalan, kedua adalah pemasaran. Itu yang sering muncul. Selanjutnya masalah legalitas, mereka masih bingung melakukan PIRT gimana caranya-lama prosesnya dan lain-lain.”

c. Pemasaran

Pemasaran menjadi salah satu permasalahan UMKM di Banyumas, pemasaran menjadi ujung tombak dalam kegiatan usaha.

Dalam kenyataannya usaha mikro yang ada tidak melakukan kegiatan pemasaran yang baik bagi usahanya, kebanyakan dari UMKM hanya menunggu pelanggan datang tanpa adanya usaha agar pelanggan tertarik datang dengan sengaja karna proses promosi yang baik. Sesuai dengan penuturan Bapak Puji selaku Ketua Umum ASPIKMAS

“Kemudian pelaku usaha masih kurang perhatian akan pentingnya kemasan yang menarik pada produk, sehingga konsumen tidak tertarik dengan produk, dengan hadirnya Aspikmas kami menyadarkan para pelaku usaha pentingnya packaging dan branding sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan. Promosi itu berkaitan dengan *branding*, pemasaran itu *selling*. Maka dalam hal promosi dan pemasaran kami membagi tugas kepada tim di Bidang III”

d. Legalitas Usaha

Banyak dari UMKM yang enggan untuk melegalkan produknya, beberapa UMKM merasa tidak penting dengan legalitas produk dan ada juga yang masih bingung dalam mendaftarkan produknya secara legal. Sesuai dengan penuturan Bapak Puji selaku ketua umum Aspikmas

“Mereka (UMKM) masih bingung bagaimana cara mengajukan sertifikat izin, seperti izin sertifikat produksi pangan rumah tangga (SPP-IRT)”

2. Strategi Aspikmas dalam meningkatkan Kemandirian UMKM di Kabupaten Banyumas

Permasalahan-permasalahan UMKM tersebut yang mendorong adanya gerakan dari suatu organisasi untuk merubah keadaan dengan menggunakan strategi. Strategi dalam sebuah organisasi merupakan arah dan rencana besar yang dilaksanakan oleh suatu organisasi guna mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan. Dalam hal ini, Aspikmas memiliki strategi yang digunakan guna mencapai tujuan-tujuan tertentu. Aspikmas selaku organisasi yang mempersatukan UMKM menerapkan strategi *sosiopreneur*.

Sociopreneur hadir untuk menanggapi isu-isu global yang berkembang serta pengaturan regional dan lokal yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan. *Sociopreneur* dalam membangun bisnis sosialnya, pada intinya wajib memiliki kapasitas untuk mentransfer nilai-nilai positif dalam berwirausaha kepada masyarakat binaannya. Mayoritas kelompok sasaran yang bekerja sebagai partner kerja *sociopreneur* adalah individu tanpa akses ke pendidikan yang terpinggirkan (kaum marjinal). Sehingga untuk menyampaikan kualitas-kualitas tersebut diperlukan strategi khusus dan fokus dengan cara pendekatan yang unik dan tepat sasaran dalam mentransfer nilai-nilai yang dimaksud. Nilai yang ditransfer adalah nilai-nilai kepercayaan yang dihimpun oleh *sociopreneur* agar dapat menarik minat kepercayaan untuk mau bekerja sama dengan *sociopreneur* tersebut (Suyathna, 2017).

Strategi *sociopreneur* ini digunakan oleh Aspikmas dengan tujuan untuk mengutamakan pemberdayaan Sumber Daya Manusia yang menjadi fokus utama. Sebagaimana dijelaskan oleh Ketua Aspikmas dalam wawancaranya sebagai berikut :

“Kita kan tidak ada support anggaran dari pemerintah, kadang kita memiliki kewajiban pemberdayaan yang mana jika melakukan pemberdayaan mengumpulkan orang perlu adanya dana, minimal dana konsumsi maka satu-satunya cara adalah dengan membuka unit usaha, unit usaha inilah yang kemudian saat ini menjadi alat untuk membangun kemandirian organisasi berbasis *sociopreneur*, berbasis *sociopreneur* karena keuntungannya bukan mutlak untuk profit orientik tapi untuk kegiatan pemberdayaan. Jadi keuntungan itu bukan untuk ketua umum, pengurusan. Keuntungan setelah dikurangkan operasional tim atau pengelola Aspikmas/pengelola unit usaha/admin digunakan untuk pemberdayaan”

Berdasarkan penjelasan tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi *sociopreneur* yang diterapkan oleh Aspikmas, pada dasarnya tidak hanya bertumpu pada hasil nominal yang tinggi dan untuk mencapai keuntungan semata, tetapi untuk meningkatkan pemberdayaan

Manusia dengan menciptakan peningkatan terutama di bidang kesejahteraan, pendidikan, dan lingkungan.

Selanjutnya dalam rangka meningkatkan kemandirian UMKM yang ada di Banyumas, Aspikmas memberikan indikator kemandirian yang perlu dicapai oleh UMKM. Indikator kemandirian UMKM dapat digambarkan pada tabel berikut :

(Tabel 3)
Indikator Kemandirian UMKM

No	Indikator Kemandirian	Bentuk Kemandirian
1.	Manajemen Stabil	SDM memiliki kinerja yang baik dan saling bersinergi demi pencapaian tujuan dan sistem operasional menghasilkan biaya efektif dan efisien.
2.	Pencatatan Keuangan	Aspek keuangan tercatat dan dilaporkan dengan baik.
3.	Legalitas	Segala produk terdaftar secara legalitas mengenai NIP, PIRT, halal, BPOM dan akses permodalan.

Sumber : Aspikmas, 2022

Berdasarkan data pada tabel di atas menunjukkan bahwa, UMKM dapat dikatakan mandiri apabila telah memenuhi indikator kemandirian yaitu manajemen yang stabil dilihat dari Sumber Daya Manusia dan sistem operasionalnya yang efektif serta efisien. Selain itu pencatatan keuangan yang tercatat dan dilaporkan juga menunjukkan kemandirian UMKM, serta legalitas baik mengenai NIP, PIRT, halal, BPOM serta akses permodalan yang terdaftar menunjukkan UMKM telah mandiri.

Selanjutnya, dalam rangka meningkatkan kemandirian UMKM yang ada di Banyumas, ASPIKMAS sebagai asosiasi pengusaha UMKM yang menjalankan berbagai strategi yang telah dirancang, yaitu:

2) Lingkaran emas ASPIKMAS (*Golden Circle ASPIKMAS*)

ASPIKMAS membentuk lingkaran emas yang terdiri dari tiga unsur dimana ASPIKMAS menjadi organisai primer kemudian didukung oleh dua entitas lain yang dibentuk oleh ASPIKMAS yaitu *ASPIKMAS Academy* dan *ASPIKMART*.

a) *ASPIKMAS Academy*

Unit yang di rancang untuk melaksanakan program pemberdayaan yang berbentuk pelatihan, dan kegiatan pendampingan yang bekerjasama dengan kampus besar di Purwokerto dengan merekrut mahasiswa sebagai pendamping UMKM di Banyumas. Sejauh ini *Aspikmas* sudah melaksanakan hingga *Batch* ke 2 dalam program *Aspikmas Academy*, mahasiswa yang sudah lolos seleksi *internship* kemudian melakukan masa pembekalan sebelum turun ke lapangan untuk pendampingan, dimana ada 3 (tiga) poin pembekalan yang difokuskan yaitu pola pendampingan dan profil *Aspikmas*, Pencatatan keuangan bagi UMKM, dan pengelolaan media sosial. Kemudian setelah masa pembekalan berakhir, peserta diberi tugas untuk melakukan pendampingan UMKM Banyumas secara langsung di lapangan.

b) *ASPIKMART*

Unit usaha berbasis *sosio-preuner* yang saat ini fokus pada pembuatan kemasan yang mengakomodir UMKM, kemudian melakukan penjualan produk UMKM dan pembuatan konten digital produk UMKM baik foto produk, desainnya dan lain-lain.

3) Peningkatan Kapasitas Usaha

Peningkatan kapasitas usaha dilakukan oleh Bidang I, Bidang Peningkatan Kapasitas Usaha dan SDM. Tugas Bidang I Peningkatan Usaha dan SDM ialah melangsungkan program-program pelatihan terkait dengan peningkatan kapasitas usaha dan SDM para

pelaku UMKM. Peningkatan kapasitas usaha dan SDM bertujuan untuk menggali potensi, *skill*, dan pengetahuan pelaku UMKM agar bisa menjalankan bisnisnya lebih baik. Melalui peningkatan kapasitas usaha maka diharapkan akan terjadi sebuah peningkatan kemampuan sikap dan ketrampilan, kemampuan mengelola usaha, kemampuan meningkatkan usaha melalui penyediaan modal, dan dapat menganalisis peluang atau kemauan pasar. Pengembangan kemampuan juga menjadikan masyarakat selaku pelaku usaha mampu bekerja sama (*mitra/join*) dan mampu beradaptasi (melakukan penyesuaian dengan situasi) serta terlihat adanya peningkatan produksi dan pendapatan (Amina, 2015). Adapun program Aspikmas Bidang I yang menunjang peningkatan kapasitas usaha, sebagai berikut:

(Tabel 4)
Program Kerja Bidang I
Peningkatan Kapasitas Usaha dan Sumber Daya Manusia

No	Sasaran	Program	Kegiatan
1.	Terdistribusinya informasi secara menyeluruh	Pemerataan akses informasi	Pendistribusian informasi secara merata
2.	UMKM <i>go online</i>	Membangun asset digital dan persiapan UMKM <i>go online</i>	Pelatihan foto produk
		Pengelolaan media sosial sebagai saran promosi	Pelatihan pengelolaan media sosial
3.	UMKM <i>akuntable</i>	Pencatatan dan pengelolaan keuangan UMKM	Pelatihan manajemen keuangan
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 : Aspikmas, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan peningkatan usaha yang dilakukan Aspikmas dalam meningkatkan kapaasitas usaha antara lain dengan mendistribusikan informasi yang

diperoleh dengan menyebarkan informasi kepada tiap koordinator di wilayah masing-masing kecamatan. Sebagaimana Bapak Puji selaku ketua Aspikmas yang menyatakan bahwa:

“Saat kami mendapatkan informasi, kemudian kami mendistribusikan kebijakan pemerintah dan akses informasi terkait UMKM se-Kabupaten Banyumas kepada perwakilan koordinator di masing-masing wilayah. Ketika informasi tersebut berupa kebijakan maka koordinator mengadakan publikasi di wilayahnya masing-masing dan ketika informasi berupa kegiatan koordinator akan mengirim satu perwakilan atau sesuai dengan kebutuhan penyelenggara”

Pendistribusian informasi yang merata juga dirasakan langsung oleh UMKM dilapangan. Sebagaimana Ibu Siti Sumariyah selaku pengusaha UMKM di Kecamatan Baturaden yang menyatakan bahwa:

“Setiap ada informasi baru itu selalu disampaikan minimal di grup sosial media, misalkan ada kuota buat jadi peserta kegiatan pelatihan itu dibagikan digrup, jadi kalo ada yang bersedia ikut dipersilahkan, cuman terkadang emang ada kuotanya, tapi saya termasuk orang yang suka buat mengikuti pelatihan”

Pendistribusian informasi secara merata jika ada komunikasi yang berjalan dengan baik, salah satu cara dalam pemerataan informasi adalah dengan diadakannya pertemuan rutin pengurus Aspikmas baik pengurus Kabupaten maupun Kecamatan, sebagaimana gambar dibawah ini adalah salah satu pertemuan rutin yang diadakan oleh Pengurus Aspikmas Kecamatan.

Gambar 2
Pertemuan Rutin Pengurus Aspiemas



Selanjutnya dalam membangun UMKM go online, Aspiemas melalui tim digital marketing mengadakan pelatihan foto katalog. Sebagaimana Bapak Kukuh selaku Sekretaris Aspiemas yang menyatakan bahwa:

“Kami melalui bidang I mengadakan kegiatan pelatihan digital marketing agar para pelaku UMKM dapat mengelola media sosial dan melakukan promosi digital”

Salah satu kegiatan pelatihan foto produk dan sosialisasi QRIS yang berkolaborasi dengan Bank Indonesia pada tanggal 24 Juni 2021

Gambar 3
Pelatihan Foto Produk dan Sosialisasi QRIS Berkolaborasi dengan Bank Indonesia



Dalam strateginya membentuk UMKM yang akuntabel, Aspikmas melakukan kegiatan pelatihan manajemen dalam bentuk Pengelolaan dan pencatatan keuangan UMKM. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Kukuh selaku sekretaris Aspikmas yang menyatakan bahwa :

“Kaitannya dengan pelatihan pencatatan keuangan, kita mengadakan pelatihan yang dapat diisi oleh pihak internal maupun pihak government seperti dari Dinas Koperasi, Tenaga Kerja dan UMKM”.

Strategi Aspikmas dalam membangun Kesadaran pentingnya packaging dan branding UMKM dengan melalui unit usaha Aspikmart. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Puji selaku Ketua Aspikmas yang menyatakan bahwa :

“Pelaku usaha masih kurang perhatian akan pentingnya kemasan yang menarik pada produk, sehingga konsumen tidak tertarik dengan produk. Dengan hadirnya Aspikmas kami menyadarkan para pelaku usaha pentingnya packaging dan branding sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan”

Kemudian Aspikmas meningkatkan kapasitas usaha UMKM khususnya bagi pelaku usaha makanan dengan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pentingnya produk makanan yang aman konsumsi, salah satunya melalui kegiatannya yaitu Penyuluhan Keamanan Pangan (PKP) yang berkolaborasi dengan dinas terkait.

Gambar 4
Penyuluhan Keamanan Pangan (PKP)



Strategi Aspikmas dalam meningkatkan kemandirian UMKM sesuai dengan konsep salah satu dari enam konsep strategi pendukung kemandirian UMKM. UMKM perlu meningkatkan *skill* dan kemampuannya, tentu saja pemerintah harus menyediakan fasilitas training yang memadai dan institusi pendidikan yang berkualitas (Mashdurotun, 2011).

4) Memperluas Akses Permodalan dan Perijinan

Strategi Aspikmas selanjutnya adalah mempermudah akses permodalan dan perijinan, dimana program dalam memperluas akses permodalan dan perijinan menjadi salah satu tugas Bidang II dalam struktural kepengurusan Aspikmas. Pendampingan dalam mengurus perizinan menjadi salah satu fokus Aspikmas seperti izin pendirian usaha, dan izin produksi produk makanan, Aspikmas juga berkolaborasi dengan berbagai sektor dalam rangka menjembatani UMKM untuk mendapatkan tambahan modal dari luar, baik sektor pemerintah (Dinas, BUMN, BUMD) maupun sektor swasta.

(Tabel 5)
Program kerja Bidang II
Perencanaan, Fasilitasi Usaha dan Pembiayaan

No	Sasaran	Program	Kegiatan
1.	Kesadaran akan legalitas usaha	Sosialisasi alur perizinan UMKM	Melakukan sosialisasi perizinan kepada UMKM
2.	Perizinan UMKM meningkat	Pendampingan perizinan UMKM	Melakukan pendampingan perizinan usaha
3.	Pemerataan program pembiayaan	Sosialisasi akses pembiayaan usaha	Membantu UMKM dengan skema untuk mempermudah pembiayaan usaha

Sumber : Aspikmas, 2022

Berdasarkan tabel di atas, strategi yang digunakan aspikmas dalam akses permodalan dan perijinan dengan melalui berbagai program seperti sosialisasi UMKM, pendampingan perizinan UMKM hingga sosialisasi pembiayaan Usaha untuk membantu UMKM mendapatkan izin legalitas. UMKM dibangun kesadaran akan pentingnya legalitas usaha dan dibantu dalam mengakses perizinan melalui kegiatan yang diadakan Aspikmas baik berbentuk sosialisasi, penyuluhan dan pendampingan. Sebagaimana Pernyataan Ibu Siti Sumariyah salah satu anggota Aspikmas dengan usahanya yaitu “Arsyicraft”:

“Dari kegiatan Aspikmas jadi ada pertukaran informasi, dari yang tadinya belum paham dan akhirnya bisa memahami, salah satunya adalah perlunya UMKM untuk memiliki legalitas, usaha saya juga akhirnya sudah membuat Nomor Induk Berusaha (NIB).”

Gambar 5
Pembuatan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) dan Nomor
Induk Berusaha (NIB)



Gambar 6
Pendampingan pembuatan Izin Usaha Mikro dan Kecil
(IUMK) dan Nomor Induk Berusaha (NIB)



Terkait adanya bantuan permodalan, Aspikmas hanya berperan memberikan informasi serta membantu memberikan pendampingan terhadap izin legalitas. Sebagaimana pernyataan Bapak Puji selaku Ketua Aspikmas yang menyatakan bahwa:

“Sebenarnya mengenai permodalan kami pisahkan menjadi 2 (dua), *pertama* modal yang memang untuk individual UMKM kemarin kita difasilitasi adanya program DANLIR (Dana Bergulir) antara pemerintah Kabupaten Banyumas bekerja sama dengan BKK untuk membuat program DANLIR ini harus berkelompok, dimana tiap orang bisa mendapatkan maksimal Rp. 3.000.000, kalo 10 orang mendapat Rp. 30.000.000, kalo 20 orang maka mendapat Rp. 60.000.000, tanpa agunan bunganya 20% pertahun. Itu yang difasilitasi oleh pemerintah melalui mekanisme tadi. Kedua mengenai organisasi kami tidak ada support anggaran sama sekali.”

Hal ini kemudian diperkuat oleh Bapak Kukuh selaku sekretaris Aspikmas yang menyatakan bahwa :

“Dalam hal permodalan kami belum bisa mengambil resiko, namun yang jelas kami tetap menghubungkan informasi terkait permodalan. Sedangkan pendampingan di lapangan kami bekerja sama dengan kampus, teman-teman mahasiswa kami bimbing dan dibekali untuk terjun ke lapangan membantu mendampingi pelatihan pencatatan keuangan sederhana seperti pencatatan keuangan khas, perhitungan HPP dan perhitungan keuntungan dan laba”.

Strategi ini sejalan dengan gagasan untuk mendorong kemandirian, di mana sektor UKM perlu diberi akses keuangan yang luas, yang seringkali menjadi sumber masalah yang menghambat perkembangan mereka (Mashdurotu, 2011).

5) Memperluas Promosi dan Pemasaran

Promosi merupakan komunikasi antara konsumen dan penjual, dimana hal ini memiliki tujuan untuk mengubah tindakan dan sikap konsumen yang sebelumnya tidak mengetahui suatu produk menjadi mengenal suatu produk.

Promosi pada dasarnya adalah jenis komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pasar tentang ide-ide produknya agar mereka

menerima, membeli, dan tetap setia pada barang-barang perusahaan yang bersangkutan (Fandy, 2001: 219). Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 1992:8)

UMKM membutuhkan pendampingan untuk memperoleh input produksi yang lebih baik, teknologi yang sesuai, strategi pemasaran yang efisien, dan layanan lain yang memungkinkan mereka bersaing dengan usaha besar baik secara harga maupun kualitas (Mashdrotun, 2011)

Aspikmas menjawab salah satu persoalan UMKM di Banyumas tentang rendahnya promosi dan pemasaran produk UMKM dengan strateginya memperluas pemasaran dan meningkatkan kualitas promosi melalui Bidang III:

(Tabel 6)
**Program Kerja Bidang III
Promosi dan Pemasaran**

No	Sasaran	Program	Kegiatan
1.	Meluasnya akses pemasaran usaha	Pembuatan web atau akun sosial media	Membuat website atau akun media sosial untuk memasarkan produk UMKM.
2.	Meluasnya kerjasama Aspikmas dengan <i>outlet</i> penjualan produk	Melakukan kerjasama dengan pemilik bisnis atau pemilik <i>marketplace</i> untuk menawarkan produk	Silaturahmi dan MOU kerjasama penjualan produk

Sumber: Aspikmas, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya strategi yang telah digunakan Aspikmas untuk memperluas promosi

dan pemasaran dengan membuat sosial media dalam sebuah katalog yang disebut dengan E-katalog. Namun pemasaran juga dilakukan melalui kerjasama dengan mitra usaha lainnya secara *offline*. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Bapak Kukuh selaku sekretaris Aspikmas yang menyatakan bahwa :

“Promosi itukan berkaitan dengan *branding*, pemasaran itu *selling*. Maka dalam hal promosi dan pemasaran kami membagi tugas kepada tim di Bidang III yaitu tim digital marketing dan *offline* marketing. digital marketing membuat E-katalog melalui media sosial instagram yang merupakan branding. Sedangkan *offline* marketing membuat *event* seperti expo, namun pemasarannya tetap melalui Aspikmart.

Gambar 7
Elektonik Katalog UMKM Banyumas



Oleh karenanya dapat disimpulkan, strategi Aspikmas dalam kemandirian UMKM Banyumas bahwa Aspikmas membantu dalam pendampingan insentif, peningkatan manajemen internal UMKM, perluasan akses permodalan, peningkatan kualitas promosi dan pemasaran, dan pendampingan dalam legalitas usaha. Dari kegiatan yang

ada diharapkan terbentuknya UMKM yang memiliki daya saing nasional dan memiliki pola pikir *corporate*.

Selanjutnya untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai masalah dan strategi yang digunakan Aspikmas dalam meningkatkan kemandirian UMKM Banyumas, penulis uraikan dalam tabel sebagai berikut :

(Tabel 7)
Rangkuman Problem dan Strategi

No	Problem UMKM	Strategi Aspikmas
1.	Manajemen Internal Usaha	Strategi yang dilakukan Aspikmas dengan dibentuknya <i>Golden Circle</i> Aspikmas yang terdiri dari Aspikmas <i>academy</i> dan Aspikmart sebagai dua entitas penting dalam membangun pemberdayaan. Selain itu, Aspikmas memiliki strategi dalam peningkatan kapasitas dengan adanya kegiatan pendistribusian informasi terkait yang disebar melalui Korcam, adanya pelatihan manajemen keuangan, pelatihan manajemen media sosial, pelatihan <i>packaging</i> dan <i>branding</i> , serta pengajaran fotografi produk.
2.	Permodalan	Strategi yang dilakukan Aspikmas dengan memperluas permodalan melalui kegiatan program pembiayaan usaha yang diperoleh dari dinas hingga informasi terkait kerjasama Bank terkait seperti Dana bergilir (DANLIR).
3.	Pemasaran	Strategi yang dilakukan Aspikmas dengan memperluas promosi dan pemasaran melalui kegiatan pembuatan web atau sosial media yang menampilkan penjualan produk secara <i>online</i> atau E-katalog, serta melakukan kerjasama dengan mitra terkait hingga penjualan melalui Aspikmart sebagai pemasaran <i>offline</i> .

4	Legalitas Usaha	Strategi yang dilakukan Aspikmas dengan memperluas perizinan legalitas melalui kegiatan sosialisasi perizinan UMKM dan melakukan pendampingan perizinan usaha NIB, PIRT, halal dan BPOM.
---	-----------------	--

Berdasarkan analisis diatas, dapat penulis tarik kesimpulan bahwa, sejauh ini Aspikmas telah menjalankan fungsinya sebagai wadah UMKM di Kabupaten Banyumas dengan sangat baik karena banyaknya strategi yang telah dirancang dan diterapkan melalui berbagai program. Namun, mengingat banyaknya anggota Aspikmas dan kepengurusan di Kecamatan, Aspikmas kurang dalam pengontrolan kinerja pengurus di Kecamatan. Sehingga menurut penulis, seharusnya kapasitas di internal perlu untuk lebih di kembangkan kembali khususnya di wilayah Kecamatan dan Desa, karena bagaimanapun pengurus di kecamatan dan di Desa adalah penggerak utama UMKM. Kemudian perlu dilakukan penataan kembali fungsionaris dalam kepengurusan, sehingga tidak terjadi tumpang tindih fungsi dan tugas antar masing masing lini di Aspikmas.

Pada dasarnya strategi yang digunakan Aspikmas sejauh ini sejalan dengan prinsip ekonomi Islam dengan tidak bertentangan dengan ajaran Islam dan memiliki tujuan utama untuk kesejahteraan baik kesejahteraan individu, masyarakat dan negara. Namun dalam operasionalnya, Aspikmas masih belum mendapatkan dukungan yang baik dan juga dukungan dana operasional dari pemerintah. Meskipun terbentuknya Aspikmas adalah inisiasi dari Pemerintah, dalam menjalankan organisasinya Aspikmas berjalan secara mandiri. Sehingga menurut penulis seharusnya adanya perhatian lebih dari dinas dalam memandang pentingnya pergerakan Aspikmas.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi serta dilakukan analisis lebih lanjut, menunjukkan adanya strategi organisasi yang digunakan sebagai alat untuk menciptakan keunggulan bersaing di Era permasalahan yang menimpa UMKM saat ini. Strategi utama yang digunakan oleh Aspikmas untuk mendukung kemandirian UMKM dengan menggunakan strategi berbasis *sosio-preneurur* yang memiliki tujuan utama untuk melakukan pemberdayaan manusia (SDM). Strategi *sosio-preneurur* ini yang kemudian dikembangkan kembali oleh Aspikmas melalui bidang-bidang kepengurusan dibawahnya yang bertugas membuat program kerja guna mencapai tujuan kemandirian UMKM yang ingin dicapai.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, strategi *sosio-preneurur* dituangkan Aspikmas dalam berbagai program kerja Bidang kepengurusannya sebagai berikut :

1. Melalui Lingkaran emas ASPIKMAS (*Golden Circle ASPIKMAS*)
2. Peningkatan kapasitas usaha
3. Memperluas akses permodalan dan perijinan
4. Memperluas promosi dan pemasaran

Aspikmas dalam menjalankan strateginya menerapkan konsep strategi 5P menurut Mintzberg, dapat penulis jabarkan sebagai berikut:

1. *Strategy as a Plan*

Aspikmas menggunakan strategi sebagai perencanaan dengan merencanakan strategi melalui program yang dibuat dalam meningkatkan kemandirian UMKM sesuai dengan arah gerak organisasi untuk mencapai tujuannya yang utama menjadikan UMKM Banyumas yang mandiri dan berdaya saing nasional.

2. *Strategy as a Pattern*

Aspikmas membuat strateginya berdasarkan pola, pola yang menjadi acuan penentuan strategi Aspikmas adalah pola permasalahan yang ada di UMKM, yang kemudian dari pola tersebut Aspikmas berusaha menjawab permasalahan. Disisi lain Aspikmas juga selalu mengedepankan dalam penggunaan pola yang sama dalam menjalankan organisasinya yaitu “Menjadi asosiasi UMKM yang berdaya saing nasional”, hal ini yang akan menjadi arah berjalannya organisasi dari satu periode ke periode selanjutnya.

3. *Strategy as a Position*

Strategi adalah posisi, yaitu mengacu pada penempatan berbagai produk di pasar sasaran tertentu. Aspikmas memposisikan organisasinya sebagai wadah yang berfungsi dalam pemberdayaan UMKM. Dalam rangka pemberdayaan UMKM ini Aspikmas perlu berkolaborasi dengan pihak lain, seperti perguruan tinggi untuk membantu memberikan pendidikan kepada UMKM, maupun kepada perusahaan Negara maupun swasta dalam mencari akses permodalan.

4. *Strategy as a Perspective*

Aspikmas memiliki *Grand vision* untuk menjadi asosiasi UMKM yang berdaya saing nasional dan menjadikan UMKM naik kelas serta berpola pikir korporasisebagai tujuan jangka Panjang organisasi.

5. *Strategy as a Play*

Aspikmas telah menjalankan program yang telah dirancang, itu artinya strategi itu bukan menjadi rancangan semata namun telah bisa terlaksana sebagai taktik untuk direalisasikan.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, penulis menawarkan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan untuk evaluasi lebih lanjut. Adapun saran-saran yang dimaksud diantaranya sebagai berikut:

6. Untuk Pemerintah, khususnya Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyumas perlu adanya perhatian khusus terhadap Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (ASPIKMAS) karena keberadaan Aspikmas sangat membantu para pelaku UMKM untuk bersinergi dalam mengembangkan usahanya namun masih mengalami hambatan dalam penerapan program kerjanya, khususnya dalam menangani keanggotaan yang cukup banyak. Sehingga perlu adanya bantuan terkait fasilitas dan permodalan agar Aspikmas dapat menjadi lebih berkembang dengan baik.
7. Untuk ASPIKMAS, terdapat banyak strategi yang ditetapkan Aspikmas dalam meningkatkan kemandirian UMKM Banyumas, namun dalam tata kelola organisasi masih banyak lini yang memiliki fungsi dan tugas yang bertumpang tindih, dengan tumpang tindihnya fungsi dan tugas ini justru akan menghambat terlaksananya program dengan baik. Dan akan lebih baik jika ada peningkatan kapasitas SDM yang lebih massif dalam internal Kepengurusan khususnya di wilayah Kecamatan dan Desa, karena bagaimanapun pengurus di kecamatan dan di Desa adalah penggerak utama UMKM.
8. Untuk penelitian selanjutnya yang membahas kemandirian UMKM, perlu ada penelitian lebih lanjut yang bersifat kuantitatif dalam memetakan skala prioritas penyelesaian dari berbagai masalah yang dihadapi UMKM, dimana nantinya penelitian tersebut menggambarkan secara jelas mana permasalahan yang harus diselesaikan terlebih dahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, Dindin. 2020. *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Adi, Rianto. 2015, *Aspek Hukum dalam Penelitian*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Akhmad, Khabib Alia. 2015, “Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta)” dalam *Duta.Com: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi dan Komunikasi* Vol. 9 No. 1.
- Akhmad, Khabib Alia. 2020, “Pengaruh Kapabilitas Organisasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kemandirian Pengelolaan Organisasi (Studi Kasus Pada BDS-P di Indonesia) dalam *Intelektiv: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, Vol. 1 No. 8
- Amina. 2015. “Pengembangan Kapasitas petani kecil lahan kering untuk mewujudkan ketahanan pangan” dalam *jurnal Bina Praja* Vol. 7 No. 3
- Ananda, Amin Dwi dan Dwi Susilowati, “Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang”, dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. X, No. X.
- Anto dan MB Hendrie. 2003, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Ayodya, Wulan. 2020, *UMKM 4.0; Strategi UMKM Memasuki Era Digital 4.0*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- BPS. 2021. *Keadaan ketenagakerjaan Indonesia agustus 2021*, BPS
- Budiarto, dkk. 2015. *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Darmanto. 2019. *Model Bauran Orientasi Strategi Berbasis Lingkungan dalam Percepatan Peningkatan Kinerja UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dinar, Muhammad & Hasan, Muhammad. 2018. *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, Nur Lina.
- Hartono, Jogiyanto, 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Edisi 6*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

- Hidayat, Shinta dan Dewi. 2017. “Menjadi Seorang *Entrepreuner*”, dalam *Bussines Creation*.
- <https://kemenkopukm.go.id/>, , diakses pada tanggal 9 April 2022.
- Irianto, Yusuf. 1996, *Industri Kecil dalam Perspektif Pembinaan dan Pengembangan*, Surabaya: Airlangga Universitas Press.
- Kottler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran, edisi kedelapan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Lizaedo, Jimmy, dkk. 2020, *Inovasi; Konsep, Manajemen dan Strategi*, Jakarta: Scopindo.
- Mansyur, Cholil. 1987. *Sosiologi Masyarakat Desa dan Kota*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Mashdurohatun, Anis. 2011. “Tantangan Ekonomi Syariah Dalam Menghadapi Masa Depan Indonesia Di Era Globalisasi” dalam *Jurnal Dinamika Hukum* Vol. 11 Edisi Khusus Februari 2011.
- Nurhayati, Eti. 2011, *Bimbingan Konseling dan Psikoterapi Inovatif*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2020 *Tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Jakarta: Sekretariat Negara
- Permana, Sony Hendra. 2017, “Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Indonesia” dalam *Jurnal Aspirasi* Vol. 8 No. 1.
- Prawirokusumo, S. 1990, *Ekonomi Rakyat (Konsep, Kebijakan dan Strategi)*, Yogyakarta: BPFE.
- Purhantara, Wahyu 2010, *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purwanggono, Cuk Jaka. 2020, *Konsep dasar Manajemen Strategi*, Yogyakarta: CV Bintang Surya Madani.
- Rahim, Abd, Rahman & Radjab, Enny. 2016. *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar
- Rahmanto, Basuki. et al. 2018. “Peran Komunitas dalam Meningkatkan Kinerja UKM (Ditinjau dari Faktor Internal)”, dalam *Jurnal Riset Menejemen dan Bisnis*, Vol 3, No 1.

- Rahmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian: dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sa'diyah, H. 2015, "Analisis Dampak Merger Terhadap Economic Value Added (EVA) Dan Market Value Added (MVA) (Studi Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia Yang Melakukan Merger Tahun 2011)" dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 24 No. 1.
- Solaiman, Kenneth Hagai Solaiman. 2021. "Analisis Korelasi Pendampingan Komunitas Terhadap Inovasi Pelaku Ekonomi Kreatif Dan Pemenuhan Kebutuhan Konsumen: Studi Kasus Pada Komunitas Tangerang Berdaya Dan Pelaku Ekonomi Kreatif Kuliner Tangerang", dalam *Business Management Journal* Vol 17. No.1.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukirman. 2017, "Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan" dalam *Jurnal Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume* 20 No. 1.
- Suryana. 2014, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat.
- Tanjung, M. Azrul. 2017, *Koperasi dan UMKM sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Erlangga.
- Thian, Alexander. 2021, *Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran, edisi ke-2*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 *Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Sekretariat Negara.

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara

Nama : Pujianto, S.E

Jabatan : Ketua Umum ASPIKMAS

1. Bagaimana latar belakang berdirinya ASPIKMAS?
2. Apa tujuan yang mendasari berdirinya ASPIKMAS?
3. Apa visi dan misi ASPIKMAS?
4. Bagaimana Struktur organisasi yang ada di ASPIKMAS dan apa masing masing perannya?
5. Berapa banyak unit UMKM yang telah menjadi anggota ASPIKMAS?
6. Apa saja permasalahan yang ada terkait dengan kemandirian UMKM di Banyumas?
7. Bagaimana strategi ASPIKMAS dalam meningkatkan kemandirian UMKM di Banyumas?
8. Apa yang dilakukan Aspikmas dalam menyelesaikan permasalahan itu

Nama : Kukuh Prasetyo, S.E

Jabatan : Sekertaris Umum ASPIKMAS

1. Apa itu konsep *Golden Circle* Aspikmas yang menjadi strategi organisaii ASPIKMAS?
2. Apa itu Aspikmas *Academy* dan ASPIKMART?
3. Apa saja program kegiatan yang dilakukan oleh ASPIKMAS?
4. Apa saja program kegiatan yang dilakukan oleh ASPIKMAS?
5. Bagaimana caranya ASPIKMAS membantu UMKM mendapatkan akses permodalan?
6. Bagaimana pendampingan langsung dilapangan yang dilakukan oleh ASPIKMAS?
7. Bagaimana ASPIKIMAS melakukan dorongan dalam segi pemasaran dan promosi?

Nama : Siti Sumariyah

Jabatan: Anggota ASPIKMAS

1. Apa unit usaha yang anda jalankan?
2. Apa permasalahan operasional usaha anda?

3. Apakah anda terbantu dengan telah bergabung dengan ASPIKMAS?
4. Bagaimana bentuk dukungan dari ASPIKMAS?
5. Apa saja program ASPIKMAS yang pernah anda ikuti?
6. Bagaimana perubahan aktivitas operasional usaha anda setelah mengikuti program ASPIKMAS?



Lampiran 2: Hasil Wawancara

Hasil Wawancara 1

Nama : Pujiyanto, S.E

Jabatan: Ketua Umum Aspikmas

- Peneliti :”Bagaimana latar belakang berdirinya ASPIKMAS?”
- Pujiyanto : “Sebenarnya inisiatif pertama memang dari pemerintah dari dinas terkait, dinas Tenaga kerja, Koperasi dan UMKM, kenapa? Karena mereka merasa peranan yang mereka lakukan kurang optimal untuk melakukan pemberdayaan dan penampilan UMKM. Kenapa kurag Optimal? Karena mereka terbatas dengan Sumber Daya Manusia, terbatas waktu dan orientasi mereka mungkin kerja. Padahal jika berbicara UMKM katanya kan 86-9000 UMKM se-Kabupaten Banyumas tersebar di 27 Kecamatan maka pemerintah dengan dinas terkait sejauh ini kurang melakukan akselerasi karena keterbatasan-keterbatasan tadi. Akhirnya menginisiasi dibuatnya suatu wadah perwakilan dari temen-temen di 27 kecamatan diundang dan disitulah dilakukan pemilihan siapa yang memegang UMKM di Kabupaten Banyumas. Terdapat 3 kandidat yang mendapat suara terbanyak adalah saya. Awal mulanya itu.”
- Peneliti :”Apa tujuan yang mendasari berdirinya ASPIKMAS?”
- Pujiyanto : “Goalnya jelas dengan menerapkan visi ya, visi aspikmas sendiri menjadi organisasi berdaya saing nasional. Visinya tiga itu. Kemudian diturunkan kembali dalam 3 bidang.
- Peneliti : “Apa visi dan misi ASPIKMAS?”
- Pujiyanto : “Jadi kita ingin menjadi organisasi pemegang UMKM dengan mengang daya saing nasional, nah kita turunkan ke dalam 3 misi. Yang *pertama* mendistribusikan akses informasi dan kebijakan pemerintah terkait ke UMKM se-Kabupaten Banyumas, yang *kedua* adalah menjadikan UMKM yang tergabung di Aspikmas itu naik kelas,yang *ketiga* adalah menjadikan UMKM yang tergabung didalamnya itu memiliki daya saing dan pola pikir *corporate*.”
- Peneliti : “Bagaimana Struktur organisasi yang ada di ASPIKMAS dan apa masing masing perannya?”
- Pujiyanto : “Bidang I pengembangan kapasitas Usaha dan SDM mempunyai fungsi membuat perencanaan pelatihan, menganalisa rencana

pelatihan dan melakukan pelatihan. Bidang II Perencanaan Fasilitasi Usaha dan permodalan ini mempunyai fungsi untuk membantu melakukan pendampingan legalitas mulai dari NIP, PIRT, halal, BPOM dan sebagainya serta akses permodalan. Nah bidang III promosi dan pemasaran ini membantu mengakselirasi promosi dan pemasaran pernak-pernik dari teman teman UMKM. Itu goalsnya

- Peneliti : “Berapa banyak unit UMKM yang telah menjadi anggota ASPIKMAS?”
- Pujianto : “Lebih dari 3.800 yang teregistrasi resmi. Teregistrasi resmi artinya mereka daftar dan membayar sebesar Rp 50.000 tapi diluar itu yang telah daftar dan belum membayar disebut Partisipant dimana jumlahnya lebih dari 5.000”
- Peneliti : “Apa saja permasalahan yang ada terkait dengan kemandirian UMKM di Banyumas?”
- Pujianto : “Sebenarnya masalah klasiknya adalah permodalan, kedua adalah pemasaran. Itu yang sering muncul. Selanjutnya masalah legalitas, mereka masih bingung melakukan PIRT gimana caranya-lama prosesnya dan lain-lain. Berikutnya lagi adalah mereka masih berfokus pada lingkup kecil dan sederhana hanya berjalan sehingga banyak sekali yang terjebak rutinitas tidak berkembang dan tidak ada peningkatan. Maka kita konsen untuk melakukan pendampingan ke arah sana dengan strategis yang bertahap tentunya.”
- Peneliti : Bagaimana strategi ASPIKMAS dalam meningkatkan kemandirian UMKM di Banyumas?
- Pujianto : “Kita kan tidak ada support anggaran dari pemerintah, kadang kita memiliki kewajiban pemberdayaan yang mana jika melakukan pemberdayaan mengumpulkan orang perlu adanya dana, minimal dana konsumsi maka satu-satunya cara adalah dengan membuka unit usaha, unit usaha inilah yang kemudiaan saat ini menjadi alat untuk membangun kemandirian organisasi berbasis *sosiopreuneur*, berbasis *sosiopreuneur* karena keuntungannya bukan mutlak untuk profit orientid tapi untuk kegiatan pemberdayaan. Jadi keuntungan itu bukan untuk ketua umum, pengurusan. Keuntungan setelah dikurangin operasional tim atau pengelola Aspikmas/pengelola unit usaha/admin digunakan untuk pembedardayaan”
- Peneliti : “Apa yang dilakukan Aspikmas dalam menyelesaikan permasalahan itu?”

Pujianto : ” Dalam hal permodalan kami belum bisa mengambil resiko, namun yang jelas kami tetap menghubungkan informasi terkait permodalan. Sebenarnya mengenai permodalan kami pisahkan menjadi 2 (dua), *pertama* modal yang memang untuk individual UMKM kemarin kita difasilitasi adanya program DANLIR (Dana Bergulir) antara pemerintah Kabupaten Banyumas bekerja sama dengan BKK untuk membuat program DANLIR ini harus berkelompok, dimana tiap orang bisa mendapatkan maksimal Rp. 3.000.000, kalo 10 orang mendapat Rp. 30.000.000, kalo 20 orang maka mendapat Rp. 60.000.000, tanpa agunan bunganya 20% pertahun. Itu yang difasilitasi oleh pemerintah melalui mekanisme tadi. Kedua mengenai organisasi kami tidak ada support anggaran sama sekali. Sedangkan pendampingan di lapangan kami bekerja sama dengan kampus, teman-teman mahasiswa kami bimbing dan dibekali untuk terjun ke lapangan membantu mendampingi pelatihan pencatatan keuangan sederhana seperti pencatatan keuangan khas, perhitungan HPP dan perhitungan keuntungan dan laba. Kemudian pelaku usaha masih kurang perhatian akan pentingnya kemasan yang menarik pada produk, sehingga konsumen tidak tertarik dengan produk, dengan hadirnya Aspikmas kami menyadarkan para pelaku usaha pentingnya packaging dan branding sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan. Promosi itu berkaitan dengan *branding*, pemasaran itu *selling*. Maka dalam hal promosi dan pemasaran kami membagi tugas kepada tim di Bidang III yaitu tim digital marketing dan *offline* marketing. digital marketing membuat E-katalog melalui media sosial instagram yang merupakan branding. Sedangkan *offline* marketing membuat *event* seperti expo, namun pemasarannya tetap melalui Aspikmart. Aspikmas juga berperan dalam mendistribusikan informasi secara merata kepada UMKM, saat kami mendapatkan informasi, maka kami mendistribusikan akses informasi dan kebijakan pemerintah terkait UMKM se-Kabupaten Banyumas kepada perwakilan koordinator di masing-masing wilayah. Ketika informasi tersebut berupa kebijakan maka koordinator mengadakan publikasi di wilayahnya masing-masing dan ketika informasi berupa kegiatan koordinator akan mengirim satu perwakilan atau sesuai dengan kebutuhan penyelenggara

Hasil Wawancara 2

- Nama : Kukuh Prasetyo, S.E
 Jabatan : Sekertaris Umum ASPIKMAS
- Peneliti : “Apa itu konsep *Golden Circle* Aspikmas yang menjadi strategi organisaii ASPIKMAS?”
 Kukuh : “Itu adalah konsep strategi pembagian unsur yang ada di Aspikmas, dimana tiga unsur itu terdiri dari ASPIKMAS sebagai organisai primernya, dan dua lainnya adalah Aspikmas *Academy*, dan ASPIKMART
- Peneliti : “Apa itu Aspikmas *Academy* dan ASPIKMART?”
 Kukuh : “Aspikmas *Academy* yang drancang untuk melaksanakan program pendampingan dengan pelatihan dan pendampingan, dimana Aspikmas *academy* ini murni bersifat sosial. Yang selanjutnya adalah ASPIKMART sebagai enterpres, sebagai generator *income* (unit usaha). Sehingga Aspikmas *academy* sebagai pemberdaya operasionalnya akan terdukung oleh ASPIKMART.”
- Peneliti : Apa saja program kegiatan yang dilakukan oleh ASPIKMAS?
 Kukuh : “Kaitannya dengan pelatihan pencatatan keuangan, kita mengadakan pelatihan yang dapat diisi oleh pihak internal maupun pihak government seperti dari Dinas Koperasi, Tenaga Kerja dan UMKM. Aspikmas melakukan sosialisasasi dan pendampingan izin usaha, apalagi yang utama adalah buat UMKM yang produknya adalah makananan, apalagi masyarakat sudah mulai lebih sadar akan kesehatan setelah adanya pandemi. Kaitannya dengan permodalan, Aspikmas hanya memberikan informasi dan akses yang selanjutnya keputusan untuk mengambil atau tidaknya bantuan modal itu kami serahkan ke UMKM.
- Peneliti :” Bagaimana caranya ASPIKMAS membantu UMKM mendapatkan akses permodalan?”
 Kukuh : “ Masalah permodalan terkadang itu resikonya besar, jadi sejauh ini kami hanya menyalurkan informasi saja, selebihnya itu sudah menjadi urusan masing masing pribadi untuk menindak lanjuti atau tidak. Sehingga kita hanya memberikan akses dan rekomendasi”
- Peneliti : “Bagaimana pendampingan langsung dilapangan yang dilakukan oleh ASPIKMAS?”
 Kukuh : “ Pendampingan langsung ke lapangan itu dilakukan oleh mahasiswa yang kami jaring dalam ASPIKMAS *Academy* melalui kerja sama dengan Perguruan Tinggi, sebelum terjun peserta itu kami beri pembekalan. ASPIKMAS *Academy* sudah terlaksana dua

gelombang, dimana waktunya itu antara 3 (tiga) sampai 6 (enam) bulan

Peneliti : “ Bagaimana ASPIKIMAS melakukan dorongan dalam segi pemasaran dan promosi?”

Kukuh : “Kami melaksanakan program kerja dari bidang 3. Dimana ada tim internal yaitu *offline* dan *online* marketing, *offline* marketing salah satunya adalah melakukan expo UMKM melalui ASPIKMART”



Hasil Wawancara 3

Nama : Siti Sumariyah

Jabatan: Anggota ASPIKMAS

Peneliti :”Apa unit usaha yang anda jalankan”

Sumariyah :” Usaha saya dibidang *crafting*, itu usaha dibidang kerajinan tangan, produk saya itu rajutan dan *eco printing* seperti sepatu rajut sama baju dengan *eco printing*. *Eco printing* itu mewarnai baju pake tinta alami, jadi nanti bahan alamai seperti daun kita capkan ke baju”

Peneliti :”Apa permasalahan operasional usaha anda?”

Sumariyah :” Dulu saya masih tidak paham sama sekali sama *branding*, yang saya tahu ya hanya menjual produk terus dijual itu saja, yang kedua itu kami para pelaku UMKM masih kurang bisa memasarkan produk kita dengan jangkauan yang lebih luas. Selanjutnya adalah permodalan terkadang kita bingung buat mendapatkan pinjaman modal yang tidak terlalu memberatkan kami buat membayarnya. Selanjutnya adalah informasi, terkadang pemerintah itu sebenarnya punya banyak agenda pemberdayaan UMKM bisa dengan suntikan modal atau pelatihan, tapi justru kita yang ada dibawah tidak tahu adanya informasi itu.”

Peneliti : “Apakah anda terbantu dengan telah tergabung dengan ASPIKMAS?”

Sumariyah : “Sangat terbantu mas, kita didukung banyak setelah adanya ASPIKMAS banyak dari pelaku UMKM yang sudah mulai berkembang pola pikirnya dalam menjalankan usahanya ko, itu terbukti”

Peneliti :” Bagaimana bentuk dukungan dari ASPIKMAS?”

Sumariyah : “Setiap ada informasi baru itu selalu disampaikan minimal di grup sosial media, misalkan ada kuota buat jadi peserta kegiatan pelatihan itu dibagikan digrup, jadi kalo ada yang bersedia ikut dipersilahkan, cuman terkadang emang ada kuotanya, tapi saya termasuk orang yang suka buat mengikuti pelatihan”

Peneliti : “Apa saja program ASPIKMAS yang pernah anda ikuti?”

Sumariyah : “Program ASPIKMAS yang saya ikuti banyak sekali mas, pelatihan saya sering sekali ikut, karena saya memang suka kalo ada pelatihan. Saya juga sering ikut kalo Aspikmas mengadakan Bazar, karena itukan salah satu buat mengenalkan produk kita lebih luas juga. Saya juga didampingi waktu membuat izin usaha”

- Peneliti : “Bagaimana perubahan aktivitas operasional usaha anda setelah mengikuti program ASPIKMAS?”
- Sumariyah : “Alhamdulillah ya mas setelah ada Aspikmas relasi kita semakin luas, kita juga tahu caranya membranding produk kita dengan bagus, dan cara memasarkan produk secara digital, akhirnya juga usaha saya sudah punya NIB”



Lampiran 3: Dokumentasi



LOGO ASPIKMAS



Sekretariat ASPIKMAS



Wawancara dengan Ketua Umum ASPIKMAS



Wawancara dengan Pengurus ASPIKMAS



Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

- Nama Lengkap : Fadel Bahtiar Yuswono
 NIM : 1717201018
 Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 09 Desember 1999
 Alamat Rumah : Kebumen 02/01, Baturaden, Banyumas
1. Nama Orang Tua
 Nama Ayah : Tri Yuswono
 Nama Ibu : Hantomi Supriyatin
2. Saudara Kandung
 Nama Kakak : Imanda Naufal Yuswono
 Nama Adik : Rona Nadia Yuswono

B. Riwayat Pendidikan

1. TK/PAUD : TK Diponegoro
 2. SD/MI : SDN 4 Sokanegara
 3. SMP/MTs : MTs N Model Purwokerto
 4. SMA/MA : MAN 2 Purwokerto
 5. S1/ Tahun masuk : UIN PROF KH. SAIFUDDIN ZUHRI

Purwokerto, 26 September 2022

Saya yang menyatakan,



Fadel Bahtiar Yuswono

NIM. 1717201018