STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN GERAI PUSAT PRODUK UKM/IKM PRATISTHA HARSA KABUPATEN BANYUMAS

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
IFFA TRI CAHYANI
NIM. 1617201106

JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2021

STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN GERAI PUSAT PRODUK UKM/IKM PRATISTHA HARSA KABUPATEN BANYUMAS

Iffa Tri Cahyani

NIM. 1617201106

Email: iffatricahyani@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN Purwokerto)

ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, yakni sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi, penyedia kesempatan kerja, dan penggerak ekonomi daerah serta masyarakat. Namun UMKM Indonesia saat ini masih menghadapi beberapa masalah seperti, kurangnya modal, kesulitan dalam pemasaran, kurangnya pengetahuan tentang manajemen dalam bisnis. Sesuai dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 bahwa Pemerintah berkewajiban dalam mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berbagai upaya yang dilakukan pemerintah salah satunya pemerintah berperan sebagai fasilitator. Seperti Pemerintah Daerah Kabupaten Banyumas memberikan fasilitas untuk para pelaku UMKM Banyumas dengan didirikannya Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa. Dalam penelitian ini, masalah yang diangkat adalah bagaimana strategi yang dilakukan Pemerintah Daerah dalam mengembangkan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa. Tujuan kegiatan penelitian ini untuk mengetahui strategi Pemerintah Daerah dalam mengembangkan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif. Adapun teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis datanya yaitu analisis sebelum dilapangan dan analisis data dilapangan dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat strategi pengembangan yang telah dilakukan, yaitu: 1) Pemasaran produk secara *offline* dan *online*, 2) Memperluas promosi pemasaran, 3) Membangun komunikasi internal yang lebih baik, 4) Meningkatkan pengawasan, persediaan, kondisi, dan penjualan produk. Strategi yang dilakukan berfokus pada empat variabel, yakni strategi pemasaran, promosi, komunikasi, dan pengawasan. Variabel tersebut dianalisis sebagai kegiatan dari manajemen pemasaran. berdasarkan manajemen pemasaran dalam perspektif Islam strategi yang telah dilakukan tidak melanggar syariat islam karena mampu mendayagunakan manfaat dari fasilitas yang telah didirikan.

Kata Kunci: *UMKM, Strategi Pengembangan, Pemerintah Daerah, Pratistha Harsa*

LOCAL GOVERNMENT STRATEGY IN DEVELOPING THE CENTER FOR SME / SMI PRODUCT CENTER PRATISTHA HARSA, BANYUMAS REGENCY

Iffa Tri Cahyani

NIM. 1617201106

E-mail: iffatricahyani@gmail.com
Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business
State Islamic Institute (IAIN Purwokerto)

ABSTRACT

SMEs is a sector that has an important role in the Indonesian economy, namely as the main players in economic activities, providers of job opportunities, and drivers of the regional economy and society. However, currently, Indonesian SMEs still face several problems such as lack of capital, difficulties in marketing, lack of knowledge about management in business. According to Law Number 20 of 2008, the Government is obliged to develop Micro, Small, and Medium Enterprises. Various efforts have been made by the government to develop SMEs, one of which is the government acting as a facilitator. For example, the Banyumas Regency Government provides facilities for Banyumas SMEs players with the establishment of the Pratistha Harsa SME / SMI Product Center Outlet. In this research, The problem raised is how the strategy carried out by the Regional Government in developing the Pratistha Harsa SME / SMI Product Center Outlet. The purpose of this research activity is to determine the strategy of the Regional Government in developing Pratistha Harsa SME / SMI Product Center Outlets.

This research uses qualitative research methods, the type of research is field research with a descriptive approach. The data collection techniques through observation, interviews and documentation. The data analysis technique is pre-field analysis and field data analysis with the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Test the validity of the data using source triangulation.

The results showed that four development strategies had been implemented, namely: 1) offline and online product marketing, 2) expanding marketing promotions, 3) building better internal communication, 4) increasing supervision, inventory, condition, and product sales. The strategy carried out focuses on four variables, namely marketing, promotion, communication and supervision strategies. These variables are analyzed as activities of marketing management. based on marketing management in an Islamic perspective the strategy that has been carried out does not violate Islamic law because it is able to take advantage of the benefits of the facilities that have been established.

Keywords: *UMKM, Development Strategy, Local Government, Pratistha Harsa*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING ..... **iv**
MOTTO ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vii**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **viii**
PERSEMBAHAN ..... **xii**
KATA PENGANTAR ..... **xiii**
DAFTAR ISI ..... **xv**
DAFTAR TABEL ..... **xviii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xix**
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
BAB II LANDASAN TEORI
A. Strategi Pengembangan 20
1. Definisi Strategi 20
2. Unsur Strategi 21
3. Fungsi Strategi 22
4. Konsep Pengembangan 23
5. Ciri-ciri Pengembangan 25
B. Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) 25
1. Konsep UMKM 25
2. Permasalahan UMKM 27

IAIN PURWOKERTO

3. Landasan Pengembangan UMKM..... 31
4. Tujuan Pengembangan UMKM..... 33
5. Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM..... 35
6. Indikator UMKM Berkembang (Naik Kelas)..... 39
C. Landasan Teologis..... 40
BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian..... 45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... 46
C. Subjek Penelitian..... 46
D. Objek Penelitian..... 46
E. Sumber Data 47
F. Teknik Pengumpulan Data..... 47
G. Teknik Analisis Data..... 48
H. Uji Keabsahan Data..... 50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas..... 52
1. Sejaran Berdiri..... 52
2. Letak Geografis..... 53
3. Pengelolaan Gerai..... 53
B. Strategi Pengembangan Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas..... 54
1. Pemasaran Produk Secara *Offline* dan *Online*..... 54
2. Memperluas Promosi Pemasaran..... 57
3. Membangun Komunikasi Internal yang Lebih Baik .. 59
4. Meningkatkan Pengawasan, Persediaan, kondisi, dan Penjualan Produk..... 61
C. Analisis Pengembangan Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas..... 64

IAIN PURWOKERTO

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 67

B. Saran 68

DAFTAR PUSTAKA 70

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omzet Penjualan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Tahun 2017-2019 5

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu 13

Tabel 2.1 Indikator Usaha yang Dinamis dan Lestari 35

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman dan Fieldnote Wawancara
Lampiran 2	Dokumentasi Penelitian
Lampiran 3	Surat Rekomendasi Seminar Proposal Skripsi
Lampiran 4	Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal Skripsi
Lampiran 5	Blanko/Kartu Bimbingan
Lampiran 6	Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
Lampiran 7	Sertifikat BTA PPI
Lampiran 8	Sertifikat Pengembangan Bahasa arab
Lampiran 9	Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
Lampiran 10	Sertifikat OPAK IAIN Purwokerto
Lampiran 11	Sertifikat PPL
Lampiran 12	Sertifikat KKN
Lampiran 13	Sertifikat Aplikom
Lampiran 14	Daftar Riwayat Hidup

IAIN PURWOKERTO

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia saat ini sedang mengalami ketidakstabilan. Hal ini dibuktikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang melaporkan perekonomian Indonesia tahun 2019 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp. 15.833,9 triliun dan PDB Perkapita mencapai Rp. 59,1 Juta atau US$ 4.174,9. Ekonomi Indonesia tahun 2019 tumbuh 5,02 persen, lebih rendah dibanding capaian tahun 2018 sebesar 5,17 persen (BPS, 2020).

Struktur PDB Indonesia menurut lapangan usaha atas dasar harga berlaku pada tahun 2019 tidak menunjukkan perubahan yang berarti. Perekonomian Indonesia masih didominasi oleh Lapangan Usaha Industri Pengolahan sebesar 19,70 persen; Perdagangan Besar-Eceran, Reparasi Mobil-Sepeda Motor sebesar 13,01 persen; Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan sebesar 12,72; dan Konstruksi sebesar 10,75 persen. Peranan keempat lapangan usaha tersebut dalam perekonomian Indonesia mencapai 56,18 persen (BPS, 2020).

IAIN PURWOKERTO

Adapun peran serta masyarakat dalam membantu pengembangan perekonomian nasional adalah dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dan diakui berkontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. Hal tersebut dibuktikan bahwa jumlah UMKM pada tahun 2019 mencapai 99,7 persen dengan sumbangan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) mencapai 60,34 persen (Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM, Rully Indrawan). Sementara kontribusi terhadap total tenaga kerja sebesar 97 persen. Tentu saja hal ini dapat membantu mengurangi angka pengangguran. Sedangkan kontribusi ekspor sekitar 14,17 persen (IndoPremier, 2019).

UMKM di Indonesia sendiri telah berperan sebagai pelaku utama kegiatan-kegiatan ekonomi, penyedia kesempatan kerja, dan penggerak ekonomi daerah serta masyarakat. UMKM dapat dikatakan salah satu solusi masyarakat untuk tetap bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi, dengan hal ini maka persoalan pengangguran sedikit banyak dapat tertolong dan implikasinya juga dalam hal pendapatan (Purba, 2018).

Namun hingga saat ini UMKM Indonesia masih menghadapi beberapa permasalahan. Secara umum permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yaitu kurangnya permodalan, kesulitan dalam pemasaran, persaingan usaha ketat, kesulitan bahan baku, kurangnya teknis produksi dan keahlian, keterampilan manajerial kurang, kurang pengetahuan manajemen keuangan dan iklim usaha yang kurang kondusif (perijinan, aturan/perundang-undangan) (Yun & dkk, 2017).

Oleh karena itu, pengembangan UMKM di Indonesia sangat diperlukan dan dalam pengembangannya dibutuhkan dukungan serta stimulasi dari pemerintah. Sesuai dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 bahwa Pemerintah berkewajiban dalam mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Salah satu isi dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pada pasal 1 yakni pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Rio F & Susilawati, 2016).

Dengan demikian, sangat diperlukan sinergi antara pemerintah pusat dengan Pemerintah Daerah dalam melakukan pengembangan UMKM Indonesia. Akan tetapi tidak hanya pemerintah saja yang berjuang, namun kontribusi masyarakat juga sangat diperlukan. Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2019 berdasarkan data BPS ada sekitar 58 juta (BPS, 2020).

IAIN PURWOKERTO

Dengan jumlah tersebut tentu tidaklah mudah bagi pemerintah dalam melakukan pengembangan UMKM di Indonesia.

Namun secara bertahap pemerintah telah menyiapkan program dan memberikan bantuan untuk mengembangkan UMKM di Indonesia. Adapun salah satu program bantuan yang telah diberikan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2013/2014 adalah pembangunan PLUT KUMKM (Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Gedung PLUT digunakan untuk pendampingan UMKM, pusat konseling dan pengembangan manajemen Sumber Daya Manusia dan Teknologi Informasi sehingga berbagai permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM akan dapat terlayani dengan baik. Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013/2014 mendapatkan 5 unit pembangunan gedung PLUT, dan merupakan provinsi terbanyak mendapatkan alokasi pembangunan PLUT. Banyaknya gedung PLUT yang dibangun di Jawa Tengah dari dana bantuan Kementerian Koperasi dan UMKM karena Jawa Tengah merupakan Provinsi yang penyerapan Kredit Usaha Rakyat (KUR) tertinggi se Indonesia (Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jateng Ir. Sujarwanto, Dwi Atmoko, M. Si). Dari 5 unit tersebut, Kabupaten Banyumas menjadi salah satu wilayah yang terpilih untuk pembangunan gedung PLUT. Hal tersebut merupakan bentuk sinergitas Kementerian Koperasi dan UMKM bersama Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/kota (Pemerintah Kabupaten Banyumas, 2014).

IAIN PURWOKERTO

Kabupaten Banyumas merupakan wilayah yang memiliki sekitar 70.000 unit UMKM pada tahun 2019 (Kepala Disnakerkop UKM Kabupaten Banyumas, Wisnu Hermawanto) (SatelitPost, 2019). Dengan jumlah unit usaha yang semakin meningkat, tentu menjadi perhatian besar bagi Pemerintah Daerah untuk melakukan pengembangan UMKM Kabupaten Banyumas.

Adapun bentuk perhatian sebagai upaya pengembangan dari Pemerintah Daerah yang diberikan kepada UMKM Kabupaten Banyumas salah satunya adalah dibangunnya fasilitasi Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa. Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa ini terletak di

Blok A Pratistha Harsa Jl. Jenderal Soedirman No. 8 Purwokerto, di mana terdapat dua lantai, lantai satu sebagai pusat produk UKM/IKM, dan lantai dua digunakan sebagai kantor DEKRANASDA Kabupaten Banyumas, serta tempat untuk selter pedagang kaki lima berada di blok B Pratistha Harsa yang terletak di jalan Balai Pengobatan sebagai pusat kuliner (Setijarsih, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan penanggung jawab pengelola Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa, yakni Ibu Juni Setijarsih, Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa diresmikan pada tanggal 26 Mei 2014 dan dikelola oleh Diperindagkop UKM Kabupaten Banyumas, yang kemudian pada tanggal 22 Desember 2017 berdasarkan peraturan bupati terbaru, gerai mengalami transisi untuk pengelolaannya oleh Dinperindag Kabupaten Banyumas bidang perdagangan. Adapun produk yang dipasarkan dalam Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa berupa makanan, minuman, *fashion*, kerajinan dan *handycraft* (Setijarsih, 2020).

Pemilihan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas sebagai objek penelitian adalah berdasarkan Peraturan Bupati Nomor 19 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Pusat Produk dan Kuliner Usaha Kecil dan Menengah Pratistha Harsa sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Bupati Nomor 87 tahun 2017 tentang Pratistha Harsa dijelaskan mengenai tujuan pembangunan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa adalah sebagai tempat wahana membina, mengembangkan, menjual, dan mempromosikan produk-produk unggulan UKM/IKM di Kabupaten Banyumas. Namun tujuan tersebut belum terealisasikan dengan maksimal semenjak awal didirikannya hingga sebelum masa transisi, sebagaimana observasi awal yang telah dilakukan dengan bersumber dari lapangan dan berita *online*, bahwa pengoperasian Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratisha Harsa dari tahun ke tahun dirasa belum berkembang dengan baik dan menghadapi beberapa kendala. Berdasarkan data yang diperoleh diantaranya, yakni yang pertama terjadi penurunan jumlah UMKM yang menitipkan produknya. Hal tersebut disebabkan karena sepinya pengunjung, yang berakibat tidak lakunya produk yang dititipkan, terutama

IAIN PURWOKERTO

produk makanan dan minuman yang memiliki kadaluwarsa, tentu saja hal tersebut mengganggu perputaran bisnis yang dijalankan oleh UMKM, sehingga mereka menarik produknya dan memutuskan untuk tidak menitipkannya kembali (Setijarsih, 2020).

Kemudian yang kedua, masih banyak masyarakat asli Banyumas yang masih belum cukup mengenal Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa. Hal tersebut dikarenakan kurang gencarnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola gerai (Pertiwi, 2020). Kendala yang ketiga terjadi pada salah satu pelaku IKM yang menitipkan produknya di gerai yang bergerak pada bidang *fashion* merasa kecewa dikarenakan pada saat berkunjung ke gerai untuk mengecek stok produk yang dititipkannya dan menerima laporan penjualan, namun ternyata jumlah stok produk dengan transaksi tidak sama (Nurwidi, 2020). Hal tersebut dikarenakan kurangnya komunikasi yang terjalin antara pelaku UMKM dengan pihak pengelola gerai dan kurangnya manajemen pengawasan persediaan produk.

Beberapa kendala di atas terjadi sebelum sampai awal dilakukannya transisi, yakni tahun 2018. Namun pada awal tahun 2019 pihak pengelola Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa mulai mengatasi satu per satu kendala yang terjadi sebelumnya pada gerai dengan melakukan beberapa strategi pengembangan. Hal tersebut berpengaruh pada omzet penjualan. Berikut data yang penulis dapatkan untuk perolehan omzet penjualan pada tahun 2017-2019 yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.1: Omzet Penjualan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Tahun 2017-2019

Tahun	Makanan/Minuman	Kerajinan	Total
2017	Rp. 10.356.800	Rp. 33.523.500	Rp. 43.880.300
2018	Rp. 14.735.500	Rp. 27.999.500	Rp. 42.735.000
2019	Rp. 26.822.500	Rp. 54.762.000	Rp. 86.584.500

Sumber Data Laporan Penjualan Makanan/Minuman dan Kerajinan Gerai Pusat Produk Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas

IAIN PURWOKERTO

Berdasarkan data di atas pada tahun 2018 omzet penjualan mengalami penurunan sebesar 2,7 persen dari tahun 2017. Hal ini terjadi karena beberapa kendala seperti penjelasan di atas dan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa sedang melakukan transisi kewenangan dalam pengelolaan sehingga gerai tidak beroperasi dengan maksimal. Kemudian setelah masa transisi, omzet penjualan pada tahun 2019 meningkat sebanyak 2 kali lipat dari tahun-tahun sebelumnya karena sudah beroperasi secara penuh.

Oleh karena itu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas bidang perdagangan yang kini ditugaskan untuk mengelola Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa telah melakukan beberapa strategi untuk mengembangkan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas. Di mana dalam proses pengembangannya tentu harus saling bekerjasama dan mendukung baik dari para pelaku UMKM Kabupaten Banyumas serta masyarakat Banyumas, sehingga tujuan pembangunan Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa dapat terealisasikan.

Dari uraian di atas penulis ingin melihat strategi pengembangan yang dilakukan setelah masa transisi, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN GERAI PUSAT PRODUK UKM/IKM PRATISTHA HARSA KABUPATEN BANYUMAS"**.

IAIN PURWOKERTO

B. Definisi Operasional

Untuk mempermudah pengertian atau penafsiran dan penegasan terhadap konsep yang digunakan sesuai dengan fokus penelitian sehingga diperoleh kesamaan pemaham antara peneliti dan pembaca, maka ada beberapa istilah yang perlu di jelaskan supaya tidak terjadi kerancuan dalam memahami permasalahan yang akan di bahas. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan antara lain:

1. Strategi Pengembangan

   Kata *strategy* (Inggris) berasal dari *strategos* (Yunani) yang berarti "merencanakan untuk menghancurkan musuh melalui penggunaan sumber

daya secara efektif". Pengertian strategi dalam lembaga usaha merupakan rencana para pemimpin organisasi untuk mencapai hasil yang konsisten dengan misi dan tujuan organisasi. Strategi dapat dipandang dari tiga aspek: perumusan strategi; pelaksanaan yang bertujuan merealisasikan strategi menjadi tindakan; dan pengendalian strategi yang dilakukan untuk merubah strategi atau usaha penjaminan agar tujuan ditetapkan tercapai. Strategi merupakan gambaran besar mengenai cara sebuah lembaga atau perorangan dapat mencapai tujuan (Yunus, 2016, p. 19).

Selanjutnya definisi pengembangan, pada intinya bahwa pengembangan organisasi senantiasa berkaitan dengan perubahan yang direncanakan. (tindakan perekayasaan, guna menciptakan perubahan – perubahan tertentu yang diinginkan di dalam suatu organisasi). Ia mempunyai sasaran pokok berupa meningkatkan efektivitas keorganisasian (dan sudah tentu pula efisiensi keorganisasian) (Winardi, 2005, p. 114).

2. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

   Definisi UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam pasal 1 menjelaskan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut.

   Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tersebut.

   Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau

IAIN PURWOKERTO

hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut (Jerry & dkk, 2019).

3. Pratistha Harsa

Berdasarkan Peraturan Bupati Banyumas Nomor 87 Tahun 2017 Tentang Pengelolaan Pasar Khusus Produk Usaha Kecil/Industri Kecil Dan Menengah Kuliner Dan Industri Kecil Dan Menengah Pratistha Harsa, pada pasal 1 ayat 6 dijelaskan bahwa, Pusat Produk Usaha Kecil/Industri Kecil dan Menengah adalah pusat Promosi dan penjualan produk-produk Usaha Kecil dan Menengah masyarakat Kabupaten Banyumas.

Dan pasal 1 ayat 9 dijelaskan bahwa, Pratistha Harsa adalah nama pasar khusus yang menjual dan mempromosikan Produk Usaha Kecil/Industri Kecil dan Menengah, Kuliner, dan Industri Kecil dan Menengah.

Kemudian pada pasal 2 menjelaskan bahwa, Menetapkan tanah dan bangunan di Blok A Pratistha Harsa yang terletak di Jalan Jenderal Soedirman No. 08 Purwokerto sebagai Pusat Produk UKM/IKM, dan Kantor Dewan Kerajinan Nasional Daerah (DEKRANASDA) Kabupaten Banyumas serta tempat untuk Selter Pedagang Kaki Lima (PKL), dan Blok B Pratistha Harsa yang terletak di Jalan Balai Pengobatan sebagai Pusat Kuliner (Perbup Banyumas, 2017).

IAIN PURWOKERTO

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi yang dilakukan Pemerintah Daerah dalam mengembnagkan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas?”

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Strategi Pemerintah Daerah

dalam mengembangkan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas.

2. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Secara teoritis penulis mengharapkan dari penelitian ini berguna sebagai karya tulis yang dapat mengembangkan dan menunjang dalam ilmu pengetahuan dan dapat menjadi bahan informasi yang mendukung sehingga dapat digunakan penulis atau pihak lain agar tertarik melakukan penelitian terhadap strategi pengelolaan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa agar dapat berkembang dan terealisasikan tujuan pembangunannya.

b. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan pertimbangan para pelaku UMKM dan Pemerintah Daerah terutama di Kabupaten Banyumas untuk melakukan kolaborasi dalam mengembangkan dan meningkatkan UMKM Kabupaten Banyumas.

IAIN PURWOKERTO

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kajian yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Karya atau tulisan yang relevan dengan penelitian ini diantaranya adalah:

Teori dari Menurut Miftah Thoha dalam (Putra, 2015), menjelaskan tentang peranan merupakan serangkaian perilaku yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Penghargaan semacam itu merupakan suatu norma yang dapat mengakibatkan terjadinya suatu peranan. Dalam bahasa organisasi, peranan diperoleh dari uraian jabatan. Adapun uraian jabatan itu merupakan dokumen tertulis yang memuat persyaratan-persyaratan dan tanggung jawab atas suatu

pekerjaan. Karena hakikatnya peranan itu merupakan perwujudan interaksi antara orang-orang dalam organisasi. Dengan demikian banyak yang bisa dilakukan olehnya untuk merencanakan intervensi ke arah perubahan, perbaikan dan penyempurnaan organisasi. Menurut Suhady dalam Riawan Pemerintah *(government)* ditinjau dari pengertiannya adalah *the authoritative direction and administration of the affairs of men/women in a nation state, city, ect*. Dalam bahasa Indonesia sebagai pengarahan dan administrasi yang berwenang atas kegiatan masyarakat dalam sebuah negara, kota dan sebagainya.

Teori dari Katasasmita dalam (R. Putra & dkk, 2018) menjelaskan tentang pengembangan merupakan suatu upaya yang dilakukan dalam rangka memajukan, memperbaiki, meningkatkan sesuatu yang sudah ada secara teratur dan bertahap agar menjadi lebih baik. Adapun pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah harus meliputi aspek-aspek, diantaranya:

1. Peningkatan akses kepada asset produktif, terutama modal, di samping teknologi, manajemen, dan segi lainnya.
2. Peningkatan akses pasar, yang meliputi suatu spectrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha hingga informasi pasar, bantuan produksi, serta sarana dan prasarana pemasaran. Khususnya bagi usaha kecil di pedesaan, prasarana mendasar akan sangat membantu adalah sarana perhubungan.
3. Pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting. Namun, bersamaan juga perlu ditanamkan semangat jiwa wirausaha.
4. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Maka memperkuat pasar sangatlah penting, hal tersebut harus disertai dengan pengendalian agar proses berjalannya pasar tidak keluar dari apa yang diinginkan yang nantinya justru mengakibatkan kesenjangan. Untuk itu diperlukan intervensi-intervensi yang tepat dan tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah yang mendasar dalam suatu ekonomi bebas, tetapi tetap menjamin terjadinya pemerataan sosial (*social equity*).

IAIN PURWOKERTO

5. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis dan telah terbukti berhasil bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Teori dari Infokop No. 5 Tahun XX 2004 dalam (Puspitasari, 2015) yang menjelaskan bahwa pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kurangnya permodalan, sumber daya manusia yang terbatas, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar. Sedangkan faktor eksternal meliputi iklim usaha belum sepenuhnya kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha, implikasi otonomi daerah, implikasi perdagangan bebas, sifat produk dengan *lifetime* pendek, dan terbatasnya akses pasar.

Teori dari J.Winardi dalam (Hasbiyyah, 2018) menjelaskan tentang pengembangan dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.

IAIN PURWOKERTO

Dalam penelitian terdahulu yang mengkaji tentang strategi pengembangan yaitu Jurnal dari Taranggana Gani Putra (2015) dalam jurnalnya yang berjudul *"Peran Pemerintah Daerah Dan Partisipasi Pelaku Usaha Dalam Pengembangan UMKM Manik-Manik Kaca di Kabupaten Jombang"*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Daerah bertindak sebagai fasilitator yang dimanifestasikan melalui kegiatan pelatihan, bantuan modal dan teknologi, Pemerintah Daerah juga bertindak sebagai katalis yang dimanifestasikan melalui kegiatan produk promosi, dan tekad manik-manik kaca sebagai produk unggulan Kabupaten Jombang. Sedangkan partisipasi pengusaha adalah partisipasi dalam pengambilan keputusan dengan memberikan ide dalam pertemuan kelompok antara pemerintah dan pengusaha, kemudian partisipasi dalam pelaksanaan dengan koordinasi

kegiatan pelatihan, juga partisipasi dalam mengambil manfaat dalam bentuk peningkatan pergantian bisnis (Putra, 2015).

Langgeng R. Putra, dkk (2018) dalam jurnalnya yang berjudul *"Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Ekonomi Kreatif Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan)"*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang tepat dalam pengembangan UMKM Kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan adalah Strategi SO *(Strength and Opportunity)*. Pada strategi SO *(Strengh and Opportunity)* berdasarkan perumusan matrik kualitatif analisis SWOT yang telah dilakukan, maka terdapat empat strategi progresif dalam pengembangan UMKM kerajinan kulit di Kabupaten Magetan, sebagai berikut:

1. Pemanfaatan sumberdaya manusia kreatif yang memiliki bakat dalam kerajinan kulit secara turun-temurun pada pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah.
2. Pemanfaatan inovasi pengembangan produk yang dilakukan oleh para pengerajin dan dapat menurunkan atau mengajarkannya kepada generasi pengerajin selanjutnya
3. Kemampuan komunikasi para pengerajin dalam usaha yang menjadi nilai lebih dalam pengembangan usaha
4. Adanya peran stakeholder dalam perluasan pemasaran produk yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan kerajinan (R. Putra & dkk, 2018).

Mekanika Nanda Puspitasari (2015) dalam jurnalnya yang berjudul *"Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Produk Carica Di Kabupaten Wonosobo Melalui Pendekatan OVOP"*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemerintah dalam pengembangan UMKM produk carica di Kabupaten Wonosobo dilakukan dengan: Meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak, meningkatkan inovasi produk carica, meningkatkan promosi produk carica, meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia, memberikan bantuan sarana prasarana, menguatkan

IAIN PURWOKERTO

kelembagaan, meningkatkan kualitas produk carica, membuat regulasi pemda atas keberpihakan kepada UMKM, meningkatkan sosialisasi dan pengawasan dari pemda kepada UMKM, dan memberikan sosialisasi tentang hak paten produk carica (Puspitasari, 2015).

Sofiy Hasbiyyah (2018) dalam skripsinya yang berjudul *"Strategi Pengembangan UMKM Pada Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Dan UKM Kabupaten Banyumas"*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat dikembangkan oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyumas dalam mengembangkan UMKM adalah mengembangkan produk UMKM, mengembangkan masyarakat Banyumas sebagai pasar potensial, mengembangkan pusat-pusat pelayanan perekonomian regional, mengembangkan iklim yang kondusif, mengembangkan masyarakat Banyumas sebagai pasar potensial, mengembangkan lapangan pekerjaan, mengembangkan produk-produk yang berkualitas, mengembangkan produk yang beredar dengan ketentuan memenuhi undang-undang dan mengembangkan kecenderungan masyarakat menengah ke atas yang cinta terhadap produk dalam negeri (Hasbiyyah, 2018).

IAIN PURWOKERTO

Tabel 1.2

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Tarangga na Gani Putra (2015)	*"Peran Pemerintah Daerah Dan Partisipasi Pelaku Usaha Dalam*	Membahas tentang peran Pemerintah Daerah dalam mengembang	Lokasi penelitian, objek dan waktu penelitian, teknik analisis data yang digunakan,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Daerah bertindak sebagai fasilitator yang dimanifestasikan

	Pengembangan UMKM Manik-Manik Kaca di Kabupaten Jombang"	kan UMKM	hasil penelitian	melalui kegiatan pelatihan, bantuan modal dan teknologi, Pemerintah Daerah juga bertindak sebagai katalis yang dimanifestasikan melalui kegiatan produk promosi, dan tekad manik-manik kaca sebagai produk unggulan Kabupaten Jombang. Sedangkan partisipasi pengusaha adalah partisipasi dalam pengambilan keputusan dengan memberikan ide dalam pertemuan kelompok antara pemerintah dan pengusaha, kemudian partisipasi dalam pelaksanaan dengan koordinasi kegiatan pelatihan, juga partisipasi dalam mengambil manfaat dalam bentuk peningkatan pergantian bisnis.

IAIN PURWOKERTO

Langgeng R. Putra, dkk (2018)	*Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Ekonomi Kreatif Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan)*	Membahas tentang pengembangan UMKM pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten	Lokasi penelitian, objek dan waktu penelitian, strategi pengembangan yang dilakukan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang tepat dalam pengembangan UMKM Kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan adalah Strategi SO *(Strength and Opportunity)*. Pada strategi SO *(Strengh and Opportunity)* berdasarkan perumusan matrik kualitatif analisis SWOT yang telah dilakukan, maka terdapat empat strategi progresif dalam pengembangan UMKM kerajinan kulit di Kabupaten Magetan, sebagai berikut: a. Pemanfaatan sumberdaya manusia kreatif yang memiliki bakat dalam kerajinan kulit secara turun-temurun pada pembinaan yang

IAIN PURWOKERTO

				dilakukan oleh pemerintah. b. Pemafaatan inovasi pengembangan produk yang dilakukan oleh para pengerajin dan dapat menurunkan atau mengajarkannya kepada generasi pengerajin selanjutnya c. Kemampuan komunikasi para pengerajin dalam usaha yang menjadi nilai lebih dalam pengembangan usaha d. Adanya peran *stakeholder* dalam perluasan pemasaran produk yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan kerajinan.
Mekanika Nanda Puspitasari (2015)	*Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Produk Carica*	Membahas tentang strategi Pemerintah Daerah untuk melakukan	Lokasi penelitian, objek dan waktu penelitian, serta bentuk strategi yang dilakukan	Strategi pemerintah dalam pengembangan UMKM produk Carica di Kabupaten Wonosobo dilakukan dengan:

IAIN PURWOKERTO

	Di Kabupaten Wonosobo Melalui Pendekatan OVOP	pengembangan terkait UMKM	oleh pemerintah	meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak, meningkatkan inovasi produk carica, meningkatkan promosi produk carica, meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia, memberikan bantuan sarana prasarana, menguatkan kelembagaan, meningkatkan kualitas produk carica, membuat regulasi pemda atas keberpihakan kepada UMKM, meningkatkan sosialisasi dan pengawasan dari pemda kepada UMKM, dan memberikan sosialisasi tentang hak paten produk carica.

IAIN PURWOKERTO

Sofiy Hasbiyyah (2018)	*Strategi Pengembangan UMKM Pada Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Dan UKM Kabupaten Banyumas*	Membahas strategi pengembangan yang berkaitan UMKM oleh dinas yang bersangkutan	Lokasi penelitian, subjek dan waktu penelitian, fokus penelitian, serta strategi yang dilakukan oleh dinas terkait	Alternatif strategi yang dapat dikembangkan oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyumas dalam mengembangkan UMKM adalah mengembangkan produk UMKM, mengembangkan masyarakat Banyumas sebagai pasar potensial, mengembangkan pusat-pusat pelayanan perekonomian regional, mengembangkan iklim yang kondusif, mengembangkan masyarakat Banyumas sebagai pasar potensial, mengembangkan lapangan pekerjaan, mengembangkan produk-produk yang berkualitas,

IAIN PURWOKERTO

				mengembangkan produk yang beredar dengan ketentuan memenuhi undang-undang dan mengembangkan kecenderungan masyarakat menengah ke atas yang cinta terhadap produk dalam negeri

IAIN PURWOKERTO

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui obeservasi, wawancara dan dokumentasi tentang strategi Pemerintah Daeran dalam pengembangan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dan diakui berkontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia diantaranya pemain utama kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, dan sumbangannya terhadap PDB Indonesia.
2. UMKM sampai dengan saat ini masih memiliki beberapa permasalahan diantaranya adalah terkait dengan manajemen, produksi dan pemasaran, keuangan, dan hukum. Dengan adanya beberapa permasalahan tersebut, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 bahwa Pemerintah berkewajiban dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
3. Pemerintah Daerah Kabupaten Banyumas membangun fasilitasi yakni didirikannya Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa sebagai bentuk perhatian untuk para pelaku UMKM Kabupaten Banyumas.
4. Pengembangan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa ini mulai dilakukan pada pertengahan tahun 2018 yakni setelah masa transisi kewenangan di mana kini dikelola oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas dan diresmikannya kembali gerai dengan pengelolaan yang lebih baik lagi. Adapun strategi Pemerintah Daerah dalam pengembangan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas dilakukan dengan empat cara yaitu pemasaran produk secara offline dan online, memperluas promosi pemasaran, membangun komunikasi internal yang lebih baik, dan

IAIN PURWOKERTO

meningkatkan pengawasan persediaan, kondisi, dan penjualan produk. Pengembangan tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan didirikannya Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa yakni sebagai tempat wahana membina, mengembangkan, menjual dan mempromosikan produk-produk unggulan UKM/IKM di Kabupaten Banyumas. Berdasarkan hasil penelitian tersebut telah diperoleh bahwa dalam strategi pengembangan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Partistha Harsa yang telah dilakukan berfokus pada empat variabel, yakni strategi pemasaran, promosi, komunikasi, dan pengawasan.

5. Sesuai dengan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut merupakan kegiatan dari manajemen pemasaran. Dalam hal ini manajemen pemasaran sangatlah penting untuk menunjang pencapaian tujuan dari sebuah rencana yang dibuat tentu harus terkonsep dan terkelola dengan baik. Kemudian menurut pandangan manajemen pemasaran dalam perspektif Islam terkait dengan beberapa strategi pengembangan yang telah dilakukan untuk Gerai Pusat Produk UKM/IKM Kabupaten Banyumas tidakmelanggar syariat islam karena mampu mendayagunakan manfaat dari fasilitasyang telah didirikan dan menjalankan variabel–variabel yang menjadi fokus pengembangan sudah sesuai dengan prinsip akad bermuamalah islami dan juga pembangunan fasilitas Pusat Produk UKM/IKM Partistha Harsa Kabupaten Banyumas yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyumas sesuai dengan syariat Islam, karena tujuan pembangunan fasilitas tersebut untuk kemaslahatan bersama, tidak hanya untuk kepentingan pribadi.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, maka penulis menyumbangkan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan proses pengembangan lebih lanjut. Adapun saran-saran yang dimaksud diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Banyumas dapat mempertimbangkan perizinan lahan parkir untuk bus pariwisata melalui Dinas Perhubungan

IAIN PURWOKERTO

agar pengunjung tidak hanya masyarakat Banyumas saja, namun wisatawan dapat berkunjung ke Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa.

2. Bagi Dinas Perindustrian dan Perdagangan sebagai pengelola dapat bekerjasama dengan Dinas lainnya untuk pembelian kebutuhan kantor diarahkan ke gerai.
3. Bagi para pelaku UMKM Kabupaten Banyumas agar dapat mengikuti dengan maksimal pelatihan-pelatihan kewirauhsaan yang diadakan oleh Pemerintah Daerah atau dinas, agar supaya usaha yang dijalankan dapat terkelola dengan baik dan bisa bersaing dengan luar daerah Banyumas.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M., 2011. *Wirausaha Berbasis Syariah.* Banjarmasin: Antasari Press.

Alam, S., 2007. *Ekonomi Untuk SMA dan MA.* Jakarta: Erlangga.

Anggito, A. & Setiawan, J., 2018. *Metode Penelitian Kualitatif.* Sukabumi: CV Jejak.

Ardial, 2018. *Fungsi Komunikasi Organisasi : Studi Kasus Tentang Fungsi Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai.* Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.

Arikunto, S., 2000. *Manajemen Penelitian Edisi Baru.* Yogyakarta: Rineka Cipta.

Assauri, S., 2013. *Strategic Management : Sustainable Competitive.* Jakarta: Rajawali Pers.

BPS, 2020. *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2019,* Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Bryson, M. J., 1999. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial (Terjemahan Miftahudin).* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Budiarto, R. & dkk, 2015. *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis.* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Burhan, B., 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik.* Jakarta: Kencana.

Elistia, 2018. *Modul Manajemen Koperasi dan UKM (Definisi Kriteria, Konsep UMKM, Permasalahan UMKM).* Jakarta: Universitas Esa Unggul.

Ermalia, T. L. & Ma'ruf, M. F., 2016. Peran Dewan Kerajinan Nasional Daerah (DEKRANASDA) Kabupaten Jombang dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Kajian Otonomi Daerah, Vol. 01 Nomor 01,* pp. 3-4.

Fajar, M., 2016. *UMKM di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fitrah, M. & Luthfiyah, 2017. *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus).* Sukabumi: CV. Jejak.

IAIN PURWOKERTO

Handayani, T. & Anwar Fathoni, M., 2019. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam.* Yogyakarta: Deepublish.

Hasan, A., 2009. *Manajemen Bisnis Syariah.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hasbiyyah, S., 2018. Strategi Pengembangan Umkm Pada Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Dan UKM Kabupaten Banyumas. *Skripsi,* pp. 73-39.

Hati, S. W. & Irawati, R., 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Batam. *Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung,* p. 546.

IndoPremier, 2019. *Berkontribusi Besar Terhadap PDB, UMKM Banyak Temui Kendala.* [Online]
Available at:
https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Berkontribusi_Besar_Terhadap_PDB__UMKM_Banyak_Temui_Kendala&news_id=108857&group_news=IPOTNEWS&news_date=&taging_subtype=ECONOMICS&name=&search=y_general&q=UMKM,%20Koperasi,&halaman=1

Indrawijaya, A., 1989. *Perubahan dan Pengembangan Organisasi.* Bandung: Sinar Baru.

Jerry, R. W. & dkk, 2019. *Konsep Kewirausahaan dan UMKM.* Sulawesi Utara: Yayasan Makaria Waya.

Komaruddin, 1990. *Manajemen Berdasarkan Sasaran.* Jakarta: Bumi Aksara.

Mardani, 2014. *Hukum Bisnis Syariah.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Moleong, L. J., 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Norvadewi, 2015. Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). *Al-Tijary, Vol. 01, No. 01,* p. 36.

Nurwidi, 2020. *Penitipan produk IKM di Pratistha Harsa* [Wawancara] (Januari 2020).

Pemerintah Kabupaten Banyumas, 2014. [Online]
Available at: https://www.banyumaskab.go.id/read/15814/gubenur-jateng-resmikan-plut-di-banyumas#.XrrWJagzbIW

IAIN PURWOKERTO

Perbup Banyumas, 2017. *Peraturan Bupati Banyumas Nomor 87 Tahun 2017.* Banyumas, Pemerintah Kabupaten Banyumas.

Pertiwi, Y. P., 2020. *Strategi Pengembangan Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa* [Wawancara] (12 May 2020).

Pertiwi, Y. P., 2020. *wawancara dengan PHL pengelola gerai pusat produk UKM/IKM Pratistha Harsa* [Wawancara] (20 August 2020).

Purba, G. M., 2018. Peran Pemerintah Daerah Dalam Memberdayakan UMKM di Kota Semarang (Studi Kasus Kampung Batik Kota Semarang). *Journal of Politic and Government Studies, Vol. 7, No. 04.*

Purhantara, W., 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Puspitasari, M. N., 2015. *Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Produk Carica di Kabupaten Wonosobo Melalui Pendekatan OVOP,* p. 12.

Putra, T. G., 2015. Peran Pemerintah Daerah Dan Partisipasi Pelaku Usaha Dalam Pengembangan. *Kebijakan dan Manajemen Publik Volume 3, Nomor 1,* p. 4.

R. Putra, L. & dkk, 2018. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Ekonomi Kreatif Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan). p. 971.

Rangkuti, F., 2016. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: PT. Gramedia.

Rangkuti, F., 2016. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rio F, W. & Susilawati, 2016. *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM.* Bandung: PT Refika Aditama.

Rodin, D., 2015. *Tafsir Ayat Ekonomi.* Semarang: CV. Karya Abadi Jaya.

SatelitPost, 2019. *UMKM Banyumas Bidik Pasar Internasional.* [Online] Available at: https://satelitpost.com/regional/purwokerto/umkm-banyumas-bidik-pasar-internasional

Setijarsih, J., 2020. *Pengelolaan Pusat Produk UKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas* [Wawancara] (8 Mei 2020).

Setijarsih, J., 2020. *Strategi Pengembangan Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas* [Wawancara] (16 Juni 2020).

Setiyaningrum, A., Udaya, J. & Efendi, 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Yogyakarta: ANDI.

Subandi, 2014. *Sistem Ekonomi Indonesia.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Syafiie, I. K., 2010. *Pengantar Ilmu Pemerintahan.* Jakarta: Refika Aditama.

Tambunan, T., 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting.* Jakarta: LP3ES.

Tjiptono, F., 1997. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: ANDI Offset.

Usman, A. H., 2005. *Manajemen Strategis Syariah Teori, Konsep & Aplikasi.* Jakarta: Zikrul.

Winardi, J., 2005. *Manajemen Perubahan (The Management of Change).* Jakarta: Kencana.

Winardi, J., 2015. *Manajemen Perubahan (The Management Of Change) Edisi Pertama.* Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Yun, I. & dkk, 2017. *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif.* Tangerang: Universitas Terbuka.

Yunus, E., 2016. *Manajemen Strategis.* Yogyakarta: Penerbit ANDI.

IAIN PURWOKERTO