

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KERAJINAN TAS  
ANYAMAN UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN  
MASYARAKAT NGADISANAN, SAMBIT, PONOROGO**

**SKRIPSI**



Oleh:

Nur Indah Imansari

NIM 401190142

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2023**

## ABSTRAK

Indah Imansari, Nur. Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo. Skripsi. 2023. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Dosen pembimbing: Muchtim Humaidi, M.IRKH.

**Kata Kunci : Perekonomian, Pengembangan, UMKM Kerajinan Tas Anyaman**

Strategi pengembangan usaha adalah untuk meningkatkan kegiatan usaha. Para pelaku UMKM sudah melakukan strategi pengembangan cukup dengan baik dalam mengelola kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan namun hal ini belum mampu untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Hal ini menarik buat peneliti untuk mengkaji lebih lanjut terkait bagaimana strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman tersebut.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM, faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan UMKM, dan dampak strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara terhadap para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman, Ngadisanan, Sambit, Ponorogo. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan deskriptif analitik.

Strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman para pelaku UMKM sudah melakukan strategi pengembangan cukup baik. Strategi produk yang digunakan sudah berkualitas untuk segi bahannya. Strategi penjualan dengan media sosial *online* dan *offline*. Strategi pasar yang dilakukan sudah menyeluruh di kalangan masyarakat Indonesia. Strategi distribusi menggunakan jasa pengiriman JNE, J&T dan COD. Modal yang cukup, tenaga kerja yang terampil dan terdidik, pendidikan yang cukup, pengalaman yang cukup, usia yang produktif semua itu sudah mampu dijadikan faktor pendukung oleh para pelaku UMKM tas anyaman dan untuk faktor penghambat yang mempengaruhi UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan salah satunya adalah persaingan harga antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota sehingga menyebabkan turunya pendapatan. Dampak strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman tersebut memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi pelaku UMKM dan masyarakat Desa Ngadisanan. Pendapatan yang dihasilkan juga mampu untuk menyekolahkan anaknya dan juga mampu untuk memenuhi kebutuhan serta menambah penghasilan dalam keluarganya. Dampak negatif ini memberikan dampak berupa turunya pendapatan atau upah kerja mereka, hal ini disebabkan karena adanya persaingan antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Nur Indah Imansari	401190142	Ekonomi Syariah	Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.


Ponorogo, 14 April 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

  
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I  
 NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

  
Muehtim Humaidi, M.IRKH.  
 NIDN. 2027068103

**IAIN  
PONOROGO**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman Untuk  
 Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisanan, Sambit,  
 Ponorogo

Nama : Nur Indah Imansari

NIM : 401190142

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

**Dewan penguji :**

Ketua Sidang :  
 Muhtadin Amri, M.S.Ak.  
 NIP. 198907102018011001

(  )

Penguji I :  
 Mansur Azis, M.S.I.  
 NIDN. 2024068601

(  )

Penguji II :  
 Muchtim Humaidi, M.IRKH.  
 NIDN. 2027068103

(  )

Ponorogo, 17 April 2023

Mengesahkan,  
 Dekan FEBI IAIN Ponorogo

  
 Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.  
 NIP. 197207142000031005

**IAIN**  
**PONOROGO**

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Indah Imansari

NIM : 401190142

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

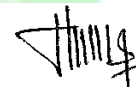
Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman  
Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat  
Ngadisanan, Sambit, Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 5 Mei 2023



Nur Indah Imansari



IAIN  
PONOROGO

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nur Indah Imansari

NIM : 401190142

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KERAJINAN TAS ANYAMAN  
UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT  
NGADISANAN, SAMBIT, PONOROGO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 14 April 2023

Pembuat Pernyataan,



Nur Indah Imansari

NIM 401190142

**lain**  
P O N O R O G O

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIHAN TULISAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	7
F. Metode Penelitian.....	19
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	19
2. Lokasi Penelitian.....	21
3. Data dan Sumber Data .....	21
4. Teknik Pengumpulan Data.....	22
5. Teknik Pengolahan Data .....	23
6. Teknik Analisis Data.....	23
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	24
G. Sistem Pembahasan.....	25
<b>BAB II. STRATEGI, FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT, DAN DAMPAK STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM.....</b>	<b>27</b>
A. Strategi Pengembangan UMKM.....	27
B. Faktor - Faktor Pendukung dan Penghambat UMKM.....	42
C. Dampak Strategi Pengembangan UMKM .....	49
<b>BAB III. STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT, FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT UMKM, DAN DAMPAK STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KERAJINAN TAS ANYAMAN.....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum UMKM Kerajinan Tas Anyaman.....	51
B. Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat.....	59

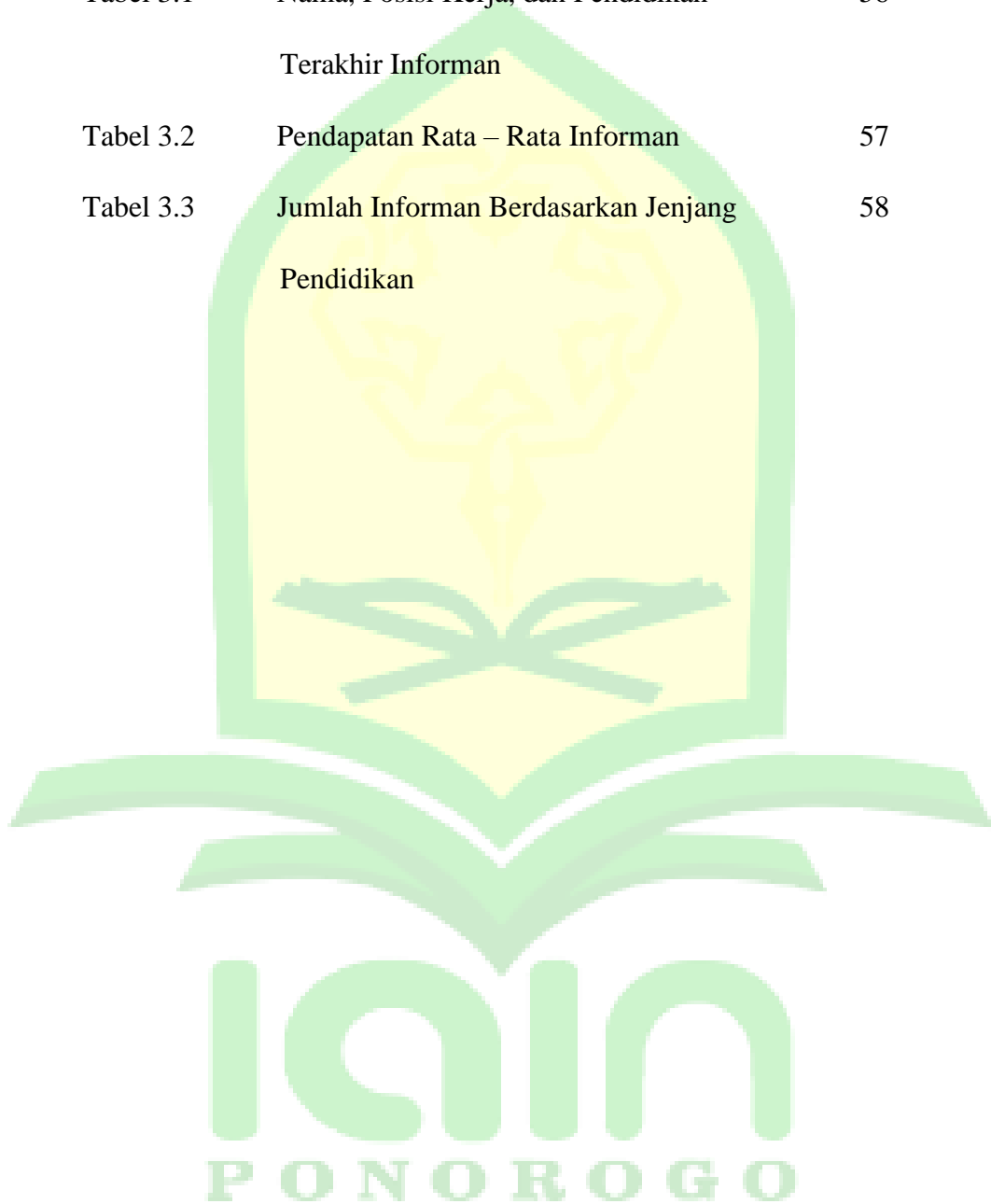


C. Faktor – Faktor Pendukung dan Penghambat UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat .....	64
D. Dampak Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat .....	72
<b>BAB IV. ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT, FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT UMKM, DAN DAMPAK STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KERAJINAN TAS ANYAMAN.....</b>	<b>75</b>
A. Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat .....	75
B. Analisis Faktor – Faktor Pendukung dan Penghambat UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat.....	84
C. Analisis Dampak Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat .....	96
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>101</b>
A. Kesimpulan .....	101
1. Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat .....	101
2. Faktor – Faktor Pendukung dan Penghambat UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat.....	101
3. Dampak Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat .....	101
B. Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>



**DAFTAR TABEL**

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Nama, Posisi Kerja, dan Pendidikan Terakhir Informan	56
Tabel 3.2	Pendapatan Rata – Rata Informan	57
Tabel 3.3	Jumlah Informan Berdasarkan Jenjang Pendidikan	58



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar di berbagai sektor termasuk industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami kemacetan bahkan hingga terhenti aktifitasnya pada tahun 1998. Tetapi, Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM) dapat bertahan serta menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan dampak krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Eksistensi usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada waktu ini tak dapat dihilangkan ataupun dihindarkan dari rakyat. UMKM mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi bangsa. Pada pertumbuhan ekonomi serta penyerapan tenaga kerja, usaha semacam ini juga berperan dalam mendistribusikan hasil dari pembangunan. Jaringan UMKM sangat luas, beredar ke berbagai pelosok negeri serta menghidupkan potensi masyarakat.<sup>1</sup> Kegiatan usaha Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM) artinya salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten pada perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM artinya usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan eksklusif seperti taraf pendidikan, keahlian (keterampilan)

---

<sup>1</sup> Ajeng Pipit Fitriani, Aldzu Pazeroma, dan Dwi Rahayu, "Strategi Pemasaran Dan Literasi Syariah Dalam Mendukung Pemberdayaan UMKM Masyarakat," *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 1, no. 2 (Juli 2022): 103.

pekerja, dan penggunaan modal usaha cukup sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana.<sup>2</sup>

Keberadaan UMKM mempunyai akibat yang cukup luas bila potensinya mampu dioptimalkan. Selain mampu menyerap tenaga kerja lebih banyak, UMKM juga mampu menjadi salah satu alat buat mengentaskan kemiskinan. sebagai usaha mandiri, UMKM bisa menjalankan kegiatan usahanya baik ketika mengalami keuntungan maupun kerugian. Sektor UMKM pada perekonomian mempunyai efek yang sangat besar. Pengaruh tersebut bisa dicermati dari karakteristik berasal sektor UMKM itu sendiri, sebagai berikut: modal tidak perlu besar, bisa dilakukan di mana saja, pasar yang diambil dimulai dari wilayah sekitar, sistem manajemen yang sederhana, sistem produksi yang sederhana, pemanfaatan teknologi sederhana serta bisa menyerap energi kerja dalam jumlah besar . Kelebihan tersebut harusnya bisa untuk dimanfaatkan oleh pemerintah dalam mengembangkan warga melalui UMKM.<sup>3</sup>

UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara usaha mikro (UM), usaha kecil (UK), usaha menengah (UM), serta usaha besar (UB) umumnya berdasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan),

---

<sup>2</sup> Amin Dwi Ananda dan Dwi Susilowati, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang," *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol. X, no. X (2018): 120.

<sup>3</sup> Yusuf Hariyoko, "Pengembangan UMKM di Kabupaten Tuban," *Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya*, 2018, 1012.

omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja permanen. Menurut Rudjito, UMKM ialah usaha yang membantu perekonomian Indonesia, sebab melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru serta meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha.<sup>4</sup>

Salah satu UMKM di Ngadisana, Sambit, Ponorogo yaitu kerajinan tas anyaman yang merupakan salah satu UMKM yang ada di Ngadisana, Sambit, Ponorogo. Dimana kerajinan tas anyaman ini sangat diminati oleh masyarakat Ngadisana terutama ibu – ibu rumah tangga untuk mengisi waktu luang dan guna menambah penghasilan. Walaupun tas anyaman ini sudah terkenal dan ramai yang membuat tas anyaman tersebut, penghasilan yang didapatkan belum memuaskan artinya keuntungan yang didapat masih sedikit. Padahal di sini tas anyaman tersebut sudah ada dukungan dari Desa dan sudah dipasarkan melalui media sosial akan tetapi belum mampu meningkatkan penghasilan yang didapat.

Sebagian pengerajin tidak memasarkan produknya sendiri karena tidak mempunyai media sosial hanya sebagian yang mempunyai media sosial. Ibu – ibu yang ikut bekerja membuat tas anyaman tersebut hanya sampai setengah jadi dan ada juga ibu - ibu yang membuat tas anyaman sendiri harus membeli bahan sendiri ke pengepul dan nantinya akan dijual ke pengepul lagi, maka dari itu untuk meningkatkan penghasilan yang lebih masih sulit dan ada juga persaingan dari luar kota sehingga menyebabkan

---

<sup>4</sup> Silviana Batubara, Fithra Maharani, Dan Makhrani, “Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 2, no. 1 (Januari 2022): 1025–26.

adanya penurunan pendapatan karena pesanan dari pelanggan semakin berkurang serta harga yang awalnya tinggi menjadi turun. Menurut hasil observasi di lapangan bahwa kerajinan tas anyaman ini banyak peminat terutama para ibu – ibu akan tetapi tidak semua ibu-ibu mempunyai usaha kerajinan sendiri, mereka ikut bekerja ke pengepul. Sistem pemasarannya belum optimal dan terbatas , sebagian para pengerajin hanya bisa menjual ke pengepul sehingga hal ini menyebabkan penghasilan yang didapat masih belum memuaskan dan adanya persaingan dari luar kota sehingga menyebabkan turunya pendapatan serta pihak desa juga sudah membantu memasarkan kerajinan tas anyaman tersebut tetapi belum mampu meningkatkan perekonomian para pelaku UMKM. <sup>5</sup>

Strategi adalah visi umum yang menyatukan organisasi, menyediakan acuan konsistensi dalam pembuatan keputusan dan akan tetap menjaga agar perusahaan bergerak pada arah yang benar. Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi disini sangat diperlukan supaya setiap kegiatan bisa terorganisir dan bisa memudahkan pelaksanaan misi untuk mencapai tujuan. Adapun manfaat dari strategi yaitu :

1. Manfaat finansial, bisnis yang menggunakan konsep manajemen strategi lebih menunjukkan perbaikan yang signifikan dalam penjualan,

---

<sup>5</sup> Murtini, *Wawancara*, 16 Juli 2022.

profitabilitas, dan produktivitas dibandingkan dengan perusahaan tanpa kegiatan perencanaan yang sistematis. Perusahaan dengan sistem perencanaan menunjukkan kinerja keuangan jangka panjang yang lebih baik dibandingkan industrinya.

2. Manfaat nonfinansial, menaikkan kesadaran atas ancaman eksternal, pemahaman yang lebih baik atas strategi pesaing, meningkatnya produktivitas karyawan, mengurangi keengganan buat berubah, serta pengertian yang lebih baik atas korelasi antara kinerja dan penghargaan artinya manfaat lain dari strategi..<sup>6</sup>

Dengan permasalahan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo”**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo ?
2. Apa faktor - faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat ?
3. Bagaimana dampak strategi pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat ?

---

<sup>6</sup> Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 9.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat.
3. Untuk mengetahui dampak strategi pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini bertujuan untuk memperluas pengetahuan pembaca dan membimbing arah serta langkah-langkah penelitian. Hal tersebut akan menjadi pertimbangan Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi mahasiswa

Survei ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa tentang Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas



Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo.

b. Bagi perusahaan

Kajian ini, oleh mahasiswa FEBI Iain Ponorogo, memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada perusahaan tentang bagaimana Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo.

c. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat membantu kita memahami dampak Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo.

#### **E. Studi Penelitian Terdahulu**

Dalam rangka memberikan fokus penelitian, terdapat studi penelitian terdahulu yang dilakukan penelitian dan berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan ini yang mengangkat tentang pengembangan UMKM dalam meningkatkan perekonomian masyarakat :

*Pertama*, penelitian oleh Anton Parlindungan Sinaga, Syafri, Siti Hajar, Kholilul Kholik, Nur Ambia Arma, Dumora Jenny M. Siagian, Silvia Darina, dan Afri Winata Lubis, tahun 2022, dengan judul “Optimalisasi Pengelolaan, Pemanfaatan Dan Pengawasan Dana Desa Dalam

Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Provinsi Sumatera Utara”, kesimpulan dari penelitian ini adalah pengelolaan dan pemanfaatan dana desa yang dilakukan oleh desa yang ada di Provinsi. Sistem penatausahaan, pertanggungjawaban serta laporan dilakukan melalui aplikasi sistem keuangan desa yang terintegrasi terpusat sehingga tidak akan terjadinya penyelewengan. Kabupaten Karo yang belum memanfaatkan pada BUMDes, namun masih pada pembangunan infrastruktur. Dana desa ini juga membutuhkan dedikasi dari pemerintah desa tetapi karena keterbatasan kemampuan sumber daya manusia sebagai pengelola dana desa dan kepala desa.<sup>7</sup>

*Kedua*, penelitian oleh Intan Qori Lutfiyani, Andre Yas ip Hastadi, Fetri Wahyuningsih, Ane Tika Wahyuni, Ghizela Fineartha Fauzi, Ani Nurfaizah, Mustofa, Titi Rohimah, dan Rahmat Yanuar, tahun 2022, dengan judul “Pengembangan UMKM melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap”, kesimpulan dari penelitian ini adalah Pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia, termasuk UMKM. Dampak tersebut tidak terbatas pada aspek produksi tetapi juga aspek pemasaran. Telah dilakukan kegiatan identifikasi peluang dan kendala UMKM dengan menggunakan kerangka analisis SWOT. Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal tersebut, telah disusun strategi dari masing-masing

---

<sup>7</sup>Anton Parlindungan Sinaga dkk., “Optimalisasi Pengelolaan, Pemanfaatan Dan Pengawasan Dana Desa Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Provinsi Sumatera Utara,” *INOVASI: Jurnal Politik dan Kebijakan* Vol. 19, no. 1 (Mei 2022): 43.

UMKM dan diwujudkan bentuk aksi dengan membuat program pelatihan dan pendampingan UMKM khususnya pada aspek branding, promosi dan literasi keuangan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan branding bagi UMKM dilaksanakan dengan menggunakan media zoom dan juga kunjungan langsung ke lokasi UMKM mitra. Saat pelatihan, pihak UMKM dikenalkan pentingnya branding dan teknik digital marketing yang efektif sebagai solusi di masa pandemi ini. Pelatihan dan pendampingan dalam pencatatan keuangan secara digital UMKM terbukti bermanfaat dan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra. Namun UMKM mitra belum sepenuhnya mengadopsi pencatatan keuangan secara digital ini, dikarenakan masih ada kendala SDM yang belum terbiasa dengan perangkat digital berbasis internet.<sup>8</sup>

*Ketiga*, penelitian oleh Rannu Dyah Rahmadani dan Wasmodo Tjipto Subroto, tahun 2022, dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan UMKMKabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19”, kesimpulan dari penelitian ini adalah ada beberapa faktor yang menyebabkan menurunnya keberadaan UMKM di Kabupaten Sidoarjo antara lain keterbatasan modal, bahan baku yang mahal dan langka serta peralatan produksi yang sederhana dan terbatas, permasalahan pembukuan, terbatasnya pemasaran, permasalahan dalam menentukan lokasi dan tata letak usaha, lemahnya keterampilan manajerial, lemahnya pengelolaan sumber daya,

---

<sup>8</sup> Qori Lutfiyani dkk., “Pengembangan UMKM melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap,” 83.

sumber daya manusia, iklim usaha yang tidak menguntungkan, masalah rantai pasok dan inventaris, tidak tersedianya pelatihan dan bimbingan oleh pemerintah, masalah pendistribusian produk dari produsen kepada konsumen, proses perizinan usaha yang rumit dan tidak adanya transportasi produksi.<sup>9</sup>

*Keempat*, penelitian oleh Silviana Batubara, Fithra Maharani, Makhrani, tahun 2022, dengan judul “Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital”, kesimpulan dari penelitian ini adalah pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia, termasuk UMKM. Dampak tersebut tidak terbatas aspek produksi tetapi juga aspek pemasaran. Pada saat yang bersamaan, banyak UMKM yang belum memahami teknik digital marketing yang efektif sebagai solusi di masa pandemi ini. Kegiatan pelatihan secara virtual dimaksudkan untuk membantu mitra dalam memanfaatkan teknik digital marketing seperti meningkatkan pemasaran melalui media sosial, online advertising, dan branding. Berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan bahwa optimalisasi penggunaan dan pemanfaatan media digital telah mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dan memberikan dampak pada peningkatan pemasaran Pelatihan

---

<sup>9</sup> Rannu Dyah Rahmadani dan Waspodo Tjipto Subroto, “Analisis Strategi Pengembangan UMKMKabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)* Vol. 10, no. 2 (2022): 178.

pemanfaatan media digital dalam pengembangan UMKM terbukti bermanfaat dan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra.<sup>10</sup>

*Kelima*, penelitian oleh Sri Sundari dan Indriana Sulistyowarni, tahun 2022, dengan judul “Strategi Pengembangan UMKM Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19”, kesimpulan dari penelitian ini adalah pada masa pandemi Covid-19 terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi secara nasional dibandingkan pertumbuhan ekonomi tahun 2018 berkisar 5 persen. Dampak adanya pandemi Covid-19 dirasakan oleh berbagai sektor termasuk sektor ekonomi. Dari sektor ekonomi, salah satu yang mengalami imbas besar adalah UMKM. Tiga dampak besar adanya pandemi Corona bagi sektor ekonomi yaitu membuat konsumsi rumah tangga atau daya beli turun sangat dalam, adanya ketidakpastian yang terjadi saat ini berdampak pada investasi yang melemah, adanya pelemahan ekonomi secara global (terjadi di seluruh dunia) sehingga mengakibatkan ekspor Indonesia ke beberapa negara tujuan terhenti.<sup>11</sup>

*Keenam*, penelitian oleh Armiani, tahun 2021, dengan judul “Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja UMKM Di Nusa Tenggara Barat” kesimpulan dari penelitian ini adalah Strategi bisnis yang diadopsi oleh para pelaku UMKM produk pangan bersertifikat dan berlabel halal yaitu strategi cost leadership karena ditinjau dari perspektif, proses produksi masih menggunakan alat

---

<sup>10</sup> Batubara, Maharani, dan Makhrani, “Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital,” 1031.

<sup>11</sup> Sri Sundari dan Indriana Sulistyowarni, “Strategi Pengembangan UMKM Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)* Vol. 7, no. 1 (Juli 2022): 65.

tradisional, kurangnya pengembangan produk baru, kurangnya Kerjasama dengan reseller, kurangnya kerjasama dengan distributor dan dominan produknya masih produk domestik. Para pelaku UMKM menggunakan platform E-commerce (Bukalapak, Lazada, dan Shopee) dan social media (Facebook, Instagram, WhatsApp). E-commerce dan social media dua variabel yang berkolaborasi menjadi perantara agar mampu berkompatitif di pasar global, karena para pelaku UMKM dapat melakukan pemasaran secara online, dengan e-commerce, dan social media, hal tersebut membuktikan bahwa e-commerce dan social media mampu memediasi strategi bisnis terhadap kinerja UMKM.<sup>12</sup>

*Ketujuh*, penelitian oleh Encep Saefullah, Arta Rusidarma Putra, dan Tabroni, tahun 2021, dengan judul “Inovasi Dan Pengembangan Umkm Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi”, kesimpulan dari penelitian ini adalah UMKM emping melinjo di Desa Kemuning merupakan usaha yang bisa diandalkan terutama saat pandemi Covid-19 karena ketersediaan tangkil sebagai bahan dasar emping yang ada di Desa Kemuning cukup banyak sehingga mampu menopang perekonomian masyarakat Desa Kemuning secara khusus serta memiliki peranan yang sangat vital dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi secara umum. Pendekatan partisipatif, reflektif dan inovatif yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat

---

<sup>12</sup> Armiani, “Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja UMKM Di Nusa Tenggara Barat,” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol. 5, no. 3 (2021): 115–116.

ini merupakan pendekatan yang positif untuk menumbuhkan motivasi, pemahaman dan keterampilan masyarakat khususnya para pelaku UMKM emping melinjo di Desa Kemuning agar bisa bertahan dan mampu bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lain.<sup>13</sup>

*Kedelapan*, penelitian oleh Ulfi Jefria dan Ibrohim, tahun 2021, dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten”, kesimpulan dari penelitian ini adalah UMKM kreatif belum mampu memberikan predikat khusus bagi Kecamatan Pulo Ampel, karena mereka memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM kreatif Kecamatan Puloampel antara lain permasalahan permodalan yang terbatas, bahan baku dan penggunaan peralatan produksi yang sederhana, media pemasaran terbatas karena belum adanya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup banyak, tenaga kerja yang kurang terampil, dan masalah pendaftaran hak cipta mereka. Solusi dari pihak pemerintah untuk kemajuan UMKM kreatif di Kecamatan Pulo Ampel yaitu dengan dilakukan antisipasi ke depan yang sifatnya kontinyu. Adapun solusi dari pihak akademisi pengamat UMKM antara lain perlu dilakukan pemetaan industri kreatif yang ada di Kecamatan Pulo Ampel. Pemetaan disini bisa berupa pembagian cluster seperti: UMKM industri kreatif dan

---

<sup>13</sup> Encep Saefullah, Arta Rusidarma Putra, dan Tabroni, “Inovasi Dan Pengembangan UMKM Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi,” *Reswara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 2, no. 2 (2021): 298.



produktif dan sebagainya, memilih produk apa yang menjadi ciri khas Kecamatan Pulo Ampel, serta layak untuk dikembangkan, bagaimana cara mengenalkan produk kreatif tersebut ke luar daerah, setelah sudah terkenal baru dilakukan pembentukan sentra industri kreatif, memberdayakan sumber daya manusia agar kualitas produk tetap terjaga, memperkenalkan dilevel nasional.<sup>14</sup>

*Kesembilan*, penelitian oleh Rianthi Idayua , Mohamad Husnib , Suhandic, tahun 2021, dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten”, kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat permasalahan yang dihadapi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang antara lain aspek Permodalan, Produksi, Teknologi, Pemasaran, SDM, Birokrasi, Sarana dan Prasarana, serta Sosial dan Ekonomi. Selain itu strategi yang tepat dilakukan dalam upaya pengembangan UMKM di Desa Nembol adalah Strategi SO (Growth). Strategi SO (Growth) merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Terdapat beberapa saran dan rekomendasi dalam upaya pengembangan UMKM di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Pandeglang antara lain pertama, UMKM perlu lebih

---

<sup>14</sup> Ulfi Jefria dan Ibrohim, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten,” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* Vol. 7, no. 1 (Juli 2021): 98.

memanfaatkan akses modal melalui perbankan atau instansi lain yang menawarkan program bunga lunak demi pengembangan usaha dalam bentuk pengembangan produk, pembaruan peralatan produksi, perluasan pasar, serta peningkatan kemampuan tenaga kerja melalui pelatihan. Kedua, UMKM dapat menggunakan Strategi SO (Growth) Strategi, dalam mengembangkan usahanya, yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Ketiga, pemerintah daerah Desa Nembol perlu lebih mengsosialisasikan program pengembangan UMKM dan pembaruan regulasi yang mengatur kegiatan UMKM. Keempat, pemerintah daerah Desa Nembol perlu terus memfasilitasi sarana dan prasarana yang diperlukan dalam pengembangan UMKM dengan tetap menjaga stabilitas perekonomian. Kelima, perlu dilakukan penelitian yang lebih luas yaitu pada UMKM keseluruhan sektor, tidak hanya sektor pengembangan saja.<sup>15</sup>

*Kesepuluh*, penelitian oleh Amin Dwi Ananda dan Dwi Susilowati., tahun 2021, dengan judul “Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang”, kesimpulan dari penelitian ini adalah Kota Malang sudah memiliki banyak potensi di 15 sektor industri kreatif , dari semua sektor tersebut tiap sektor memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berbeda. Selain itu, banyak permasalahan di tiap sektor seperti permasalahan Sumber Daya

---

<sup>15</sup> Riyanthi Idayu, Mohamad Husni, dan Suhandi, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten,” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* Vol.7, no. 1 (Juni 2021): 84.

Manusia (SDM) seperti pada sektor kuliner, kerajinan, fashion, dan permainan interaktif. Pada faktor Kelembagaan, seperti pada sektor kuliner, musik, pada faktor Infrastruktur dan teknologi seperti pada sektor kerajinan, permainan interaktif. Dan faktor pemasaran seperti sektor kuliner, kerajinan, fashion, musik maka perlu adanya sinergi untuk bekerjasama antara semua sektor industri kreatif baik dengan pemerintah maupun dengan swasta.<sup>16</sup>

*Kesebelas*, penelitian oleh Alisa Sri Nurkomala Wulan Sari dan Rafika Rahmawati, tahun 2020, dengan judul “Optimalisasi digital marketing untuk pengembangan UMKM dan sosialisasi pencegahan Covid-19 pada masyarakat Tarumajaya”, kesimpulan dari penelitian ini adalah Masih banyak pelaku UMKM di RT/RW 003/001 Desa Pantai Makmur, Kecamatan Tarumajaya yang belum memahami Digital Marketing, Manfaat, hingga penggunaanya dan masih banyak masyarakat dilingungan tersebut yang kurang peka mengenai pentingnya menerapkan protokol kesehatan. Setelah kegiatan ini, pelaku UMKM lebih sadar pentingnya pemasaran melalui Digital Marketing di Era Pandemi COVID – 19 dan lebih sadar bahwa penggunaan masker sebagai salah satu protokol kesehatan penting diterapkan untuk memutus rantai penularan COVID – 19.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Dwi Ananda dan Susilowati, “Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang,” 141.

<sup>17</sup> Alisa Sri Nurkomala Wulan Sari dan Rafika Rahmawati, “Optimalisasi digital marketing untuk pengembangan UMKM dan sosialisasi pencegahan Covid-19 pada masyarakat Tarumajaya,” *MADDANA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 1, no. 1 (Agustus 2020): 35.

*Kedua belas*, penelitian oleh Christina Irwati Tanan dan Dian Dhamayanti, tahun 2020, dengan judul “Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura”, kesimpulan dari penelitian ini adalah kegiatan ini dapat disimpulkan berhasil, mulai dari semua tahap pelaksanaan kegiatan yang diikuti pelaku usaha dengan adanya antusiasme dan respon positif pelaku usaha dalam mengikuti kegiatan pendampingan. Adanya kesesuaian materi dengan masalah yang dihadapi untuk meningkatkan pemahaman kewirausahaan dan pengelolaan keuangan usaha mikro, peserta pelaku usaha sudah dapat berinovasi atas produk yang dihasilkan dan memanfaatkan potensi peluang usaha seperti pemanfaatan bahan baku, sebagian pelaku usaha dapat melakukan penjualan online, dapat membuat laporan keuangan sederhana yaitu laporan laba rugi dan aliran kas masuk dan keluar, serta dapat memahami dan merasakan manfaat kegiatan pendampingan. Pada akhirnya, dampak dari kegiatan pendampingan ini secara praktis dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro di Distrik Abepura.<sup>18</sup>

*Ketiga belas*, penelitian oleh Pitri Fauziah, tahun 2020, dengan judul “Strategi Pengembangan UMKM Menggunakan Business Model Canvas” kesimpulan dari penelitian ini adalah usaha penggilingan bakso berada pada kuadran I yang berada pada pengembangan (Growth) yang dapat

---

<sup>18</sup> Christina Irwati Tanan dan Dian Dhamayanti, “Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura,” *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engageme* Vol. 1, no. 2 (2020): 183.

mengembangkan usaha penggilingan bakso serta memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang sebesar-besarnya. Pada Desain Business Model Canvas terdapat satu strategi baru sebagai perbaikan bisnis usaha penggilingan bakso.<sup>19</sup>

*Keempat belas*, penelitian oleh Yenni Vera Fibriyanti, Noer Rafikah Zulyanti, dan Alfiani, tahun 2020, dengan judul “Pengembangan UMKM Kerajinan Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Sumberjo Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan”, kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa masyarakat (Warga pengrajin kerajinan anyaman) di Desa Sumberjo, Kecamatan Sarirejo, Kabupaten Lamongan sangat tertarik dan termotivasi mengembangkan UMKM kerajinan anyaman untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan dengan cara mengikuti sosialisasi dan pelatihan serta pendampingan peningkatan keterampilan pembuatan kerajinan anyaman, peningkatan daya saing produk dan pembuatan laporan keuangan.<sup>20</sup>

*Kelima belas*, penelitian oleh Fajrin Purnomo. Tahun 2019, dengan judul “Program Ladit (Lapak Digital) : Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan Umkm Di Madura”, kesimpulan dari penelitian ini adalah diharapkan UMKM dapat berkembang secara pesat dengan hal tersebut inovasi dari UMKM dapat memberikan pendapatan

---

<sup>19</sup> Pitri Fauziah, “Strategi Pengembangan UMKM Menggunakan Business Model Canvas,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 2, no. 2 (2020): 113.

<sup>20</sup> Yenni Vera Fibriyanti, Noer Rafikah Zulyanti, dan Alfiani, “Pengembangan UMKM Kerajinan Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Sumberjo Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan,” *Jurnal Karya Abdi* Vol. 4, no. 3 (Desember 2020): 398.

lebih terhadap UMKM itu sendiri dan masyarakat disekitarnya. Program ini melibatkan berbagai pihak. Pihak-pihak yang terkait dalam program ini seperti akademisi, pemerintah, pelaku UMKM, dan mitra UMKM. Ketika posisi UMKM menjadi sentral bersamaan dengan adanya mitra UMKM, kemudian didukung oleh peraturan dari pemerintah, dan juga didampingi oleh akademisi maka akan membentuk sebuah konsep yang baik. Sehingga dampaknya terhadap perekonomian di Madura juga baik. Selain itu dengan adanya program ini mampu memberikan akses yang lebih baik kepada pihak luar untuk mengetahui potensi UMKM yang ada di Madura yang memiliki berbagai produk yang inovatif dan kreatif sehingga mereka dapat berinvestasi atau membeli produk tersebut khususnya masyarakat yang berada di luar Madura.<sup>21</sup>

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan pendekatan penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba memahami fenomena - fenomena yang terjadi pada pelaku UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo dengan mengumpulkan dan mempelajari data – data yang diperoleh dari wawancara yang telah ditentukan sebelumnya di lapangan selama penelitian. Fenomena yang dimaksud yaitu tentang strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman untuk meningkatkan

---

<sup>21</sup> Fajrin Purnomo, “Program Ladit (Lapak Digital) : Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan Umkm Di Madura,” *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* Vol. 6, no. 2 (2019): 60.

perekonomian masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo, tentang faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman terhadap perekonomian masyarakat dan dampak strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman terhadap perekonomian masyarakat. Semua data yang diperoleh akan diolah dalam bentuk kata – kata sehingga penelitian menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan deskriptif.

Menurut Nazir penelitian deskriptif meneliti status kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun kejadian masa sekarang menggunakan tujuan untuk membuat naratif secara sistematis, faktual serta akurat tentang informasi yang diteliti. menurut Nana Syaodih Sukmadinata, penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk menggambarkan serta mendeskripsikan kenyataan-kenyataan yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan tentang ciri, kualitas, keterkaitan antar aktivitas.<sup>22</sup> Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif adalah untuk mengetahui karakteristik, kondisi dan definisi tertentu.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dikemukakan secara sederhana, bahwa metode penelitian ini berusaha mendeskripsikan strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo.

---

<sup>22</sup> Destiani Putri Utami dkk., “Iklim Organisasi Kelurahan DAalam Persepektif Ekolog,” *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol. 1, no. 12 (Mei 2021): 2738.



## 2. Lokasi atau tempat penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian di mana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Penelitian dilakukan di Dusun Gangin, Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo. Penelitian dilakukan pada pelaku UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo. Peneliti memilih tempat tersebut karena mempunyai alasan tertentu yaitu penulis mengamati dan menemukan pada saat wawancara awal bawasanya pelaku UMKM tas anyaman masih sedikit dan sistem pemasarannya masih belum optimal serta pihak desa juga sudah membantu memasarkan kerajinan tas anyaman tersebut tetapi belum mampu meningkatkan perekonomian para pelaku UMKM ditambah lagi adanya persaingan dari luar kota yang menyebabkan harga produk menjadi turun.

## 3. Data dan sumber data

Adapun data dan sumber data yang dibutuhkan oleh penulis untuk memecahkan masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penyusunan skripsi ini adalah :

- a. Data tentang strategi pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo.

- b. Data tentang faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat.
- c. Data tentang dampak strategi pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat.

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari narasumber melalui wawancara dengan pihak yang terkait, yaitu pelaku dan pemilik UMKM Kerajinan Tas Anyaman di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo.

#### 4. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara sebagai salah satu teknik untuk mengumpulkan data serta informasi bila saat peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang wajib diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam serta jumlah respondennya banyak atau sedikit.<sup>23</sup> Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo.

---

<sup>23</sup> Natalina Nilamsari, "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif," *Wacana* Vol. 8, no. 2 (Juni 2014): 178.

## 5. Teknik pengolahan data

Pengolahan data dalam penelitian kualitatif menekankan pada analisis induktif bukan deduktif. Data yang dikumpulkan bukan untuk mendukung atau menolak hipotesis penelitian yang telah dirumuskan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi abstraksi disusun sebagai kekhususan yang telah terkumpul dan dikelompokkan melalui proses pengumpulan data yang dilakukan secara teliti dan mendalam. Teori yang akan ditemukan dalam penelitian kualitatif diperoleh di lapangan studi berdasarkan pada data yang diperoleh secara terpisah-pisah dengan berbagai bukti yang terkumpul dan saling berkaitan. Peneliti mengumpulkan semua hasil dari wawancara pemilik UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo.

## 6. Teknik analisis data

Metode analisa data yang dipergunakan ialah metode yang sesuai dengan penelitian ini yaitu bersifat deskriptif. Maka analisa data yang penulis gunakan adalah data deskriptif kualitatif, di mana setelah data terkumpul lalu dilakukan penganalisaan secara kualitatif lalu digambarkan pada bentuk uraian. Selesainya data yang terkumpul dianalisa, maka penulis mendeskripsikan data tersebut dengan menggunakan metode deskriptif analitik, yaitu dengan mengemukakan

data - data yang dibutuhkan apa adanya, lalu dianalisis sehingga dapat disusun berdasarkan kebutuhan yang dibutuhkan pada penelitian ini.<sup>24</sup>

Jadi, data dalam penelitian ini peneliti menganalisis secara deskriptif analitik, yaitu cara penulisan dengan mengutamakan pengamatan terhadap gejala, peristiwa dan kondisi masalah yang terjadi sesuai fakta di lapangan. Setelah itu di rangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan mengenai bagaimana strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Ngadisanan, Sambit, Ponorogo.

#### 7. Teknik pengecekan keabsahan data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan buat menyanggah balik yang dituduhkan pada penelitian kualitatif yang berkata tidak ilmiah, juga merupakan menjadi unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Keabsahan data dilakukan buat menunjukkan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Peneliti menggunakan Teknik pengecekan keabsahan data dengan triangulasi, yaitu teknik dengan memperoleh data yang valid, agar peneliti dapat memperoleh kebenaran dan informasi yang diperoleh oleh peneliti di berbagai sudut pandang yang berbeda.

---

<sup>24</sup> Siti Susana, "Peranan Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam," *UIN Sultan Syarif Kasim* Vol. 2, no. 2 (2018): 11.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.<sup>25</sup>

## **G. Sistem Pembahasan**

Dalam Menyusun laporan penelitian kualitatif ini peneliti akan menggambarkan sistematika bahasan yang relevan. Agar pembaca dapat lebih memahami pembahasan dan penelitian ini karena dengan demikian dapat memberikan kesatuan yang sistematis. Berikut merupakan sistematika pembahasan dalam penelitian :

**BAB I Pendahuluan:** pada bab ini membahas terkait tentang judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan temuan), dan sistematika pembahasan

**BAB II Strategi Pengembangan UMKM, Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengembangan UMKM, dan Dampak Strategi Pengembangan UMKM:** pada bab ini akan menguraikan teori tentang strategi pengembangan UMKM, faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan UMKM, dan dampak strategi pengembangan UMKM.

---

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: Elfabeta, 2018), 270.

**BAB III Strategi Pengembangan UMKM, Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengembangan UMKM, dan Dampak Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman:** pada bab ini membahas terkait tentang gambaran umum UMKM kerajinan tas anyaman, data tentang strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman, faktor pendukung dan penghambat UMKM kerajinan tas anyaman, dan dampak strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo.

**BAB IV Analisis Strategi Pengembangan UMKM, Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengembangan UMKM, dan Dampak Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman:** pada bab ini peneliti akan membahas hasil dari penelitiannya yaitu tentang bagaimana strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman terhadap perekonomian masyarakat di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo, tentang faktor pendukung dan penghambat UMKM kerajinan tas anyaman terhadap perekonomian masyarakat dan tentang bagaimana dampak strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman terhadap perekonomian masyarakat dengan data yang diperoleh dan kemudian dianalisis datanya.

**BAB V Penutup:** pada bab ini merupakan bab yang terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan.

**BAB II**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TERHADAP PEREKONOMIAN**  
**MASYARAKAT, FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM, DAN DAMPAK STRATEGI**  
**PENGEMBANGAN UMKM**

**A. Strategi Pengembangan UMKM**

**1. Pengertian strategi pengembangan UMKM**

Strategi berasal dari kata Yunani *Strategos* dengan akar kata *stratos* dan *ag*, *stratos* berarti militer dan *ag* berarti memimpin. Kata strategi berarti memilih bagaimana caranya sumber - sumber mungkin digunakan dengan efektif untuk mencapai suatu tujuan yang dinyatakan. Strategi adalah visi umum yang menyatukan organisasi, menyediakan acuan konsistensi dalam pembuatan keputusan dan akan tetap menjaga agar perusahaan bergerak pada arah yang benar. Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Menurut Hamel dan Prahalad yang menyatakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.<sup>1</sup> Menurut Fadli Akbar Lubis didalam bukunya menjelaskan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan, dan dalam pengembangannya

---

<sup>1</sup> Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 16.



konsep mengenai strategi harus terus berkembang. Setiap orang memiliki pendapat atau defenisi sendiri terhadap strategi. Strategi dalam dunia bisnis atau usaha dibutuhkan untuk pencapaian visi dan misi perusahaan yang telah ditetapkan.<sup>2</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan siasat ataupun seni merancang sesuatu rencana ataupun tehnik yang akan digunakan buat menggapai suatu yang yang diinginkan.

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha kecil, dan menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saingnya.<sup>3</sup> Moekijat berpendapat bahwa pengembangan adalah setiap usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan memberikan informasi, mempengaruhi sikap atau menambah kecakapan. Barry menjelaskan bahwa pengembangan adalah memberikan individu pengetahuan, keahlian dan pengalaman yang perlu supaya mereka dapat melaksanakan peranan dan tanggungjawab yang lebih besar dan lebih menuntut kemampuan mereka.<sup>4</sup> Menurut

---

<sup>2</sup> Fadli Akbar Lubis, *Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah* (Medan: Umsu Press, 2021), 36.

<sup>3</sup> Saifuddin Zuhri, "Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan," *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* Vol. 2, no. 3 (Desember 2013): 49.

<sup>4</sup> Rina Irawati, "Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil," *Jurnal JIBEKA* Vol. 12, no. 1 (2018): 76–77.

Hafsa bahwa upaya untuk Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada hakekatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat.<sup>5</sup>

UMKM adalah istilah yang sudah tak asing lagi di telinga masyarakat. UMKM memiliki arti sebagai bisnis yang dijalankan baik secara individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. UMKM memiliki fungsi serta peran yang masif bagi perekonomian sebuah negara, khususnya di Indonesia.<sup>6</sup> Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki karakter tersendiri dan berbeda dengan perusahaan yang memiliki skala luas. UMKM biasanya berdiri sendiri atau tidak berada dibawah naungan grub usaha. Selain itu dari segi teknologi, usaha mikro masih tergolong dengan usaha yang menggunakan teknologi rendah atau manual.<sup>7</sup>

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional.<sup>8</sup> Usaha Mikro Kecil menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak, sehingga UMKM

---

<sup>5</sup> Raden Rudi Alhempri dan Wismar Harianto, "Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan," *Media Riset Bisnis & Manajemen* Vol. 13, no. 1 (April 2013): 24.

<sup>6</sup> Nurma Fitrianna dkk., "Strategi Pembiayaan Bankziska Terhadap Praktik Riba Pada Pelaku UMKM," *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf* Vol. 2, no. 2 (2021): 113.

<sup>7</sup> Sedinadia Putri, "Peran Pembiayaan Syariah Dalam Pengembangan UMKM Di Indonesia," *AL-HISAB: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1, no. 2 (Juni 2021): 5.

<sup>8</sup> Usman, "Sosialisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Masa Pandemi Covid -19 (Suatu Pengabdian Pada Masyarakat Di Desa Biluango Kec. Kabilabone Kab. Bone Bolango)," *Universitas Negeri Gorontalo, Laporan Pengabdian Pada Masyarakat*, 2020, 9.

bisa menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga merupakan sektor yang banyak menyerap tenaga kerja dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.<sup>9</sup> Menurut Sugiyanto bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi. Sektor UMKM merupakan salah satu kekuatan utama dan vital yang mampu pendorong pembangunan ekonomi dan lapangan pekerjaan. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian sehingga perlu lebih diperhatikan karena mengemban misi menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan berusaha, melestarikan budaya, dan mendukung ekspor nasional.<sup>10</sup>

Suatu strategi dikatakan sebagai strategi pengembangan jika secara sengaja organisasi mendesain strategi yang hendak meningkatkan status, kapasitas, dan sumber daya yang pada ujungnya akan melahirkan postur organisasi baru yang berbeda di masa depan.<sup>11</sup> Menurut karyoto didalam bukunya menjelaskan bahwa strategi pengembangan usaha adalah untuk meningkatkan kegiatan usaha atau

---

<sup>9</sup> Husna Ni'matul Ulya dan Ravina Putri Agustin, "Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merek Dagang Dan Label Pada UMKM Jajanan Camilan Di Desa Joresan Mlarak Ponorogo," *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol 1, no. 1 (Juni 2022): 58.

<sup>10</sup> Idayu dan Husni, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten," 75.

<sup>11</sup> Suwarsono Muhammad, *Strategi Pemerintahan* (Jakarta: Erlangga, 2018), 86.

untuk meningkatkan jumlah usaha, seperti strategi produk, strategi penjualan, strategi pasar dan strategi distribusi.

a. Strategi produk

Produk merupakan hasil akhir atas kegiatan produksi yang dilakukan. Penerapan strategi produk bertujuan untuk memenangkan pasar dan mencapai pasar yang dituju sehingga dapat bersaing dengan produk-produk lainnya, hal ini sesuai dikatakan Assauri yang mengemukakan bahwa tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi pesaing.<sup>12</sup>

Strategi produk menurut Sayid Abas yaitu suatu cara yang akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya yang disebabkan karena adanya strategi produk yang tepat akan menciptakan kondisi bahwa produk yang dipasarkan itu akan dapat menjual produk dirinya sendiri. Konsumen untuk membeli produk yang dibuat dengan memiliki kelebihan pada fitur dan fitur tersebut dapat berfungsi sesuai yang diharapkan. Branding atau nama produk juga sangatlah penting, semakin terkenal brand produk maka peluang menarik konsumen untuk membeli produk tersebut semakin tinggi. Hal tersebut karena

---

<sup>12</sup> Yupiter Mendrofa, "Pengaruh Strategi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan pada UD. Vian Jaya Kota Gunungsitoli," *Jurnal EMBA* Vol. 9, no. 2 (April 2021): 15.

faktor kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk. Bahkan, konsumen akan tetap akan menyebut suatu brand meski berbeda merk untuk produk yang sama.<sup>13</sup>

b. Strategi penjualan

Strategi penjualan berbeda dengan strategi pemasaran yang fokus pada marketing dan dominasi pasar, sedangkan strategi fokus pada sistem penjualan dan distribusi dengan tujuan memberi kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan di setiap outlet atau toko yang dikunjungi. Strategi penjualan dapat berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain, bergantung pada produk, pasar, konsumen dan tujuan perusahaan. Strategi penjualan harus sejalan dan berintegrasi dengan strategi pemasaran. Strategi penjualan dan strategi pemasaran harus merupakan turunan dari *grand strategy* perusahaan.

Strategi penjualan merupakan rencana perusahaan mengenai sistem penjualan produk dan jasa untuk meningkatkan profit. Strategi penjualan yang disusun dengan baik dapat membantu perusahaan mencapai pertumbuhan penjualan yang menakjubkan. Strategi penjualan merupakan petunjuk bagaimana

---

<sup>13</sup> Sayid Abas, *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha* (Ponorgo: Unmuh Ponorogo Press, 2017), 72.

menyampaikan produk kepada konsumen yang dikenal dengan istilah “*go-to-market*”, secara efisien dan efektif.<sup>14</sup>

c. Strategi pasar

Pasar merupakan tempat bertemunya para produsen ataupun perusahaan dengan konsumen untuk mengadakan transaksi jual dan beli suatu produk barang dan jasa. Perusahaan yang memiliki produk beusia lama atau sudah mencapai usia penurunan sulit untuk mempertahankan pelanggannya. Apabila perusahaan tetap bertahan dengan produk lama tentunya dapat menurunkan angka penjualan di masa mendatang. Strategi pasar adalah cara memasarkan produk agar produk tersebut dapat dikenal oleh konsumen, dengan mempunyai tujuan yang diharapkan yaitu mengetahui karakteristik produk yang ingin dijual serta target pasarnya, mengetahui nilai produk bagi pembeli serta menentukan harga yang sesuai dengan segmentasi pasar, mengetahui strategi promosi yang tepat untuk memasarkan produk, dan mengetahui tempat memasarkan produk yang akan dijual serta sistem pendistribusiannya.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Elvie Mulia, *Rahasia Sukses Memimpin Tim Penjual* (Jakarta: Gramedia, 2015), 106.

<sup>15</sup> Abas, *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*, 71.

Unsur Taktik Pemasaran, meliputi:

1) Diferensiasi

yaitu tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing.

2) Bauran pemasaran (marketing mix)

adalah perangkat alat pemasaran praktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.<sup>16</sup>

d. Strategi distribusi

Distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ketangan konsumen terakhir.<sup>17</sup> Strategi distribusi adalah bagaimana cara menyebarluaskan produk atau layanan kepada pengguna akhir. Strategi distribusi berkenaan dengan penentuan saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan barang dan jasanya hingga sampai di tangan konsumen. PT. Unilever Indonesia, Tbk adalah perusahaan yang merupakan anak perusahaan dari perusahaan Unilever.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Mohamad Mustafid Hamdi, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Pondok Pesantren," *STAI Darussalam* Vol. 2, no. 1 (Agustus 2021): 19.

<sup>17</sup> Aji Damanuri dan Yuni Puspitaningrum, "Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* Vol. 2, no. 2 (Juni 2022): 292.

<sup>18</sup> Karyoto, *Proses Pengembangan Usaha* (Batang: Karyoto, 2021), 35–38.

Distribusi adalah ketersediaan produk dan kemudahan membeli produk, strategi distribusi dapat diukur dari beberapa indikator yaitu :

1) Ketersediaan barang

adalah ketersediaan produk atau stok barang pada tahapan saluran distribusi.

2) Proses pemesanan

adalah proses distribusi dari produk ke produsen, proses pemesanan, sampai ke tangan pelanggan.

3) Kecepatan dalam pengiriman

adalah rute perjalanan pengiriman barang dari batas yang sudah ditentukan oleh produsen.

4) Kemudahan dalam memperoleh produk

adalah kemudahan mendapat suatu produk dengan pelayanan distribusi yang benar.<sup>19</sup>

## 2. Tujuan Pengembangan UMKM

Program Pengembangan UMKM melayani pengembangan keterampilan kewirausahaan dan kemampuan untuk menjalankan usaha kecil dan menengah. Program ini melatih para peserta untuk menerapkan ketrampilan kewirausahaan mereka, mengidentifikasi dan memilih proyek bisnis yang layak atau memperluas usaha yang ada,

---

<sup>19</sup> Heru Suciarto Tjia, M. Amin Kadafi, dan Suharno, "Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian," *Kinerja* Vol. 14, no. 2 (2020): 94.



dan secara hati-hati mempersiapkan proposal perencanaan bisnis untuk di presentasikan ke lembaga-lembaga keuangan.<sup>20</sup>

Dalam pengembangan UMKM sendiri perlu kerjasama antara semua pihak dalam masyarakat, unsur pemerintah mempunyai *political power* (kekuasaan politik) untuk bagaimana merumuskan sebuah kebijakan melalui keputusan sementara masyarakat atau komunitas disebut sebagai *social power* (kekuasaan masyarakat). Konsep sinergitas pentahelix (bentuk kerjasama) ini menjadi urgen dilakukan untuk menghindari adanya overlap kebijakan dan program antar pihak-pihak yang berkepentingan dalam penyelenggaraan pemulihan ekonomi pasca pandemi.<sup>21</sup>

### 3. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM adalah ciri khusus dari UMKM. Ciri khusus yang dimiliki UMKM ada dua macam yaitu karakter positif dan karakter negatif. Karakter positif meliputi:

- a. Tahan dalam menghadapi persoalan, yang artinya para pelaku tidak akan menyerah walaupun mengalami persoalan yang berat
- b. Fleksibel, artinya setiap ada perubahan dengan mudah mereka menyesuaikannya
- c. Mandiri, tidak tergantung pada pemerintah maupun pihak lain

---

<sup>20</sup>Usman, "Sosialisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Masa Pandemi Covid -19 (Suatu Pengabdian Pada Masyarakat Di Desa Biluango Kec. Kabilabone Kab. Bone Bolango)," 12.

<sup>21</sup> Parmin Ishak dan Nur Lazimatul Hilma Sholehah, "Implementasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19," *Gorontalo Accounting Journal* Vol. 4, no. 2 (2021): 208.

- d. Efisien atau hemat karena diusahakan sendiri dengan baik dengan anggota keluarga,
- e. Keuangannya lebih mandiri karena dapat mencukupi kebutuhan keuangannya.

Karakter negatif meliputi:

- a. Informal, kesulitan dalam kerja sama dengan pihak lain
- b. Skala ekonomi yang rendah sulit untuk berkembang, karena sumber daya yang terbatas
- c. Tidak ada standar atau Standard Operasional Prosedure (SOP)
- d. Belum menerapkan prinsip-prinsip manajemen
- e. Tidak disiapkan untuk menjadi besar.<sup>22</sup>

#### **4. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Menurut Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

- a. Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:
  - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

---

<sup>22</sup> Darmanto, Sri Wardaya, dan Lilis Sulistyani, *Kiat Percepatan Kinerja UMKM dengan Model Strategi Orientasi Berbasis Lingkungan* (Yogyakarta: CV BudiUtama, 2018), 4.

b. Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).<sup>23</sup>

## 5. Kelemahan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Faktor internal

- 1) Sumber daya manusia masih terbatas
- 2) Pemasaran produk kurang optimal karena biasanya lebih terfokus pada aspek produksi

---

<sup>23</sup> Lathifah Hanim dan Noorman, *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha* (Semarang: UNISSULA PRESS, 2018), 14–15.

- 3) Konsumen cenderung kurang percaya terhadap produk usaha kecil
  - 4) Kendala dalam modal, biasanya usaha kecil hanya mengandalkan modal sendiri dan relatif kecil.
- b. Faktor eksternal adalah masalah yang selain dari dalam perusahaan, missal kurangnya pengawasan dan program yang bertumpuk sehingga solusi tidak tepat sasaran.<sup>24</sup>
- c. Sempitnya waktu untuk melengkapi kebutuhan
- Sebab sedikitnya jumlah pengambil keputusan dalam usaha kecil menengah, mereka kerap terpaksa harus pontangpanting berusaha memenuhi kebutuhan pokok bisnisnya, yakni: produksi, sales, dan marketing. Hal ini bisa mengakibatkan tekanan jadwal yang besar, membuat mereka tidak bisa fokus menyelesaikan permasalahan satu persatu. Tekanan semacam ini bisa muncul tiba-tiba ketika bisnis mereka memperoleh order dalam jumlah yang besar, atau beberapa order yang masuk dalam waktu hampir bersamaan. Lebih dahsyat lagi jika suatu ketika ada lembaga bisnis besar yang merasa terancam dan mulai melancarkan serangan yang tidak fair demi menyingkirkan pesaing potensialnya.
- d. Kontrol ketat atas anggaran dan pembiayaan usaha
- Skala kecil umumnya memiliki anggaran yang kecil.

---

<sup>24</sup> Sedinadia Putri, "Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19," *Ekonomika Syariah* Vol. 4, no. 2 (Juli 2020): 152.

Akibatnya, ia kerap kali dipaksakan membagi-bagi dana untuk membiayai berbagai kebutuhan seefisien mungkin. Ketidakmampuan untuk mengumpulkan modal yang lebih besar juga memaksa usaha kecil menengah menjalankan kebijakan penghematan yang ketat, terutama untuk mencegah kekurangan pembiayaan operasional sekecil apapun. Kekurangan pembiayaan operasional yang tidak dicegah bisa mengakibatkan kebangkrutan, sebab kapasitas UMKM untuk membayar hutang biasanya hampir tidak ada.

e. Kurangnya tenaga ahli

Usaha kecil menengah biasanya tidak mampu membayar jasa tenaga ahli untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu. Hal ini merupakan kelemahan usaha kecil menengah yang sangat serius. Apalagi jika dibandingkan dengan lembaga bisnis besar yang mampu mempekerjakan banyak tenaga ahli. Kualitas produk barang atau jasa yang bisa dihasilkan tanpa tenaga ahli sangat mungkin berada di bawah standar tertentu. Akibatnya, kemampuan persaingan bisnis skala kecil ini di pasar yang luas bisa sangat kecil.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Nuramalia Hasanah, Saparuddin Muhtar, dan Indah Muliasari, *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)* (Ponorgo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), 24–25.

## 6. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam

Dalam perekonomian Islam, UMKM adalah suatu usaha manusia yang menopang kehidupan dan ibadah serta bergerak menuju kesejahteraan masyarakat. Perintah tersebut berlaku untuk semua orang, dan tidak ada diskriminasi. Artinya dalam ekonomi islam, kegiatan bisnis merupakan kegiatan yang dihalalkan oleh Allah SWT. Mengingat pada zaman dahulu Nabi Muhammad SAW juga melakukan berdagang dan menjadi pengusaha sukses. M. Medriansyah menyebutkan beberapa karakteristik Usaha Mikro antara lain:

- a. Usaha mikro memiliki pengaruh yang bersifat ketuhanan/ilahiah (*nizhamun rabbaniyun*), karena dasar pengaturannya pada ketetapan Allah SWT.
- b. Usaha mikro berbentuk akidah (*iqtishadun aqdiyyun*), karena perekonomian Islam lahir dari aqidah islamiyah yang semua halnya harus dipertanggungjawabkan.
- c. Berkarakter *ta'abudi*, UMKM memiliki tatanan berdasarkan ketuhanan.
- d. Tidak terkait erat dengan akhlak (*murtabthub bil-akhlaqi*), di dalam ekonomi islam tidak ada prediksi maupun pemetakan antara akhlak dan ekonomi.
- e. Elastic (*al-murunah*), Sumber asasi Ekonomi berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadist.

- f. Objektif (*al-Maudhu-iyyah*), maksudnya objektif dalam melakukan aktivitas ekonomi, yaitu tidak membeda-bedakan pada setiap pelaku ekonomi.
- g. Realistis (*al-waqi'iyyah*), harus disesuaikan juga dengan praktik ekonomi.
- h. Harta pada hakikatnya adalah Allah SWT, dari prinsip ini berarti kekayaan yang dimiliki seseorang tidak mutlak.
- i. Kemampuan mengelola aset (*tarsyid istikhdam al-mal*). Berdasarkan Qs. At-Taubah [14]: 105 dapat diketahui bahwa derajat tertinggi bukanlah seorang bangsawan melainkan orang yang mau berusaha dan bekerja. Dihadapan Allah orang yang bekerja dipandang memiliki derajat yang tinggi. Kemudian Allah akan memberi pahala berdasarkan pekerjaan yang dilakukan, dan dinilai sebagai amalan yang akan dipertanggungjawabkan kelak.<sup>26</sup>

## **B. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengembangan UMKM**

### 1. Faktor – faktor pendukung UMKM

#### a. Modal usaha yang cukup

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu

---

<sup>26</sup> Putri, “Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19,” 153.

yang menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Modal dalam konsep ekonomi Islam berarti semua harta yang bernilai dalam pandangan syar’i, dimana aktivitas manusia ikut berperan serta dalam usaha produksinya dengan tujuan pengembangan.

Modal usaha menurut Adler didalam bukunya yaitu dana yang dipergunakan untuk menjalankan usaha agar dapat berlangsung umurnya. Modal usaha dapat juga diartikan dari berbagai segi yaitu modal pertama kali membuka usaha, modal untuk memlakukan perluasan usaha dan modal untuk menjalankan usaha sehari – hari. Modal usaha dapat diperoleh dengan berbagai macam cara yaitu :

- 1) Dari dana yang dimiliki
- 2) Menggadaikan barang yang dimiliki baik ke lembaga non formal dan lembaga formal
- 3) Melakukan pinjaman kepada lembaga non formal
- 4) Modal dengan menggunakan kekuatan pemasok
- 5) Modal dengan bergabung dengan pihak lain atau dengan mitra
- 6) Mendapatkan modal dengan melakukan pinjaman ke perbankan.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Adler Haymans Manurung, *Modal Untuk Bisnis UKM* (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2008), 13–14.



b. Tenaga kerja yang terlatih dan terdidik

Tenaga Kerja merupakan faktor yang penting dalam kegiatan produksi, karena pekerja inilah yang mengalokasikan dan memanfaatkan faktor - faktor lain guna menghasilkan suatu output yang bermanfaat. Pemanfaatan tenaga kerja manusia dalam rangka mengefektifkan dan mengaktualisasikan fungsi kekhilafan dan sekaligus fungsinya sebagai pembangun, sangat dihargai oleh ajaran (syari'at Islam). Tenaga kerja menurut Devi Rahayu di dalam bukunya yaitu setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa, baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat.

Tenaga Kerja yang terlatih dan terdidik antara lain yaitu :

- 1) Tenaga kerja yang mendapatkan suatu keahlian atau kemahiran pada suatu bidang karena sekolah atau pendidikan formal dan non formal.
- 2) Tenaga kerja yang memiliki keahlian dalam bidang tertentu yang didapat melalui pengalaman kerja. Keahlian terlatih ini tidak memerlukan pendidikan karena yang dibutuhkan adalah latihan dan melakukannya berulang-ulang sampai bisa dan menguasai pekerjaan tersebut.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Devi Rahayu, *Buku Ajar Hukum Ketenagakerjaan* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), 22.

c. Pendidikan yang cukup

Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia pendidikan adalah proses perubahan sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pendidikan merupakan salah satu bentuk pertolongan atau bimbingan yang diberikan orang yang mampu, dewasa dan memiliki ilmu terhadap perkembangan orang lain untuk mencapai kedewasaan dengan tujuan supaya pribadi yang dididik memiliki kecakapan yang cukup dalam melaksanakan segala kebutuhan hidupnya secara mandiri.<sup>29</sup> Peningkatan mutu pendidikan, bisa ditempuh melalui strategi peningkatan akses, kualitas, dan relevansi pendidikan, termasuk mengembangkan pendidikan kejuruan atau vokasi untuk memperkuat kemampuan inovasi dan meningkatkan kreativitas. Tenaga terampil di Indonesia bisa berasal dari pendidikan formal, yakni melalui pendidikan vokasi (sekolah menengah kejuruan dan politeknik) dan pendidikan nonformal, yaitu melalui balai latihan kerja (BLK) dan layanan kursus dan pelatihan. Jalur nonformal ini diharapkan dapat memberikan keterampilan bagi penduduk yang tidak dapat melanjutkan ke pendidikan tinggi.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Husamah, Arina Restian, dan Rohmad Widodo, *Pengantar Pendidikan* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019), 32.

<sup>30</sup> Suci Prasasti dan Erik Teguh Prakoso, "Karakter Dan Perilaku Milineal: Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi" Vol. 3, no. 1 (2020): 18.

#### d. Pengalaman yang cukup

Lamanya seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha akan mempengaruhi kemampuan profesionalnya. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengalaman (pengetahuan) tentang selera ataupun perilaku konsumen. Ketrampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring. Pengalaman adalah kunci konsep manusia atas segala sesuatu. Pengalaman ialah suatu realitas yang telah meresap dan membina pribadi.<sup>31</sup>

Menurut Foster indikator pengalaman kerja adalah:

##### 1) Lama waktu atau masa kerja

Ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang sehingga dapat memahami tugas-tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakan dengan baik.

##### 2) Tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki

Pengetahuan merujuk pada konsep, prinsip, prosedur, kebijakan atau informasi lain yang dibutuhkan oleh karyawan.

Pengetahuan juga mencakup kemampuan untuk memahami dan menerapkan informasi pada tanggung jawab pekerjaan.

Sedangkan keterampilan merujuk pada kemampuan fisik yang

---

<sup>31</sup> Syaiful Sagala, *Etika dan Moralitas Pendidikan Peluang dan Tantangan* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013), 9.

dibutuhkan untuk mencapai atau menjalankan suatu tugas atau pekerjaan.

3) Penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan

Tingkat penguasaan seseorang dalam pelaksanaan aspek - aspek teknik peralatan dan teknik pekerjaan.<sup>32</sup>

e. Usia yang produktif

Usia adalah seseorang masih mampu bekerja dan menghasilkan sesuatu. Menurut Simanjuntak umur mempunyai hubungan terhadap responsibilitas seseorang akan penawaran tenaga kerjanya. Semakin tinggi tingkat umur, semakin kecil proporsi penduduk yang bersekolah sehingga tingkat partisipasi kerja pada kelompok umur dewasa lebih besar daripada TPK pada kelompok umur yang lebih muda.<sup>33</sup> Usia produktif kerja, dapat diartikan sebagai semua orang yang sedang mencari kerja, sedang bekerja, hingga seseorang yang belum mendapatkan pekerjaan (menganggur). Usia produktif diantaranya merupakan tingkatan usia penduduk pada dasarnya telah mampu bekerja serta mendapatkan penghasilan sendiri. Kategori usia produktif ini sendiri berada pada rentan usia 15 – 65 tahun.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Suwarno dan Ronal Aprianto, "Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Sinar Niaga Sejahtera Kota Lubuklinggau," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* Vol. 24, no. 1 (April 2019): 63.

<sup>33</sup> Mashuri, Eriyana, dan Ezril, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Pasar Sukaramai Di Kecamatan Bengkalis," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* Vol. 8, no. 1 (Juni 2019): 141–44.

<sup>34</sup> Andi Triyawan, *Pengantar Demografi* (Banten: Media Sains Indonesia, 2023), 134.

## 2. Faktor – faktor penghambat UMKM

Menurut Sayid Abas faktor – faktor yang menyebabkan kegagalan dalam usaha. Secara signifikan ada beberapa penyebab kegagalan dalam suatu bisnis yaitu :

### a. Pengetahuan pasar yang tidak memadai

Kegagalan ini termasuk kelemahan kurangnya informasi mengenai potensi permintaan, pangsa pasar sekarang dan mendatang.

### b. Kinerja produk yang salah

Kegagalan ini dapat terjadi karena adanya produk yang dihasilkan baik barang dan jasa, tidak sesuai dengan unsur kegunaan dan kemanfaatan bagi konsumen sebagaimana informasi yang tertera dalam produk, sehingga terjadi kekecewaan produk.

### c. Pemasaran dan penjualan yang tidak efektif

Permasalahan ini dapat menyebabkan kegagalan dalam berbisnis, karena promosi yang salah arah dan tidak memadai, serta kurangnya kemampuan dalam memecahkan masalah penjualan, pelayanan, bahkan kurangnya kedekatan dengan pasar.

### d. Tidak disadari adanya tekanan pesaing

Usaha bisnis yang baru sering mengalami kegagalan karena pelaku bisnis tidak memperhitungkan reaksi yang mungkin dilakukan oleh pesaing, baik dari sisi harga serta pelayanan, maka perlu diadakan intelejensi pasar.

e. Keusangan produk yang terlalu cepat

Pendeknya daur hidup suatu produk yang terlalu cepta, sangat mempengaruhi kelangsungan dalam berbisnis, maka ketahanan produk harus disesuaikan dengan kemampuan perputaran produk keusangan ini juga bisa terjadi karena tren, model yang sudah ketinggalan dengan produk – produk yang baru.

f. Waktu memulai usaha yang tidak tepat

Pilihan waktu yang salah dapat menyebabkan kegagalan komersial, produk yang diperkenalkan, belum ada keinginan riil dari pasar, atau juga bisa produk terlambat diperkenalkan dipasar, Ketika minat konsumen mulai menurun.<sup>35</sup>

### C. Dampak Strategi Pengembangan UMKM

Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Seorang pemimpin yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil.

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Seseorang yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas

---

<sup>35</sup> Abas, *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*, 79–80.

sebuah keputusan yang akan diambil. Dampak dapat dibagi dalam dua bagian yaitu:

1. Dampak positif

Dampak Positif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan yang tidak merugikan bagi sesama manusia, lingkungan alam sekitar atau lingkungan alam, bagi pihak yang lain. Dampak positif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh pengambilan keputusan akan menguntungkan bagi sesama manusia dan lingkungan alam sekitarnya.

2. Dampak negatif

Dampak negatif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan yang mengakibatkan sesuatu yang tidak baik terhadap sesama manusia dan lingkungan alam sekitarnya, ataupun pengambilan keputusan itu mengakibatkan kerugian bagi sesama manusia ataupun lingkungan alam sekitar.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Andreas G. Ch. Tampi, Evelin J.R. Kawung, dan Juliana W. Tumiwa, "Dampak Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan terhadap Masyarakat Di Kelurahan Tingkulu," *e-journal "Acta Diurna* Vol. 5, no. 1 (2016): 3–4.

**BAB III**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TERHADAP PEREKONOMIAN**  
**MASYARAKAT, FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM, DAN DAMPAK STRATEGI**  
**PENGEMBANGAN UMKM KERAJINAN TAS ANYAMAN,**  
**NGADISANAN, SAMBIT, PONOROGO**

**A. Gambaran Umum UMKM Kerajinan Tas Anyaman**

**1. Letak Geografis Desa Ngadisanan**

Kabupaten Ponorogo terletak pada koordinat antara 111°17' – 111°52' Bujur Timur dan 7°49' – 8°20' Lintang Selatan mempunyai wilayah seluas 1.371,78 km<sup>2</sup>. Wilayah ini berbatasan dengan Kabupaten Madiun, Magetan dan Nganjuk di sebelah utara, Kabupaten Tulungagung dan Trenggalek di sebelah timur, Kabupaten Pacitan di sebelah selatan serta Kabupaten Pacitan dan Wonogiri (Jawa Tengah) di sebelah barat.

Sedangkan Sambit adalah sebuah kecamatan yang secara administratif berada di dalam Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kecamatan ini merupakan daerah yang dilalui jalan raya antarkota Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Trenggalek. Kecamatan Sambit adalah salah satu Kecamatan di Ponorogo yang memiliki banyak industri UMKM salah satunya adalah pengrajin tas anyaman yang terletak di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo. Di Desa Ngadisanan ini ada berapa pelaku



UMKM kerajinan tas anyaman terutama para ibu – ibu rumah tangga yang dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang lainnya.

## 2. Gambaran profil perusahaan

Berikut adalah beberapa UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo yang akan dijadikan penulis sebagai objek penelitian, antara lain yaitu:

### a. Sempulur Bag

Sempulur Bag merupakan nama usaha kerajinan tas anyaman pertama kali yang ada di Desa Ngadisanan, usaha ini didirikan oleh Ibu Istanti pada tahun 2010 dan Sempulur ini sebagai pemasok tas anyaman dari pelaku UMKM yang lain yang tidak bisa memasarkan sendiri. Sekarang masih proses pendaftaran sebagai usaha kerajinan tas anyaman oleh Dinas Industri Perdagangan Koperasi dan UKM. Hingga saat ini sempulur memiliki tenaga kerja perempuan berjumlah 2 orang dan dari pihak keluarganya juga ikut membantu yang bekerja, mereka bekerja dari proses produksi hingga finising dan siap untuk mengirim produk barangnya. Produk barang yang dihasilkan pun hampir sama dengan usaha-usaha lainnya seperti tas tenteng dan tas belanja. Untuk pemasaran produk barangnya Sempulur juga memasarkan lewat media sosial seperti instagram, whatsapp, shopee dan facebook. Pengiriman juga sudah sampai luar pulau jawa seperti Papua, Kalimantan, Nusa Tenggara Barat, Bali dan Riau. Kendala yang dihadapi oleh Sempulur adalah dalam hal

pendapatan menurun karena banyaknya pesaing dari luar kota seperti Malang dan Blitar.<sup>1</sup>

b. Bowo Bag

Bowo bag merupakan nama usaha kerajinan tas anyaman yang ada di Desa Ngadisanan, usaha ini didirikan oleh Ibu Murtini pada tahun 2015 dan ini masih proses pendaftaran sebagai usaha kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan oleh Dinas Industri Perdagangan. Bowo bag memiliki tenaga kerja perempuan yang menetap berjumlah 2 orang yang bekerja dalam proses pembuatan tas anyaman dalam tahap finising. Bowo Bag akan melakukan penambahan jumlah tenaga kerja jika banyaknya orderan yang masuk. Produk barang yang dihasilkan sampai saat ini adalah tas belanja, tas tenteng, dan tas sekolah, tas sekolah ini merupakan salah satu inovasi yang ada di Bag Bowo. Untuk pemasaran produk barangnya Bowo Bag memasarkan produknya lewat media sosial seperti whatsapp, instagram, dan Tik Tok secara live. Pengiriman sudah sampai keluar pulau jawa seperti Papua, Kalimantan, Nusa Tenggara Barat, Bali dan Riau. Kendala yang dihadapi oleh Bowo Bag sama seperti usaha lainnya yaitu dalam hal pendapatan menurun karena banyaknya pesaing dari luar kota seperti Malang dan Blitar.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>2</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

### c. Devi Bag

Devi Bag adalah salah satu nama usaha kerajinan tas anyaman yang ada di Desa Ngadisanan, usaha ini didirikan oleh Ibu devi pada tahun 2021 dan ini masih proses pendaftaran sebagai usaha kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan oleh Dinas Industri Perdagangan. Devi Bag memiliki tenaga kerja perempuan yang menetap berjumlah 2 orang yang bekerja dalam proses pembuatan tas anyaman dan tahap finising. Produk barang yang dihasilkan seperti yang lainnya yaitu tas belanja dan tas tenteng. Untuk pemasaran produk barangnya Devi Bag memasarkan produknya lewat media sosial seperti whatsapp, instagram, shopee, facebook dan tik tok secara live. Kendala yang dihadapi oleh Devi Bag sama seperti usaha lainnya yaitu dalam hal pendapatan menurun karena banyaknya pesaing dari luar kota seperti Malang dan Blitar.<sup>3</sup>

### 3. UMKM kerajinan tas anyaman

Tas anyaman ini sebagai salah satu produk lokal yang sudah dikenal dikalangan masyarakat luas terutama di kalangan ibu-ibu yang dijadikan ciri khas saat akan berbelanja ke pasar. Adapun makna anyaman berdasarkan kata dasarnya “anyam” yang memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda. Sehingga anyaman dapat sebagai pernyataan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Kerajinan tas anyaman ini sudah ada sejak 2015 dimana

---

<sup>3</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

pihak desa mengadakan pelatihan membuat kerajinan tas anyaman guna membelajari para ibu – ibu rumah tangga untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Di sini Bu Istanti berperan sebagai pengepul sekaligus pemasar yang memiliki beberapa pengrajin tas anyam dalam hal ini sebagian pengrajin tas anyam mengambil bahan dan menjualnya kepada Bu Istanti.

Dari pihak kabupaten salah satunya Wabup Lisdyarita berharap, para pengrajin tas anyaman yang ada di beberapa tempat di Ponorogo agar dapat menjual karya tas anyamannya secara offline dan online. Sehingga masyarakat di luar Desa Ngadisanan ataupun masyarakat lainnya dapat membeli melalui aplikasi seperti Tiktok, Instagram, Shopee dan Facebook. Pemasaran di media sosial tersebut bisa berupa video maupun foto ataupun secara live langsung. Tas anyaman saat ini sangat populer, bisa digunakan untuk kondangan, acara pesta dan disesuaikan dengan warna yang diinginkan. Tas anyaman memiliki banyak warna sesuai keinginan pelanggan juga bisa kustom nama. Padahal dahulu, tas anyaman ini digunakan ibu-ibu untuk berbelanja ke pasar sekarang bisa berinovasi menjadi lebih bagus lagi dan bisa digunakan di berbagai acara.

#### **4. Karakteristik informan**

Sebelum melakukan tahap analisis data, terlebih dahulu penulis akan memberikan penjelasan mengenai informan dalam penelitian ini.

Karakteristik informan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga karakter, yaitu:

- a. Nama, posisi kerja dan pendidikan terakhir informan
- b. Pendapatan rata-rata informan
- c. Tingkat pendidikan informan

Dari karakteristik informan tersebut dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

- a. Nama, posisi kerja dan pendidikan terakhir informan

Tabel 3.1  
Nama, Posisi Kerja dan Pendidikan Terakhir Informan

No	Nama	Posisi Kerja	Pendidikan
1.	Murtini	Pemilik UMKM Kerajinan Tas Anyaman	SMA
2.	Devi	Pemilik UMKM Kerajinan Tas Anyaman	SMA
3.	Istanti	Pemilik UMKM Kerajinan Tas Anyaman	SMA
4.	Risna	Karyawan / Pekerja	SMA
5.	Yeni	Karyawan / Pekerja	SMA
6.	Nurhati	Karyawan / Pekerja	SMA
7.	Eka	Karyawan / Pekerja	SMP
8.	Lina	Karyawan / Pekerja	SMP
9.	Dewi	Karyawan / Pekerja	SMP

Sumber: Informan yang bersangkutan, 2023

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat 3 pemilik dan 6 pekerja di UMKM Kerajinan Tas Anyaman Desa Ngadisana, dengan tingkat pendidikan SMA 6 orang dan SMP 3 orang.

b. Pendapatan rata-rata informan

Pendapatan atau penghasilan rata-rata yang didapat oleh informan bervariasi, karena beberapa berperan sebagai pekerja dan pemilik UMKM kerajinan tas anyaman, adapun data pendapatannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2  
Pendapatan Rata-Rata Informan

<b>Informan</b>	<b>Pendapatan</b>
Murtini	Rp. 2.150.000
Devi	Rp. 2.000.000
Istanti	Rp. 4.500.000
Risna	Rp. 250.000
Yeni	Rp. 250.000
Nurhati	Rp. 200.000
Eka	Rp. 200.000
Lina	Rp. 300.000
Dewi	Rp. 300.000

Sumber : Informan yang bersangkutan, 2023

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pendapatan rata-rata untuk pemilik sekitar Rp. 2.000.000 – Rp 4.500.000 sedangkan untuk para pekerja sekitar Rp 200.000 – Rp. 300.000 pendapatan yang diperoleh. Pendapatan ini tidak menentu karena pendapatan yang diperoleh tergantung dari jumlah pesanan jadi tidak bisa dipastikan untuk berapa per minggunya atau per bulannya, sebab biasanya 10 hari pesanan dikirim atau 15 hari pesanan baru dikirim jadi pendapatn yang di dapat tidak pasti.

c. Tingkat pendidikan informan

Tingkat pendidikan informan berdasarkan pendidikan dibagi menjadi beberapa kategori yakni dari informan yang tidak lulus SD, lulus SD sederajat, lulus SMP sederajat, lulus SMA sederajat atau bahkan lulus sarjana. Berikut adalah jumlah informan berdasarkan jenjang pendidikannya :

Tabel 3.3

Jumlah Informan Berdasarkan Jenjang Pendidikan

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>
Tidak Lulus	-
SD	-
SMP	3
SMA	6
Sarjana	-
<b>Total</b>	<b>9</b>

*Sumber : Informan yang bersangkutan, 2023*

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa informan di dominasi oleh informan dengan tingkat pendidikan SMA, sedangkan yang SMP hanya 3 orang.

**5. Nama – nama produk kerajinan tas anyaman**

UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo para pengrajin membuat beberapa produk diantaranya yaitu ada tas tenteng, tas belanja, tas sekolah dan dompet.

## B. Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat

### 1) Strategi produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan terkait hal itu, dapat diketahui seperti yang dikemukakan oleh Murtini :

“Bahan produk barang yang kami gunakan adalah bahan – bahan yang kualitasnya bagus agar tas anyaman bisa awet bila digunakan jaka Panjang. Pernak – pernik untuk hiasan tas anyaman juga kualitasnya bagus agar pernak – pernik tersebut warnanya tidak cepat pudar. Jika semua bahan produk bagus dan berkualitas maka akan menarik daya tarik para konsumen yang membeli di usaha kerajinan tas anyaman dari Bowo Bag”.<sup>4</sup>

Devi juga mengatakan :

“Kami mengutamakan para konsumen jadi bahan produk yang kita gunakan juga sesuai keinginan para konsumen ketika akan memesan. Bahan – bahan yang saya beli kadang juga tidak sesuai apa yang di inginkan para konsumen jadi mereka kadang complain dengan bahan yang kita gunakan dan untuk nama produk kita yaitu Devi Bag saya beri nama agar konsumen mudah mengingatnya”.<sup>5</sup>

Istanti juga mengatakan :

“Kami sebagai pengepul dan penyedia bahan – bahan produk, maka kualitas bahan kami utamakan karena sebuah kualitas mempengaruhi sebuah harga. Jadi kami sebagai penyedia bahan harus benar – benar memperhatikan bahan produk agar para pengrajin lainnya tidak merasa kecewa jika membeli bahan produk di kita dan supaya hasil kerajinan tas anyaman mereka bisa menarik perhatian para konsumen, untuk nama usaha kami yaitu sempulur penamaan usaha kami bertujuan agar para pelanggan mudah mengingat produk dari kita”.<sup>6</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa UMKM kerajinan tas anyaman Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo tersebut untuk para pengrajin menggunakan

<sup>4</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>5</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>6</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.



bahan produk yang berkualitas agar sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini juga bertujuan untuk menarik perhatian para konsumen agar membeli produk tas anyamannya sendiri. Karena sebuah kualitas mempengaruhi sebuah harga, jika bahan produk berkualitas dan konsumen suka maka mereka akan datang lagi dan membeli lagi dengan produk yang sama.

## 2) Strategi penjualan

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui bahwa penjualan dilakukan secara online dimana para pelaku UMKM menjual produk barangnya melalui media sosial. Seperti yang dikemukakan oleh Devi “sistem penjualan saya menggunakan media sosial karena sekarang banyak masyarakat yang menggunakan gadget maka dari itu model penjualan saya menggunakan media sosial. Media sosial yang saya gunakan yaitu Instagram, facebook, whatsapp grup, dan tik tok shop”.<sup>7</sup>

Istanti juga mengemukakan :

“Saya menggunakan media sosial untuk sistem penjualannya karena sekarang zaman modern dimana banyak masyarakat yang menggunakan media sosial. Media sosial (*online*) yang saya gunakan yaitu instagram, whatsapp gurg, shopee, dan facebook serta kami juga menggunakan sistem *offline* bagi para pelaku UMKM yang tidak mempunyai media sosial dan hasil produknya dijual ke saya sebagai pengepul. Jika ada pembelian lewat shopee maka barang tidak bisa langsung di kirim, pembeli harus *Pre Order* (PO) terlebih dahulu”.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>8</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

Murtini juga mengemukakan “seperti yang lainnya penjualan saya lewat media sosial seperti whatsapp, instagram, dan Tik Tok secara live. Apabila pembelian lewat Tik Tok bisa dibeli secara langsung lewat live Tik Tok dan nanti ada potongan untuk ongkos kirimnya”.<sup>9</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM tersebut untuk para pelaku UMKM menggunakan strategi penjualan dengan media sosial (*online*) untuk penjualan produknya dan ada juga yang secara langsung dijual ke pengepul karena tidak ada media sosial yang dipunyai (*offline*). Media sosial yang digunakan untuk menjual produknya yaitu ada Instagram, Facebook, Whatsapp, Shopee dan Tik Tok. Pemesan lewat shopee harus Pre Order (PO) terlebih dahulu beda dari Tik Tok, jika lewat Tik Tok bisa dibeli langsung lewat live Tik Tok dan biasanya penjul memberikan potongan ongkos kirim.

### 3) Strategi pasar

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui bahwa para pelaku UMKM menggunakan strategi pasar untuk mengenalkan produknya dengan harapan bisa tepat sasaran. Seperti yang dikemukakan oleh Istanti bahwa “strategi pasar yang kami lakukan yaitu mengenalkan produk kepada konsumen, jadi untuk produk barangnya bisa digunakan oleh semua kalangan masyarakat di Indonesia. Maka dari itu sasaran pasar kami juga sudah sampai di Papua,

---

<sup>9</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

Kalimatan, Nusa Tenggara Barat, Riau dan Bali”.<sup>10</sup> Devi juga mengatakan “saya melakukan strategi pasar untuk pengenalan produk saya ke konsumen masih di sekitaran Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat. Karena menurut saya sasaran pasar yang saya lakukan masih di pulau Jawa belum bisa mengenalkan sampai ke luar Pulau Jawa”.<sup>11</sup>

Murtini juga mengatakan :

“Strategi pasar yang saya lakukan agar tepat sasaran yaitu dengan mengenalkan produk barang saya yang memang disitu membutuhkannya. Untuk strategi pasar yang saya lakukan itu sudah diberbagai daerah di luar Pulau Jawa, karena menurut saya masyarakat yang banyak membutuhkan berada di luar Pulau Jawa, jadi tidak hanya di Pulau Jawa saja yang bisa menggunakan tas anyaman tetapi masyarakat luar Pulau Jawa juga bisa menggunakan tas anyaman ini”.<sup>12</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa UMKM kerajinan tas anyaman tersebut untuk strategi pasar yang dilakukan yaitu bertujuan untuk mengenalkan produk ke konsumen dan para konsumen di semua kalangan bisa menggunakan dan mempunyai produk tas anyaman. Maka dari itu strategi pasar ini sudah sampai di luar Pulau Jawa seperti Papua, Kalimantan, Nusa Tenggara Barat, Riau dan Bali. Walaupun ada salah satu pelaku UMKM yang strategi pasarnya masih di Pulau Jawa seperti Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat.

---

<sup>10</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>11</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>12</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

#### 4) Strategi distribusi

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui bahwa distribusi yang dilakukan para pelaku UMKM yaitu dengan mendistribusikan produk tas anyaman masih di Indonesia. Seperti yang dikemukakan oleh Istanti “karena saya sebagai pengepul jadi strategi distribusi yang saya lakukan agar para konsumen bisa mendapatkan barang produknya, maka kami melakukan pengirimannya menggunakan jasa pengiriman JNE dan J&T untuk pengirimannya”.<sup>13</sup>

Murtini juga mengatakan :

“Strategi distribusi yang saya lakukan dengan pendistribusian sampai ke luar Pulau Jawa. Saya juga mendistribusikan ke pihak reseller yang ada diluar kota juga. Kendala strategi distribusi para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman saat ini yaitu ini kami para pelaku UMKM belum bisa melakukan distribusi ke luar negeri karena kita belum mempunyai hak paten atas produk barang kita secara resmi maka dari itu untuk distribusi ke luar negeri masih sulit. Akan tetapi, kami sudah proses dalam pembuatan hak paten untuk produk barang kami. Untuk pengiriman ke luar pulau jawa yaitu kami menggunakan jasa pengiriman JNE dan J&T dan jika kalau jaraknya masih terjangkau kami bisa *Cash On Delivery* (COD)”.<sup>14</sup>

Devi juga mengatakan “saya melakukan strategi pendistribusian juga tetapi belum menyeluruh se Indonesia karena saya masih mulai merintis usaha saya. Jadi pendistribusian saya masih ke Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat, sistem pengiriman saya melalui kantor J&T dan JNE”.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>14</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>15</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa UMKM kerajinan tas anyaman tersebut melakukan strategi distribusi masih di Indonesia. Para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo saat ini belum mampu untuk mendistribusikan ke luar negeri karena belum mempunyai hak paten dan surat izin resmi dan sekarang para pelaku UMKM kerajinan tas masih proses daftar untuk hak paten produknya. Pengiriman barang produk menggunakan jasa pengiriman JNE dan J&T dan aja juga yang secara langsung *Cash On Delivery* (COD).

### **C. Faktor – Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat**

- 1) Faktor – faktor pendukung
  - a. Modal usaha yang cukup

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui bahwa “Modal usaha yang saya dikeluarkan pertama kali sekitar Rp. 2.150.000 untuk membeli bahan – bahan kerajinanana tas anyaman dan saya juga belum mempunyai karyawan”, seperti yang dikatakan oleh Murtini.<sup>16</sup>

Devi juga mengemukakan bahwa :

“Modal usaha pertama kali yang saya keluarkan yaitu sekitar Rp. 2.000.0000, modal ini untuk dibelikan bahan – bahan pembuatan tas anyaman dan saya berharap untuk modal segitu bisa dapat mengembangkan usaha yang saya rintis, ternyata modal Rp. 2.000.000 itu kurang untuk membeli bahan – bahan tas anyaman karena harga bahan – bahan tas anyaman naik”.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>17</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

Istanti juga mengemukakan bahwa “modal usaha pertama kali pada saat itu sekitar Rp. 4.500.000 karena selain untuk keperluan sendiri sebagai bahan pembuatan tas anyaman disini kami juga menyediakan berbagai bahan – bahan pembuatan tas anyaman untuk dijadikan stok apabila ada pengrajin lainnya yang membutuhkan”.<sup>18</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman memiliki modal usaha yang berbeda – beda antar pelaku UMKM lainnya. Murtini dengan modal Rp. 2.150.000 untuk dijadikan modal awal usahannya, lalu Devi dengan modal Rp. 2.000.000 ternyata belum cukup dan masih kurang karena harga bahan tas anyaman naik dan Istanti dengan modal Rp. 4.500.000 karena Ibu Istanti sebagai penyedia bahan – bahan baku untuk pembuatan kerajinan tas anyaman agar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman yang lain tidak kesulitan dalam mencari bahan – bahannya dan tidak perlu pergi ke kota juga dengan ini modal yang dikeluarkan Ibu Istanti bisa kembali dan mendapatkan keuntungan.

b. Tenaga kerja terdidik dan terampil

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui bahwa “Tenaga kerja yang ikut bekerja sementara masih ada 2 per pelaku UMKM, disini Ibu Devi merekrut tenaga kerja dari saudara

---

<sup>18</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

maupun tetangga yang terdekat yang benar-benar sudah ahli dan terampil dalam membuat tas kerajinan serta mampu berinovasi untuk kedepannya”, seperti yang dikatakan Devi.<sup>19</sup>

Murtini juga mengatakan :

“Saya sudah mempunyai tenaga kerja karyawan 2 orang dan rencananya akan merekrut 2 orang lagi. Di sini para tenaga kerja yang bekerja sudah terampil dan terdidik karena semua sudah pernah ikut pelatihan di Balai Desa Ngadisanan tetapi mereka belum mampu membuka usaha sendiri, jadi mereka ikut bekerja dengan saya dirumah”.<sup>20</sup>

Istanti juga mengatakan :

“Tenaga kerja yang bekerja disini sudah 2 orang dan keluarga juga ikut membantu dalam mengelola kerajinan tas anyaman ini. Disini para karyawan ada yang sudah terampil dan ahli serta mampu berinovasi dan ada juga yang masih belajar karena belum mempunyai pengalaman membuat tas anyaman”.<sup>21</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut jumlah tenaga kerja sementara hanya mempunyai 2 karyawan, karyawan ini di ambil dari saudara maupun tetangganya terlebih dahulu. Pelaku UMKM kerajinan tas anyaman mempunyai karyawan yang sudah terampil, sudah terdidik dan mampu berinovasi serta sudah bisa membuat tas anyaman sendiri. Walaupun ada juga karyawan yang masih belajar membuat tas anyaman karena belum mempunyai pengalaman sama sekali dalam pembuatan tas anyaman.

---

<sup>19</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>20</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>21</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

c. Pendidikan yang cukup

Tingkat pengeluaran informan dapat diukur dari biaya diluar kebutuhan pokok misalnya biaya sekolah anak, dari hasil wawancara yang dilakukan dengan sejumlah informan, mendapatkan hasil bahwa “Sebagian besar pemilik UMKM kerajinan tas anyaman tersebut tingkat pendidikannya SMA sederajat, walaupun hanya lulusan SMA Ibu Devi mampu membuka usaha kerajinan tas anyaman sendiri dan mampu membuka lowongan pekerjaan bagiyang membutuhkan.”, seperti yang dikatakan oleh Devi.<sup>22</sup>

Istanti juga mengemukakan bahwa “pendidikan terakhir saya yaitu SMA, alhamdulillah walaupun saya hanya lulusan SMA saya bisa membuka usaha sendiri dan mampu berkembang serta bisa menjadi pemasok bagi pelaku UMKM yang lain”.<sup>23</sup> Murtini juga mengatakan “mungkin pendidikan terakhir saya sama seperti ibu – ibu lainnya yaitu SMA. Dengan adanya usaha kerajinan tas anyaman ini saya mampu membuka lowongan pekerjaan untuk orang lain yang membutuhkannya”.<sup>24</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut rata – rata pendidikan terakhir para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman yaitu SMA, walaupun pendidikan terakhir para pelaku UMKM hanya SMA

---

<sup>22</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>23</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>24</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.



tetapi mereka mampu membuka usaha sendiri dan mampu membuka lowongan pekerjaan bagi yang membutuhkan pekerjaan.

d. Pengalaman yang cukup

Berdasarkan wawancara dengan para informan di dapatkan bahwa “Pemilik UMKM dan para pekerja mempunyai pengalaman membuat kerajinan tas anyaman yang berbeda beda. Rata – rata pengalamannya yaitu 4 – 6 bulan tergantung dari individunya sendiri terampil atau tidak”, seperti yang dikatakan oleh Istanti.<sup>25</sup> Ibu Murtini juga mengatakan “kalau saya pribadi pengalaman belajar membuat kerajinan tas anyaman kurang lebih 5 bulanan Ketika ada pelatihan di Balai Desa Ngadisanan”.<sup>26</sup> Adapun Devi juga mengatakan “pengalaman saya belajar kerajinan tas anyaman kurang lebih 6 bulanan. Tujuan saya belajar kerajinan tas anyaman ini selain untuk mengisi waktu luang saya juga ingin mempunyai usaha kecil – kecilan”.<sup>27</sup> Eka juga mengatakan “pengalaman saya belajar membuat tas anyaman 6 bulan di tempat Murtini sekalian saya bekerja disitu, jadi disana belajar sambil bekerja”.<sup>28</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut rata – rata pengalaman dalam belajar membuat tas anyaman adalah 4 – 6 bulan tergantung dari

---

<sup>25</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>26</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>27</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>28</sup> Eka, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

individunya sendiri, mereka mampu menguasai ilmunya apa tidak, terampil apa tidak. Pengalam disini sangat penting sekali karena dengan adanya pengalaman bisa menambah skill para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman untuk berinovasi dan berkarya untuk kedepannya agar usahanya dapat berkembang terus.

e. Usia yang produktif

Berdasarkan wawancara dengan para informan di dapatkan bahwa “Pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dan para pekerja rata – rata berumur 26 – 50 tahun karena disini yang bekerja kebanyakan ibu – ibu rumah tangga yang sudah mempunyai anak”, seperti yang dikatakan oleh Murtini.<sup>29</sup> Istanti juga megatakan “untuk usia saya sendiri 40 tahun dan para karyawan sekitar kurang lebih 28 – 30 tahun, seperti tempat UMKM lainnya yang bekerja kebanyakan para ibu – ibu rumah tangga”.<sup>30</sup> Adapun Devi juga mengatakan “usia saya 35 tahun dan pekerja saya sekitar 26 – 30 tahun, karena mereka membutuhkan pekerjaan jadi saya terima jadi pekerja saya dan Alhamdulillah mereka paham media sosial”.<sup>31</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut rata – rata usinya adalah 26 – 50 tahun dan kebanyakan ibu – ibu rumah tangga yang bekerja karena tujuan mereka untuk mendapatkan uang tambahan di rumah

---

<sup>29</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>30</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>31</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023

tangganya dan mampu menambah keterampilan mereka untuk kedepannya.

## 2) Faktor – faktor penghambat

Berdasarkan wawancara dengan para informan di dapatkan bahwa faktor – faktor penghambat yang dialami para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman yaitu “Turunya pendapatan saat ini karena adanya pesaing dari luar kota seperti Malang dan Blitar menyebabkan harga menjadi turun. Di Ponorogo untuk keterampilan seseorang itu disebar diganti profesinya seperti guru, pegawai dan lain sebagainya sehingga para pelaku UMKM yang lain yang sudah terampil menjadi guru pelatih di kota lain jadi ilmunya diserap oleh masyarakat kota lain. Akibatnya masyarakat di kota lain mampu membuat sendiri dan menjadi pesaing, maka dari itu di Desa Ngadisanan ini pendapatan yang didapat menjadi turun”, seperti yang dikatakan oleh Murtini.<sup>32</sup> Devi juga mengemukakan “sekarang pendapatan yang didapat menjadi berkurang karena sudah banyak pesaing dari luar desa ataupun luar kota. Mereka sudah pandai – pandai dalam berinovasi membuat tas anyaman dengan berbagai bentuk.<sup>33</sup> Istanti juga mengatakan :

“Saya sebagai pengepul merasakan turunya pendapatan karena adanya sebuah persaingan dari luar kota. Sekarang sudah banyak para pengrajin tas anyaman di berbagai kota dan sudah mampu dalam mengendalikan media sosial. Padahal sebelumnya pendapatan yang dihasilkan meningkat terus akan tetapi dengan banyak persaingan ini membuat pendapatan menjadi turun”.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>33</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>34</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

Lina juga mengatakan :

“Saya sebagai karyawan juga mengalami penurunan pendapatan, pendapatan yang saya dapatkan tidak seperti sebelumnya, biasanya uang yang saya dapatkan bisa saya tabung sedikit – sedikit dan sekarang uang saya dapatkan menjadi berkurang karena banyaknya pesaing membuat para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman ini harus sedikit menurunkan harganya”.<sup>35</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut mengalami penurunan pendapatan dan adanya pesaing. Hal ini disebabkan karena adanya pesaing dari luar kota seperti Malang dan Blitar serta mematikan pasaran mereka. Para karyawan juga merasakan adanya penurunan pendapatan yang didapat menjadi berkurang, mereka juga menyadari pendapatan yang berkurang ini disebabkan karena adanya pesaing tas anyaman dari luar kota dan pesanan tas anyaman juga menjadi berkurang tidak seperti biasanya. Para pelaku UMKM yang lain yang sudah terampil mengajari atau menjadi guru dikota lain sehingga masyarakat dari kota lain mampu membuat sendiri dan tidak membeli lagi di kerajinan tas anyaman Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo. Maka dari itu keuntungan yang didapat menjadi turun dan para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman sekarang harus mampu bersaing dengan kota lain agar keuntungan yang didapatkan bisa kembali lagi seperti semula.

---

<sup>35</sup> Lina, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

#### **D. Dampak Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat**

Berdasarkan wawancara dengan para informan di dapatkan bahwa seperti yang dikatakan oleh Istanti :

“Dengan adanya UMKM kerajinan tas anyaman ini mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Ngadisanan ini karena kami sebagai pelaku UMKM sekaligus pengepul mampu memberikan lapangan pekerjaan sehingga ibu – ibu yang tidak mempunyai pekerjaan bisa menjadikan kerajinan tas anyaman ini sebagai pekerjaan sampingan, sehingga mampu membantu memberikan pendapatan tambahan dalam rumah tangganya. Tidak hanya itu ibu – ibu rumah tangga juga menjadi terampil dan kreatif serta mampu berinovasi untuk kedepannya”.<sup>36</sup>

Murtini juga mengatakan “yang saya rasakan dengan adanya UMKM kerajinan tas anyaman ini adalah berdampak positif karena selain menambah pendapatan saya, saya bisa memberikan lowongan pekerjaan bagi ibu – ibu yang membutuhkan pekerjaan sampingan sambil mengisi waktu luang.”<sup>37</sup> Devi juga mengatakan :

“UMKM kerajinan tas anyaman ini berdampak positif bagi saya dan karyawan saya karena saya mendapatkan penghasilan tambahan dan karyawan saya juga mendapatkan penghasilan tambahan juga. Seperti pelaku UMKM lainnya saya bisa membuka sebuah lapangan pekerjaan bagi ibu – ibu yang membutuhkan pekerjaan untuk mengisi waktu luangnya”.<sup>38</sup>

Eka juga mengemukakan :

“Saya sebagai karyawan merasakan dampak negatif, walaupun saya hanya karyawan tetapi ketika adanya permasalahan dalam usaha kerajiana tas anyaman saya kena dampaknya. Biasanya ada pesaing antar para pelaku UMKM tas anyaman dari kota lain, untuk pesaingan ini menimbulkan turunya pendapatkan yang saya dapatkan. Pada awalnya

---

<sup>36</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>37</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>38</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

pendapatan yang saya peroleh cukup banyak dan sekarang menjadi sedikit berkurang”.<sup>39</sup>

Lina juga mengatakan :

“Menurut saya strategi pengembangan UMKM ini berdampak negatif bagi saya selaku karyawan karena ketika strategi pengembangan UMKM ini tidak sesuai dengan apa yang di inginkan maka akan menimbulkan sebuah permasalahan didalam usaha. Permasalahan ini mengakibatkan dampak negatif bagi usaha kerajinan tas anyaman karena para pelaku UMKM tas anyaman belum mempunyai solusi dalam mengatasi persaingan antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota, sehingga hal ini dapat berdampak pada pendapatan yang diperoleh atau keuntungan yang diperoleh menjadi berkurang”.<sup>40</sup>

Nurhati juga mengatakan :

“Alhamdulillah walaupun saya sudah berumur 50 tahun saya masih bisa bekerja untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari saya. Saya bekerja di usaha tas anyaman milik Bu Murtini sebagai penganyam tas dengan ditemani oleh ibunya, suaminya dan ibu Murtini. Usaha kerajinan tas anyaman ini memberikan dampak positif bagi kehidupan saya karena saya tidak perlu mencari pekerjaan sampingan hingga ke luar desa”.<sup>41</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman tersebut memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi pelaku UMKM dan masyarakat Desa Ngadisanan. Sebagian pelaku UMKM mengatakan bahwa pendapatan yang didapat juga semakin meningkat. Pelaku UMKM kerajinan tas anyaman juga bisa membantu masyarakat yang lain untuk mendapatkan pekerjaan sampingan, agar para ibu – ibu rumah tangga tidak perlu bekerja keluar kota maupun keluar negeri. Pendapatan yang dihasilkan juga mampu untuk menyekolahkan anaknya dan juga mampu untuk memenuhi kebutuhan sehari – harinya serta menambah penghasilan dalam keluarganya. Dengan

---

<sup>39</sup> Eka, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>40</sup> Lina, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>41</sup> Nurhati, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

adanya kerajinan tas anyaman ini mampu meningkatkan keterampilan dan kreatifitas bagi pelaku UMKM dan masyarakat Desa Ngadisanan. Ada juga menurut Eka dan Lina, mereka mengatakan jika strategi pengembangan ini berdampak negatif bagi mereka selaku karyawan. Dampak negatif ini memberikan dampak berupa turunya pendapatan atau upah kerja mereka, hal ini disebabkan karena adanya persaingan antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota, hingga saat ini para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman belum menemukan solusi untuk mengatasinya.



## BAB IV

### ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT, FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM, DAN DAMPAK STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KERAJINAN TAS ANYAMAN, NGADISANAN, SAMBIT, PONOROGO

#### A. Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat

Strategi pengembangan usaha menurut Karyoto adalah untuk meningkatkan kegiatan usaha seperti strategi produk, strategi penjualan, strategi pasar dan strategi distribusi. Para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo sudah memenuhi semua strategi pengembangan usaha menurut Karyoto.

##### 1. Strategi produk

Strategi produk adalah cara perusahaan yang ditempatkan pada posisi kompetitif atas para pesaingnya, karena strategi produk yang tepat dapat menciptakan kondisi bagi produk yang dipasarkan untuk menjual produknya.<sup>1</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan informan terkait hal itu, dapat diketahui, bahan produk yang digunakan Murtini ternyata sudah sesuai dengan strategi produk, karena produk yang digunakan sudah berkualitas dan sudah bagus, hal ini bertujuan agar para konsumen atau pelanggan tetap memilih produk dari Bowo Bag.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Abas, *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*, 72.

<sup>2</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.



Untuk strategi produk yang dilakukan tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka dari itu Devi di *complain* oleh konsumen tersebut karena bahan produknya belum sesuai dengan keinginan konsumen, jadi untuk bahan produknya Devi mengikuti apa yang diminta oleh konsumennya agar mereka tidak pindah ke produk lain.<sup>3</sup> Sebagai pemasok dan penyedia bahan – bahan produk tas anyaman, Istanti menyediakan bahan – bahan berkualitas agar para konsumen dan pelanggannya tidak kecewa hal ini menyesuaikan dengan strategi produk yang dilakukan. Walaupun sebagai pemasok Istanti menyarankan kepada pengrajin lain agar menggunakan bahan produk yang berkualitas agar konsumen mereka tidak kecewa dari barang produk yang dibelinya.<sup>4</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat dikatakan bahwa UMKM kerajinan tas anyaman Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo tersebut para pengrajin menggunakan bahan produk yang berkualitas agar sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini juga bertujuan untuk menarik perhatian para konsumen agar membeli produk tas anyamannya sendiri. Karena sebuah kualitas mempengaruhi sebuah harga, jika bahan produk berkualitas dan konsumen suka maka mereka akan datang lagi dan membeli lagi dengan produk yang sama.

---

<sup>3</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>4</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

## 2. Strategi penjualan

Strategi penjualan adalah rencana perusahaan untuk sistem penjualan produk dan layanan guna meningkatkan keuntungan. Strategi penjualan yang dirancang dengan baik dapat membantu perusahaan mencapai pertumbuhan penjualan yang menajubkan.<sup>5</sup> Dalam melakukan strategi penjualan harus paham bagaimana cara menyampaikan produk kepada konsumen agar konsumen tersebut mampu membeli produk kita. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui dalam strategi penjualannya menggunakan media sosial, menurutnya dengan menggunakan media sosial Devi bisa menjual barang produknya secara *online* karena sekarang banyak masyarakat yang menggunakan media sosial. Dengan begitu Devi bisa mendapatkan keuntungan dari penjualan secara *online*.<sup>6</sup>

Strategi penjualan yang dilakukan oleh Istanti yaitu secara online dan offline. Penjualan *online* menggunakan media sosial seperti instagram, whatsapp grup, shopee dan tik tok lalu untuk *offlinenya* bisa langsung datang ke rumah bagi yang tidak mempunyai media sosial untuk menjual barang produknya karena Istanti ini sebagai pengepul dan nantinya barang produknya akan dijual secara *online*. Untuk penjualan lewat shopee jika ada yang ingin membeli harus *Pre Order* (PO) dan untuk lewat tik tok bisa langsung membeli karena di tik tok

---

<sup>5</sup> Mulia, *Rahasia Sukses Memimpin Tim Penjual*, 106.

<sup>6</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

penjualannya secara live serta nanti akan ada potongan untuk ongkirnya.<sup>7</sup> Murtini juga seperti yang lainnya strategi penjualannya lewat media sosial seperti instagram, whatsapp dan tik tok dan untuk pembelian lewat bisa secara langsung Ketika live berlangsung dan nanti akan ada juga potongan untuk ongkos kirimnya.<sup>8</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat dikatakan bahwa para pelaku UMKM tersebut sudah menggunakan strategi penjualan dengan media sosial (*online*) untuk penjuln produknya dan ada juga yang secara langsung dijual ke pengepul karena tidak ada media sosial yang dipunyai (*offline*). Media sosial yang digunakan untuk menjual produknya yaitu ada Instagram, Facebook, Whatsapp, Shopee dan Tik Tok. Pemesan lewat shopee harus Pre Order (PO) terlebih dahulu beda dari Tik Tok, jika lewat Tik Tok bisa dibeli langsung lewat live Tik Tok dan biasanya penjul memberikan potongan ongkos kirim. Tujuan strategi penjualan ini para UMKM kerajinan tas anyaman harus paham betul bagaimana cara menyampaikan produk kepada konsumen agar para konsumen minat untuk membeli produk yang dijual. Jadi para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman sudah mampu melakukan strategi penjualan yang bertujuan untuk memperkenalkan produknya ke kosumen.

---

<sup>7</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>8</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

### 3. Strategi pasar

Strategi pasar yaitu suatu cara memasarkan produk agar produk tersebut dapat dikenal dikalangan konsumen, dengan mempunyai tujuan yang diharapkan yaitu mengetahui karakteristik produk yang ingin dijual serta target pasarnya, mengetahui nilai produk bagi pembeli serta menentukan harga yang sesuai dengan segmentasi pasar, mengetahui strategi promosi yang tepat untuk memasarkan produk, dan mengetahui tempat memasarkan produk yang akan dijual serta sistem pendistribusiannya.<sup>9</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui strategi pasar yang digunakan oleh Istanti yaitu strategi pasar yang bertujuan untuk memperkenalkan barang produknya ke semua kalangan konsumen. Strategi pasar yang dilakukan oleh Istanti ini sudah sampai di luar Pulau Jawa yaitu Papua, Kalimantan, Nusa Tenggara Barat, Riau dan Bali. Jadi untuk strategi pasar ini sasara utamanya yaitu untuk semua kalangan masyarakat Indonesia, agar mereka bisa menggunakan dan mempunyai tas anyaman buatan para UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan.<sup>10</sup>

Devi untuk strategi pasarnya yaitu juga bertujuan untuk mengenalkan produknya ke konsumen. Strategi pasarnya masih dalam lingkup Pulau Jawa belum mampu untuk sampai ke luar Pulau Jawa.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Abas, *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*, 71.

<sup>10</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>11</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

Strategi pasar yang digunakan oleh Murtini yaitu dengan mencari tempat yang benar – benar membutuhkan tas anyaman tersebut sehingga strategi pasar ini menjadi tepat sasaran. Murtini menggunakan strategi pasar ini bertujuan agar para konsumen dari Pulau Jawa hingga luar Pulau Jawa dapat menggunakan dan membeli produk tas anyaman yang dibuatnya.<sup>12</sup>

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa UMKM kerajinan tas anyaman tersebut dalam strategi pasar yang dilakukan yaitu bertujuan untuk mengenalkan produk ke konsumen dan para konsumen di semua kalangan bisa menggunakan dan mempunyai produk tas anyaman. Maka dari itu strategi pasar ini sudah sampai di luar Pulau Jawa seperti Papua, Kalimantan, Nusa Tenggara Barat, Riau dan Bali. Walaupun ada salah satu pelaku UMKM yang strategi pasarnya masih di Pulau Jawa seperti Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat. Jadi, dalam strategi pasar ini para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman ini sudah mampu melakukan strategi pasar ke semua kalangan masyarakat Indonesia, sehingga para konsumen bisa mendapatkan tas anyaman dari pelaku UMKM tas anyaman Desa Ngadisanan.

#### 4. Strategi distribusi

Strategi distribusi sutau cara menyebarluaskan produk dan jasa kepada pengguna akhir. Strategi distribusi ini berkenaan dengan

---

<sup>12</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

penentuan saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan barang dan jasanya hingga sampai ke tangan pelanggan.<sup>13</sup> Dalam strategi distribusi ada yang namanya proses pemesanan dan kemudahan dalam memperoleh produk agar memudahkan para konsumen untuk membeli. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui strategi pendistribusian yang dilakukan oleh Istanti yaitu dengan pendistribusian menggunakan jasa pengiriman JNE dan J&T untuk pengirimannya. Dengan adanya sistem pendistribusian ini maka para pelaku UMKM bisa menjual produknya ke konsumen dan konsumen sendiri bisa membeli dan mendapatkan produknya.<sup>14</sup>

Strategi distribusi yang digunakan oleh Murtini yaitu pendistribusiannya sudah sampai ke luar pulau Jawa. Murtini juga melakukan strategi distribusi sampai ke luar pulau Jawa dan ke pihak *reseller* yang berada di luar kota, untuk pengirimannya Murtini menggunakan jasa pengiriman JNE dan J&T dan jika jaraknya terjangkau bisa langsung *Cash On Delivery* (COD). Dalam strategi pendistribusian ternyata ada juga kendala yang dihadapi seperti tidak bisa melakukan distribusi sampai ke luar negeri dikarenakan belum mempunyai hak paten atas produk barangnya dan sekarang masih proses pendaftaran hak paten.<sup>15</sup> Strategi distribusi yang dilakukan Devi

---

<sup>13</sup> Karyoto, *Proses Pengembangan Usaha*, 35–38.

<sup>14</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>15</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

yaitu pengirimannya melalui kantor J&T dan JNE dan pendistribusian yang dilakukan belum mencakup seluruh Indonesia hanya di Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat karena usahanya baru merintis.<sup>16</sup>

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa UMKM kerajinan tas anyaman tersebut melakukan strategi distribusi masih di Indonesia. Kedala dalam strategi distribusi para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo saat ini belum mampu untuk mendistribusikan ke luar negeri karena belum mempunyai hak paten dan surat izin resmi dan sekarang para pelaku UMKM kerajinan tas masih proses daftar untuk hak paten produknya. Pengiriman barang produk menggunakan jasa pengiriman JNE dan J&T dan aja juga yang secara langsung *Cash On Delivery* (COD). Jadi, para pelaku UMKM sudah mampu melakukan strategi distribusi ke konsumen, dimana para pelaku UMKM melakukan strategi distribusi dengan melalui pengiriman lewat jasa pengiriman JNE dan J&T dan ada juga yang secara langsung *Cash On Delivery* (COD) agar memudahkan para konsumen untuk mendapatkan produk tas anyaman.

Dari semua wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman sudah melakukan strategi pengembangan cukup baik. Para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman sudah mampu melakukan strategi produk, karena sebuah

---

<sup>16</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

kualitas mempengaruhi sebuah harga, jika bahan produk berkualitas dan konsumen suka maka mereka akan datang lagi dan membeli lagi dengan produk yang sama. Dalam strategi penjualan para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman juga sudah mampu untuk melakukannya karena para pelaku UMKM tersebut sudah menggunakan strategi penjualan dengan media sosial untuk penjualan produknya dan ada juga yang secara langsung dijual ke pengepul karena tidak ada media sosial yang dipunyai (*offline*). Pemesan lewat shopee harus *Pre Order* terlebih dahulu beda dari Tik Tok, jika lewat Tik Tok bisa dibeli langsung lewat live Tik Tok dan biasanya penjual memberikan potongan untuk ongkos kirim.

Tak hanya itu, pelaku UMKM kerajinan tas anyaman cukup baik melakukan strategi pasar di semua kalangan masyarakat Indonesia. Strategi pasar yang dilakukan sudah seluruh Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa, hal ini bertujuan agar semua kalangan masyarakat di Indonesia mampu atau bisa menggunakan produk tas anyaman dari pelaku UMKM Desa Ngadisanan. Para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman juga sudah mampu melakukan strategi distribusi hamper sampai ke seluruh Indonesia, tujuannya pelaku UMKM tersebut melakukan strategi distribusi yaitu karena mereka ingin memudahkan para konsumen untuk mendapatkan produknya dengan melakukan proses pengiriman lewat JNE dan J&T agar lebih cepat untuk sampai di tempat



konsumen serta ada juga yang secara langsung *Cash On Delivery* (COD).

## **B. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat**

### 1. Faktor – faktor pendukung

#### a. Modal usaha yang cukup

Modal usaha menurut Adler yaitu dana yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha. Modal usaha dapat juga diartikan dari berbagai segi yaitu modal pertama kali membuka usaha, modal untuk melakukan perluasan usaha dan modal untuk menjalankan usaha sehari – hari.<sup>17</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui bahwa untuk modal usaha yang dikeluarkan oleh Murtini sekitar Rp. 2.150.000, karena masih awal buka modal tersebut digunakan untuk membeli bahan – bahan untuk membuat tas anyamannya. Jadi, disini Murtini belum merekrut karyawan karena masih baru memulai usahanya.<sup>18</sup>

Awal membuka usaha modal yang dikeluarkan oleh Devi yaitu Rp. 2.000.000 modal ini digunakan untuk membeli bahan – bahan barang produknya. Dengan modal Rp. 2.000.000 harapan dari Devi mampu mengembangkan usahanya tetapi dengan modal Rp.

---

<sup>17</sup> Manurung, *Modal Untuk Bisnis UKM*, 13–14.

<sup>18</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

2.000.000 ternyata belum mencukupi untuk membeli bahan – bahan tas anyaman karena harganya naik.<sup>19</sup> Untuk modal usaha yang dikeluarkan untuk usaha tas anyaman milik Istanti yaitu Rp. 4.500.000 karena selain untuk membeli bahan – bahan untuk pembuatan tas anyaman sendiri. Istanti juga menyetok bahan – bahan untuk tas anyaman bila ada pengrajin tas anyaman lainnya yang membutuhkan. Jadi para pengrajin tidak perlu jauh – jauh ke kota untuk membeli bahan – bahan tas anyaman.<sup>20</sup>

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman memiliki modal usaha yang berbeda – beda antar pelaku UMKM lainnya. Murtini dengan modal Rp. 2.150.000 untuk dijadikan modal awal usahannya, lalu Devi dengan modal Rp. 2.000.000 ternyata belum cukup dan masih kurang karena harga bahan tas anyaman naik dan Ibu Istanti dengan modal Rp. 4.500.000, karena Istanti sebagai penyedia bahan – bahan baku untuk pembuatan kerajinan tas anyaman agar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman yang lain tidak kesulitan dalam mencari bahan – bahannya dan tidak perlu pergi ke kota juga dengan ini modal yang dikeluarkan Istanti bisa kembali dan mendapatkan keuntungan. Dengan modal usaha antara Rp 2.000.000 – Rp

---

<sup>19</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>20</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

4.500.000 ternyata belum sesuai dengan kriteria usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) tetapi modal yang digunakan ini dari dana yang dimiliki. Jadi, untuk modal usaha disini belum mampu untuk mengcover semua kebutuhan tetapi hanya mampu digunakan untuk membeli bahan – bahan tas anyaman karena jumlah modal yang dimiliki terbatas dan modal yang digunakan yaitu uang pribadinya.

b. Tenaga kerja yang terdidik dan terampil

Tenaga kerja menurut Devi Rahayu yaitu setiap orang yang mampu melakukan suatu pekerjaan yang menghasilkan barang atau jasa, baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat.<sup>21</sup> Tenaga kerja yang terlatih dan terdidik seperti sudah mempunyai keahlian dan keterampilan didalam bidangnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui bahwa tenaga kerja selain Devi ada 2 tenaga kerja yang ikut bekerja di usaha tas anyamannya. Devi merekrut tenaga kerja dari saudara dan tetangga terdekat yang benar – benar sudah ahli dan terampil serta mampu untuk berinovasi untuk kedepannya demi kemajuan usaha milik Devi.<sup>22</sup>

Tenaga kerja yang ikut bekerja dengan Murtini ada 2 orang dan rencananya Murtini akan merekrut lagi 2 orang tenaga kerjalagi. tenaga kerja yang bekerja di usaha tas anyaman milik

---

<sup>21</sup> Rahayu, *Buku Ajar Hukum Ketenagakerjaan*, 22.

<sup>22</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

Murtini sudah terampil dan terdidik karena sudah mengikuti pelatihan di Balai Desa Ngadisanan, tetapi belum mampu untuk mendirikan usaha sendiri.<sup>23</sup> Di usaha kerajinan tas anyaman milik Istanti memiliki 2 tenaga kerja selain dari keluarganya sendiri. Karyawan yang bekerja di usaha kerajinan tas anyaman milik Istanti ada yang sudah terampil dan ahli serta mampu berinovasi tetapi ada juga yang belum ahli dan terampil karena belum mempunyai pengalaman, jadi karyawan ini belajar sambil bekerja.<sup>24</sup>

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut sudah mampu dalam mencari tenaga kerja yang terdidik dan terampil untuk dijadikan faktor pendukung. Jumlah tenaga kerja rata – rata mempunyai 2 karyawan, karyawan ini di ambil dari saudara maupun tetangganya yang sudah ahli, terampil dan mampu berinovasi untuk kedepanya. Jadi, tenaga kerja yang ada di usaha kerajinan tas anyaman ini sudah sesuai dengan kriteria, karena para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dan para karyawan sudah mampu berinovasi dan bisa untuk menghasilkan barang dan uang tambahan.

c. Pendidikan yang cukup

Pendidikan adalah salah satu bentuk pertolongan atau

---

<sup>23</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>24</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

bimbingan yang diberikan orang yang mampu, dewasa dan memiliki ilmu terhadap perkembangan orang lain untuk mencapai kedewasaan dengan tujuan supaya pribadi yang dididik memiliki kecakapan yang cukup dalam melaksanakan segala kebutuhan hidupnya secara mandiri. Pendidikan terdidik yang mampu untuk memperkuat kemampuan inovasi dan meningkatkan kreativitas seseorang. Untuk pendidikan terakhir Devi yaitu SMA, tetapi ia mampu mendirikan usaha sendiri dan mampu membuka lowongan pekerjaan bagi orang lain yang membutuhkan pekerjaan.<sup>25</sup>

Istanti pendidikan terakhirnya yaitu SMA, walaupun hanya lulusan SMA Ibu Istanti mampu mendirikan usaha sendiri dan sekarang bisa berkembang serta menjadi pemasok bagi pelaku UMKM lainnya.<sup>26</sup> Untuk pendidikan terakhir Murtini yaitu SMA, walaupun Ibu Murtini hanya lulusan SMA tetapi dia bisa membuka lowongan pekerjaan bagi yang membutuhkan pekerjaan.<sup>27</sup>

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman sudah mampu membuka usaha kerajinan tas anyaman sendiri walaupun pendidikan terakhirnya hanya SMA sederajat. Pendidikan terdidik ini lah yang mampu untuk memperkuat kemampuan inovasi dan meningkatkan kreativitas para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman sehingga mereka

---

<sup>25</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>26</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023

<sup>27</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

mampu untuk membuka lowongan pekerjaan bagi orang lain yang membutuhkan pekerjaan, sehingga hal ini dapat dikatakan sebagai faktor pendukung UMKM kerajinan tas anyaman.

d. Pengalaman yang cukup

Pengalaman menurut Syaiful Sagala suatu kunci konsep manusia atas segala sesuatu. Pengalaman ialah suatu realitas yang telah meresap dan membina pribadi.<sup>28</sup> Pengalaman kerja yang cukup ini mempunyai waktu atau masa kerja sebelumnya dan memiliki keterampilan serta pengetahuan. Berdasarkan wawancara dengan para informan di dapatkan bahwa pengalaman para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dan karyawan rata – rata sekitar 4 – 6 bulan baru bisa paham bagaimana teknik dalam membuat tas anyaman yang baik, bagus dan rapi. Pengalaman kepehaman dan inovasi ini tergantung dari individunya sendiri bisa cepat tanggap atau tidak dalam mengayam tas anyaman ini.<sup>29</sup>

Pengalaman Murtini belajar membuat kerajinan tas anyaman kurang 5 lebih 5 bulan dan belajarnya itu ketika ada pelatihan di Balai Desa Ngadisanan bersama ibu – ibu yang lainnya. Pada akhirnya Murtini mampu membuka usaha kerajinan tas anyaman sendiri dan mampu memasarkan ke media sosial.<sup>30</sup> Pengalaman belajar Devi yaitu kurang lebih 6 bulanan, belajarnya juga seperti

---

<sup>28</sup> Sagala, *Etika dan Moralitas Pendidikan Peluang dan Tantangan*, 9.

<sup>29</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>30</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

ibu – ibu yang lainnya di Balai Desa Ngadisanan. Tujuan Devi belajar membuat tas anyaman ini selain untuk mengisi waktu luang yaitu untuk membuka usaha tas anyaman guna dapat membantu perekonomian keluarganya.<sup>31</sup> Pengalaman belajar Eka ini 6 bulan di rumah Murtini, disana Eka sekalian belajar sambil bekerja. Karena menurutnya belajar sambil bekerja juga ada manfaatnya bagi dirinya yaitu paham dalam mengayam tas dan bisa mendapatkan uang tambahan.<sup>32</sup>

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut sudah sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Syaiful Sagala. Rata – rata pengalaman dalam belajar membuat tas anyaman adalah 4 – 6 bulan tergantung dari individunya sendiri, mereka mampu menguasai ilmunya apa tidak, terampil apa tidak. Pengalam disini sangat penting sekali karena dengan adanya pengalaman bisa menambah skill para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman untuk berinovasi dan berkarya untuk kedepannya agar usahanya dapat berkembang terus. Jadi, untuk para pelaku UMKM dan karyawan memiliki pengalam yang berbeda – beda tetapi tidak dijadikan masalah berapa pengalaman yang diperoleh dari belajar membuat tas anyaman, karena disini yang dilihat adalah mereka mampu atau tidak dalam membuat tas

---

<sup>31</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>32</sup> Eka, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

anyaman. Para pelaku UMKM dan karyawan sudah bisa dan mampu membuat inovasi baru dari pengalaman belajar membuat tas anyaman sebelumnya.

e. Usia yang produktif

Usia produktif kerja, dapat diartikan sebagai semua orang yang sedang mencari kerja, sedang bekerja, hingga seseorang yang belum mendapatkan pekerjaan. Usia produktif diantaranya merupakan tingkatan usia seseorang pada dasarnya telah mampu bekerja serta mendapatkan penghasilan sendiri. Kategori usia produktif ini sendiri berada pada rentan usia 15 – 65 tahun.<sup>33</sup> Berdasarkan wawancara dengan para informan di dapatkan bahwa jika rata – rata usia para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dan para pekerja yaitu sekitar 26 – 50 tahun. Kebanyakan yang bekerja di kerajinan tas anyaman adalah ibu – ibu rumah tangga yang sudah mempunyai anak.<sup>34</sup>

Usia Istanti yaitu 40 tahun dan yang karyawannya berumur sekitar 28 – 30 tahun, seperti yang lainnya kebanyakan yang ikut bekerja adalah ibu – ibu rumah tangga karena pekerjaan ini dijadikan pekerjaan sampingan.<sup>35</sup> Usia Devi yaitu 35 tahun dan untuk karyawannya berusia sekitar 26 – 30 tahun karena yang bekerja para ibu – ibu rumah tangga. Devi mencari usia yang lebih

---

<sup>33</sup> Triyawan, *Pengantar Demografi*, 134.

<sup>34</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>35</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.



muda karena untuk membantunya dalam memasarkan barang produknya di media sosial dan paham cara penggunaan media sosial.<sup>36</sup>

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut sudah memasuki usia produktif dimana rata – rata usinya adalah 26 – 50 tahun dan kebanyakan ibu – ibu rumah tangga yang bekerja karena tujuan mereka untuk mendapatkan uang tambahan di rumah tangganya dan mampu menambah keterampilan mereka untuk kedepannya. Jadi, dengan usia rata – rata 26 – 50 tahun mereka masih mampu bekerja dan dapat menghasilkan uang tambahan dan ini masih terbilang usia yang masih produktif dalam bekerja.

## 2. Faktor – faktor penghambat

Menurut Sayid Abas ada beberapa faktor penyebab kegagalan dalam menjalankan usaha, yaitu pengetahuan pasar yang tidak memadai, kinerja produk yang salah, pemasaran dan penjualan yang tidak efektif, tidak disadari adanya tekanan pesaing, keusangan produk yang terlalu cepat, dan waktu memulai usaha yang tidak tepat.<sup>37</sup> Berdasarkan wawancara dengan para informan di dapatkan bahwa faktor – faktor penghambat yang dialami para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman yaitu menurut Murtini faktor – faktor penghambat yang dialami pelaku UMKM kerajinan tas anyaman

---

<sup>36</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>37</sup> Abas, *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*, 79–80.

yaitu turunya pendapatan karena adanya pesaing dari luar kota. Turunya pendapatan ini dikarena ada seseorang yang pandai dalam membuat tas anyaman akan tetapi ia malah menjadi guru atau pelatih membuat tas anyaman dikota lain, sehingga dikota lain masyarakatnya menjadi pandai dan bisa membuat tas anyaman sendiri. Dengan permasalahan itu masyarakat dari kota lain sudah tidak membeli lagi di UMKM tas kerajinan tas anyaman Desa Ngadisanan dan sekarang mereka menjadi pesaing bagi kami, maka dari itu pendapatan yang seharusnya bisa stabil dan meningkat akan tetapi malah menjadi turun.<sup>38</sup>

Faktor penghambat yang dialami oleh Devi yaitu turunya sebuah pendapatan, pendapatan yang dihasilkan tidak seperti biasanya tetapi ini menurun karena adanya pesaing dari luar kota. Masyarakat luar kota sudah mampu berinovasi dengan berbagai bentuk tas anyaman, sehingga mereka menjadi pesaing bagi pelaku UMKM kerajinan tas anyaman Desa Ngadisanan.<sup>39</sup> Faktor penghambat yang dialami oleh Istanti sebagai pengepul yaitu turunya pendapatan dan anjloknya pemasaran tas anyaman karena banyak pesaing dari luar kota. Padahal sebelumnya pendapatan yang dihasilkan cukup banyak tetapi untuk sekarang karena telah banyak persaingan UMKM kerajinan tas anyaman mengakibatkan turunya pendapatan

---

<sup>38</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>39</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

yang dihasilkan.<sup>40</sup> Faktor penghambat yang dialami Lina sebagai karyawan juga merasakan penghasilan yang ia dapatkan menjadi berkurang tidak seperti biasanya. Sebelumnya Lina bisa menabung sedikit – sedikit tetapi untuk sekarang menjadi tidak bisa karena uang yang didapat dari pemilik usaha kerajinan tas anyaman juga menjadi berkurang. Hal ini disebabkan karena banyak pesaing dari luar kota sehingga pesanan yang awalnya banyak menjadi ikut berkurang.<sup>41</sup>

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut mengalami penurunan pendapatan dan adanya pesaing seperti yang dijelaskan oleh Sayid Abas dalam teori faktor penghambat usaha. Hal ini disebabkan karena adanya pesaing dari luar kota seperti Malang dan Blitar serta mematikan pasaran mereka. Para karyawan juga merasakan adanya penurunan pendapatan yang didapat menjadi berkurang, mereka juga menyadari pendapatan yang berkurang ini disebabkan karena adanya pesaing tas anyaman dari luar kota dan pesanan tas anyaman juga menjadi berkurang tidak seperti biasanya, maka hal ini menyebabkan harga menjadi anjlok. Para pelaku UMKM yang lain yang sudah terampil mengajari atau menjadi guru dikota lain sehingga masyarakat dari kota lain mampu membuat sendiri dan

---

<sup>40</sup> Istanti, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>41</sup> Lina, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

tidak membeli lagi di kerajinan tas anyaman Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo. Maka dari itu keuntungan yang didapat menjadi turun dan para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman sekarang harus mampu bersaing dengan kota lain agar keuntungan yang didapatkan bisa kembali lagi seperti semula.

Dari semua wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kerajinan tas anyaman tersebut sudah mampu menerapkan faktor pendukung dari segi modal yang cukup dimana modal ini hanya mampu untuk mengcover untuk membeli bahan – bahannya saja tetapi modal yang digunakan uangnya sendiri. Untuk tenaga kerja yang terdidik dan terampil sudah termasuk jadi faktor pendukung juga karena tenaga kerja yang bekerja sudah ahli dan terampil serta mampu berinovasi untuk kedepannya. Pendidikan yang tinggi mampu membuka usaha sendiri dan membuka lowongan pekerjaan bagi orang lain.

Pengalaman kerja yang cukup membuat para pelaku UMKM mampu berinovasi dan menjadi terampil dalam menjalankan usahanya. Lalu untuk usia yang produktif, disini pelaku UMKM rata- rata para ibu - ibu rumah tangga karena mereka membutuhkan pekerjaan sampingan dengan rata – rata usia yang masih produktif dan mampu untuk bekerja. Adapun faktor penghambat yang mempengaruhi UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan salah satunya adalah persaingan antar pelaku UMKM kerajinan tas

anyaman dari luar kota. Persaingan ingin muncul ketika ada pengrajin yang ahli pindah ke luar kota dan menjadi tutor dalam pelatihan membuat tas anyaman, sehingga masyarakat yang ikut pelatihan dapat membuat kerajinan tas anyaman sendiri dan sekarang menjadi pesaing UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan.

### **C. Dampak Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman terhadap perekonomian masyarakat**

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat, dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif.<sup>42</sup> Berdasarkan wawancara dengan para informan di dapatkan bahwa strategi pengembangan UMKM ini berdampak positif dan negatif bagi pelaku UMKM dan para pekerja, strategi pengembangan UMKM ini ternyata berdampak positif bagi pelaku UMKM kerajinan tas anyaman seperti Istanti dan karyawannya. Istanti bisa membuka lowongan pekerjaan bagi yang membutuhkan seperti para ibu – ibu rumah tangga yang membutuhkan pekerjaan sampingan untuk memperoleh penghasilan tambahan. Tujuan Istanti mempekerjakan para ibu – ibu rumah tangga yaitu agar bisa mengolah keterampilan dan kreatifnya menjadi hal positif salah satunya mendapat uang tambahan untuk keluarganya.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Tampi, Kawung, dan Tumiwa, “Dampak Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan terhadap Masyarakat Di Kelurahan Tingkulu,” 3–4.

<sup>43</sup> Istanti, Wawancara, 10 Februari 2023.

Strategi pengembangan UMKM ini juga berdampak positif bagi Murtini selaku pengrajin tas anyaman karena selain mendapatkan penghasilan tambahan, Murtini mampu memberikan pekerjaan untuk yang membutuhkan. Menurut Murtini pekerjaan ini kebanyakan yang berminat para ibu – ibu rumah tangga karena untuk mengisi waktu luang dan mendapatkan penghasilan tambahan.<sup>44</sup> Strategi pengembangan UMKM juga berdampak positif bagi Devi, menurutnya strategi pengembangan UMKM ini dapat membantu Devi menghasilkan penghasilan tambahan dan dapat membantu para ibu – ibu rumah tangga yang membutuhkan pekerjaan sampingan untuk mengisi waktu luang. Bagi karyawan Devi juga berdampak positif karena ia dapat menghasilkan penghasilan tambahan untuk membantu keuangan keluarganya.<sup>45</sup>

Adanya strategi pengembangan UMKM ini ternyata berdampak negatif bagi Eka selaku karyawan karena dampak adanya persaingan antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman ini pendapatan yang dihasilkan Eka menjadi berkurang tidak seperti biasanya yang diperoleh. Pendapatan yang biasanya diperoleh cukup banyak dan mampu untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari tetapi untuk sekarang penghasilan yang didapatkan menjadi berkurang karena adanya pesaing dari luar kota.<sup>46</sup>

Lina sebagai karyawan juga mengatakan bahwa strategi pengembangan UMKM ini berdampak negatif juga. Menurut Lina jika strategi

---

<sup>44</sup> Murtini, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>45</sup> Devi, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

<sup>46</sup> Eka, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman ini tidak sesuai dengan apa yang di inginkan maka akan timbul dampak negatif salah satunya yaitu banyaknya persaingan antara para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota dan mengakibatkan pendapatan yang diperoleh para pelaku UMKM dan karyawan menjadi berkurang. Pada saat ini para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman belum menemukan solusi untuk mengatasi persaingan agar pendapatan yang didapat bisa Kembali seperti sebelumnya.<sup>47</sup> Nurhati yang usianya sudah 50 tahun, menurutnya strategi pengembangan UMKM ini berdampak positif baginya karena walaupun usianya sudah cukup tua tapi masih bisa ikut bekerja. Nurhati bekerja di usaha kerajinan tas anyaman milik Murtini dimana tempatnya sangat dekat dengan rumahnya. Nurhati bekerja dibagian mengayam tas yang juga dibantu oleh karyawan lainnya, ada juga ibunya Murtini, suami Murtini dan Murtini sendiri. Jadi Nurhati tidak perlu jauh – jauh ke luar desa untuk mendapatkan pekerjaan sampingan guna mendapatkan penghasilan tambahan untuk memenuhi kebutuhan sehari – harinya.

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman tersebut memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi pelaku UMKM dan masyarakat Desa Ngadisanan. Sebagian pelaku UMKM mengatakan bahwa pendapatan yang didapat juga semakin meningkat. Pelaku UMKM kerajinan tas anyaman juga bisa membantu masyarakat yang lain untuk mendapatkan

---

<sup>47</sup> Lina, *Wawancara*, 10 Februari 2023.

pekerjaan sampingan, agar para ibu – ibu rumah tangga tidak perlu bekerja keluar kota maupun keluar negeri. Pendapatan yang dihasilkan juga mampu untuk menyekolahkan anaknya dan juga mampu untuk memenuhi kebutuhan sehari – harinya serta menambah penghasilan dalam keluarganya. Dengan adanya kerajinan tas anyaman ini mampu meningkatkan keterampilan dan kreatifitas bagi pelaku UMKM dan masyarakat Desa Ngadisanan. Ada juga menurut Eka dan Lina, mereka mengatakan jika strategi pengembangan ini berdampak negatif bagi mereka selaku karyawan. Dampak negatif ini memberikan dampak berupa turunya pendapatan atau upah kerja mereka, hal ini disebabkan karena adanya persaingan antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota, hingga saat ini para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman belum menemukan solusi untuk mengatasinya.

Jadi untuk startegi pengembangan UMKM ini memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dan karyawannya. Dampak positifnya bagi pelaku UMKM untuk karyawannya yaitu dapat memberikan lapangan pekerjaan sehingga para ibu – ibu rumah tangga tidak perlu mencari pekerjaan diluar kota untuk mencari pekerjaan sampingan dan dapat memenuhi kebutuhan sehari – hari dan ada juga karyawan yang merasakan dampak positif dari strategi pengembangan UMKM tas anyaman ini yaitu dengan adanya usaha tas anyaman ini bisa menjadikan sebagai pekerjaan sampingan dan usaha tas anyaman ini sangat dekat dengan rumah serta bisa mendapatkan pendapatan tambahan. Dampak



negatif yang dirasakan oleh karyawan pada saat ini yaitu banyaknya persaingan para pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota sehingga menyebabkan pendapatan yang diperoleh menjadi menurun dan para pelaku UMKM belum menemukan solusi untuk mengatasi permasalahan ini.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan dan hasil pembahasan yang telah dipaparkan mengenai strategi pengembangan UMKM, faktor pendukung dan penghambat UMKM, dan dampak strategi pengembangan UMKM, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman para pelaku UMKM sudah melakukan strategi pengembangan cukup berjalan dengan baik dalam Strategi Produk, Strategi Penjualan, Strategi Pasar dan Strategi Distribusi.
2. Faktor pendukung UMKM kerajinan tas anyaman yaitu dari modal yang cukup, tenaga kerja yang terdidik dan terampil, pendidikan yang cukup, pengalaman yang cukup dan usia yang produktif. Faktor penghambat yang mempengaruhi UMKM kerajinan tas anyaman yaitu persaingan harga antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota.
3. Dampak strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman tersebut ada sebagian pelaku UMKM mengatakan bahwa strategi pengembangan ini berdampak positif dan ada juga yang mengatakan bahwa strategi pengembangan ini berdampak negatif.

## B. Saran

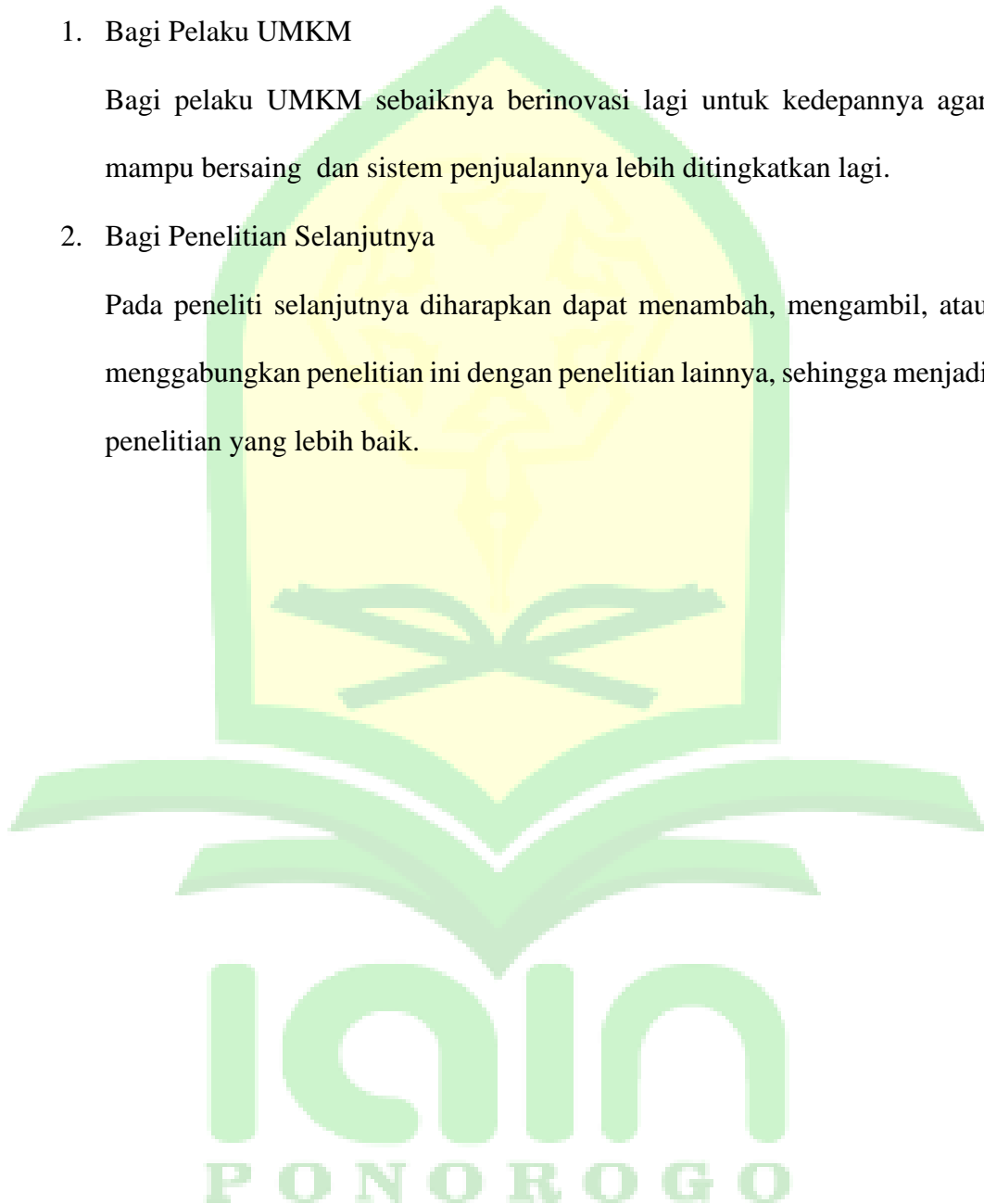
Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Pelaku UMKM

Bagi pelaku UMKM sebaiknya berinovasi lagi untuk kedepannya agar mampu bersaing dan sistem penjualannya lebih ditingkatkan lagi.

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah, mengambil, atau menggabungkan penelitian ini dengan penelitian lainnya, sehingga menjadi penelitian yang lebih baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abas, Sayid. *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*. Ponoro: Unmuh Ponorogo Press, 2017.
- Alhempri, Raden Rudi, dan Wismar Harianto. “Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan.” *Media Riset Bisnis & Manajemen* Vol. 13, no. 1 (April 2013).
- Armiani. “Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja UMKM Di Nusa Tenggara Barat.” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol. 5, no. 3 (2021).
- Batubara, Silviana, Fithra Maharani, dan Makhrani. “Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 2, no. 1 (Januari 2022).
- Damanuri, Aji, dan Yuni Puspitaningrum. “Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun.” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* Vol. 2, no. 2 (Juni 2022).
- Darmanto, Sri Wardaya, dan Lilis Sulistyani. *Kiat Percepatan Kinerja UMKM dengan Model Strategi Orientasi Berbasis Lingkungan*. Yogyakarta: CV BudiUtama, 2018.
- Dwi Ananda, Amin, dan Dwi Susilowati. “Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang.” *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol. X, no. X (2018).
- Fauziah, Pitri. “Strategi Pengembangan UMKM Menggunakan Business Model Canvas.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 2, no. 2 (2020).
- Fibriyanti, Yenni Vera, Noer Rafikah Zulyanti, dan Alfiani. “Pengembangan UMKM Kerajinan Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Sumberjo Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan.” *Jurnal Karya Abdi* Vol. 4, no. 3 (Desember 2020).

- Fitriani, Ajeng Pipit, Aldzu Pazeroma, dan Dwi Rahayu. “Strategi Pemasaran Dan Literasi Syariah Dalam Mendukung Pemberdayaan UMKM Masyarakat.” *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 1, no. 2 (Juli 2022).
- Fitrianna, Nurma, Pipit Septiana Sholikha, Dwi Rahayu, dan Suci Setiawan. “Strategi Pembiayaan Bankziska Terhadap Praktik Riba Pada Pelaku UMKM.” *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf* Vol. 2, no. 2 (2021).
- Hamdi, Mohamad Mustafid. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Pondok Pesantren.” *STAI Darussalam* Vol. 2, no. 1 (Agustus 2021).
- Hanim, Lathifah, dan Noorman. *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: UNISSULA PRESS, 2018.
- Hariyoko, Yusuf. “Pengembangan UMKM di Kabupaten Tuban.” *Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya*, 2018.
- Hasanah, Nuramalia, Saparuddin Muhtar, dan Indah Muliasari,. *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Ponogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020.
- Husamah, Arina Restian, dan Rohmad Widodo. *Pengantar Pendidikan*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019.
- Idayu, Riyanthi, Mohamad Husni, dan Suhandi. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten.” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* Vol.7, no. 1 (Juni 2021).
- Irawati, Rina. “Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil.” *Jurnal JIBEKA* Vol. 12, no. 1 (2018).
- Ishak, Parmin, dan Nur Lazimatul Hilma Sholehah. “Implementasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19.” *Gorontalo Accounting Journal* Vol. 4, no. 2 (2021).
- Jefria, Ulfi, dan Ibrohim. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten

- Serang Banten.” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* Vol. 7, no. 1 (Juli 2021).
- Karyoto. *Proses Pengembangan Usaha*. Batang: Karyoto, 2021.
- Lubis, Fadli Akbar. *Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah*. Medan: Umsu Press, 2021.
- Manurung, Adler Haymans. *Modal Untuk Bisnis UKM*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2008.
- Mashuri, Eriyana, dan Ezril. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Pasar Sukaramai Di Kecamatan Bengkalis.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* Vol. 8, no. 1 (Juni 2019).
- Mendrofa, Yupiter. “Pengaruh Strategi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan pada UD. Vian Jaya Kota Gunungsitoli.” *Jurnal EMBA* Vol. 9, no. 2 (April 2021).
- Muhammad, Suwarsono. *Strategi Pemerintahan*. Jakarta: Erlangga, 2018.
- Mulia, Elvie. *Rahasia Sukses Memimpin Tim Penjual*. Jakarta: Gramedia, 2015.
- Nilamsari, Natalina. “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif.” *Wacana* Vol. 8, no. 2 (Juni 2014).
- Ni'matul Ulya, Husna, dan Ravina Putri Agustin. “Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merek Dagang Dan Label Pada UMKM Jajanan Camilan Di Desa Joresan Mlarak Ponorogo.” *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol 1, no. 1 (Juni 2022).
- Parlindungan Sinaga, Anton, Syafri, Siti Hajar, Kholilul Kholik, Nur Ambia Arma, Dumora Jenny M. Siagian, Silvia Darina, dan Afri Winata Lubis. “Optimalisasi Pengelolaan, Pemanfaatan Dan Pengawasan Dana Desa Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Provinsi Sumatera Utara.” *INOVASI: Jurnal Politik dan Kebijakan* Vol. 19, no. 1 (Mei 2022).
- Prasasti, Suci, dan Erik Teguh Prakoso. “Karakter Dan Perilaku Milineal: Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi” Vo. 3, no. 1 (2020).

- Purnomo, Fajrin. "Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan Umkm Di Madura." *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* Vol. 6, no. 2 (2019).
- Putri, Sedinadia. "Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19." *Ekonomika Syariah* Vol. 4, no. 2 (Juli 2020).
- . "Peran Pembiayaan Syariah Dalam Pengembangan UMKM Di Indonesia." *AL-HISAB: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1, no. 2 (Juni 2021).
- Putri Utami, Destiani, Dwi Melliani, Fermim Niman Maolana, Fitriana Marliyanti, dan Asep Hidayat. "Iklim Organisasi Kelurahan DAalam Persepektif Ekolog." *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol. 1, no. 12 (Mei 2021).
- Qori Lutfiyani, Intan, Andre Yas ip Hastad, Fetri Wahyuningsih, Ane Tika Wahyuni, Ghizela Fineartha Fauz, Ani Nurfaizah, Mustofa, Titi Rohimah, dan Rahmat Yanuar. "Pengembangan UMKM melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap." *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat* Vol. 4, no. 1 (April 2022).
- Rahayu, Devi. *Buku Ajar Hukum Ketenagakerjaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019.
- Rahmadani, Rannu Dyah, dan Waspodo Tjipto Subroto. "Analisis Strategi Pengembangan UMKMKabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)* Vol. 10, no. 2 (2022).
- Saefullah, Encep, Arta Rusidarma Putra, dan Tabroni. "Inovasi Dan Pengembangan UMKM Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi." *Reswara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 2, no. 2 (2021).
- Sagala, Syaiful. *Etika dan Moralitas Pendidikan Peluang dan Tantangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013.
- Sucianto Tjia, Heru, M. Amin Kadafi, dan Suharno. "Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian." *Kinerja* Vol. 14, no. 2 (2020).

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Elfabeta, 2007.
- Sundari, Sri, dan Indriana Sulistyowarni. "Strategi Pengembangan UMKM Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)* Vol. 7, no. 1 (Juli 2022).
- Susana, Siti. "Peranan Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam." *Riau: UIN Sultan Syarif Kasim* Vol. 2, no. 2 (2018).
- Suwarno, dan Ronal Aprianto. "Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Sinar Niaga Sejahtera Kota Lubuklinggau." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* Vol. 24, no. 1 (April 2019).
- Tampi, Andreas G. Ch., Evelin J.R. Kawung, dan Juliana W. Tumiwa. "Dampak Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan terhadap Masyarakat Di Kelurahan Tingkulu." *e-journal "Acta Diurna* Vol. 5, no. 1 (2016).
- Tanan, Christina Irwati, dan Dian Dhamayanti. "Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura." *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engageme* Vol. 1, no. 2 (2020).
- Triyawan, Andi. *Pengantar Demografi*. Banten: Media Sains Indonesia, 2023.
- Umar, Husein. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Usman. "Sosialisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Masa Pandemi Covid -19 (Suatu Pengabdian Pada Masyarakat Di Desa Biluango Kec. Kabilabone Kab. Bone Bolango)." *Universitas Negeri Gorontalo, Laporan Pengabdian Pada Masyarakat*, 2020.
- Wulan Sari, Alisa Sri Nurkomala, dan Rafika Rahmawati. "Optimalisasi digital marketing untuk pengembangan UMKM dan sosialisasi pencegahan Covid-19 pada masyarakat Tarumajaya." *MADDANA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 1, no. 1 (Agustus 2020).



Yunus, Eddy. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.

Zuhri, Saifuddin. “Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan.” *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* Vol. 2, no. 3 (Desember 2013).



