

KAJIAN PEMBERDAYAAN UMKM KOTA MAKASSAR SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PELAKU USAHA

Arsad Bahri¹, Usman Mulbar², Andi Suliana³

^{1,2} Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Negeri Makassar
Jalan Andi Pangerang Pettarani Gunung Sari Makassar

e-mail: arsad.bahri@unm.ac.id

³Badan Penelitian dan Pengembangan Pembangunan Daerah Kota Makassar
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 2 Makassar

e-mail: balitbangdamks@gmail.com

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the main pillars of the national economy with an independent perspective having great potential to improve welfare. This study aims to determine the form of empowerment that is carried out to MSMEs as an effort to improve the welfare of business owner in Makassar City, as well as to determine the response of business owners related to the empowerment program that has been carried out by the local government, especially through the Cooperatives and MSMEs Service in Makassar. The population in this study are all business owners in Makassar, both those who have participated in empowerment programs from the government and those who have never participated in these programs. The sample in this study was 60 business people selected by purposive sampling by considering several criteria both from the type of business and the background of the business owner so that respondents in this study could be heterogeneous. In addition, interviews were conducted with academics. Research instruments in the form of questionnaires and interview guidelines. Data were analyzed descriptively qualitatively. The results showed that: 1) Empowerment programs desired by business owners tended to lead to improvements in the quality of business products and empowerment programs focused on product marketing training. 2) Recommendations related to the results of research, namely: a) Every empowerment program to be carried out by the government should be prepared based on an analysis of the needs of the beneficiaries in this case business owners. b) Empowerment programs carried out by the government should be directed at improving the quality of business products and training in marketing products or providing containers to business people to market their business products. c) The program held should be able to socialize well and evenly to all business owners. This can be achieved when every information from the government is easily accessed by all business owners.

Key Words: *Community Empowerment, Small Business, Medium Business, Micro Business*

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk pemberdayaan yang dilakukan kepada pelaku UMKM sebagai upaya peningkatan kesejahteraan pelaku usaha di Kota Makassar, serta untuk mengetahui respon pelaku usaha terkait program pemberdayaan yang telah dilakukan oleh pemerintah daerah khususnya melalui Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pelaku usaha di kota Makassar baik itu yang pernah mengikuti program pemberdayaan dari pemerintah maupun yang belum pernah mengikuti program-program tersebut. Sampel dalam penelitian ini ialah 60 pelaku usaha yang dipilih secara *purposive sampling* dengan mempertimbangkan beberapa kriteria baik itu dari jenis usaha dan latar belakang pemilik usaha agar responden dalam penelitian ini bisa bersifat heterogen. Selain itu, dilakukan wawancara terhadap akademisi. Instrumen penelitian berupa angket dan pedoman wawancara. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Program pemberdayaan yang diinginkan oleh pelaku usaha cenderung yang mengarah pada peningkatan kualitas produk usaha dan program pemberdayaan yang fokus pada pelatihan pemasaran produk. 2) Rekomendasi terkait hasil penelitian yaitu: a) Setiap program pemberdayaan yang akan dilakukan oleh pemerintah sebaiknya disusun berdasarkan analisis kebutuhan penerima manfaat dalam hal ini adalah para pelaku usaha. b) Program pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah sebaiknya diarahkan pada peningkatan kualitas produk usaha dan pelatihan pemasaran produk atau pemberian wadah kepada para pelaku usaha untuk memasarkan produk-produk usahanya. c) Program yang diadakan seharusnya dapat tersosialisasi dengan baik dan merata kepada semua pelaku usaha. Hal tersebut dapat tercapai ketika setiap informasi dari pemerintah mudah diakses oleh seluruh pelaku usaha.

Kata Kunci: pemberdayaan umkm, usaha kecil, usaha menengah, usaha mikro

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan. Peranan UMKM terutama sejak krisis moneter tahun 1997 dapat dipandang sebagai media penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional. Dalam mendukung kegiatan UMKM, pemerintah melakukan dukungan melalui kebijakan agar diharapkan memberikan suntikan kepada UMKM agar tidak berhenti di tengah jalan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2009 bahwa jumlah usaha mikro mencapai 52,2 juta atau sekitar 98,87%. Keberadaan UMKM telah memberikan kontribusi secara nyata dalam penyerapan tenaga kerja yang mencapai lebih dari 96,2 juta orang. Keunggulan lain dari UMKM adalah tingkat fleksibilitasnya yang tinggi, relatif terhadap pesaingnya. Berry dkk (2001) kelompok usaha ini dilihat sangat penting di industri-industri yang tidak stabil atau ekonomi-ekonomi yang menghadapi perubahan perubahan kondisi pasar yang cepat.

UMKM terbukti berkontribusi dalam peningkatan perekonomian di Indonesia. Perekonomian di Indonesia secara nasional menunjukkan bahwa kegiatan UMKM merupakan usaha yang konsisten dan mampu berkembang. Fakta menunjukkan bahwa kesempatan kerja yang diciptakan oleh kelompok UMKM tersebut jauh lebih banyak dibandingkan tenaga kerja yang bisa diserap oleh usaha besar. Selain sebagai salah satu alternative penyediaan lapangan kerja baru, UMKM berperan baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan sebagai program pengentasan kemiskinan maupun penyerapan tenaga kerja. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menggunakan pihak-pihak tertentu saja.

Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat

pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja yang masih menganggur, selain itu mereka juga memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang potensial di suatu daerah yang belum diolah secara komersial (Budi, 2011). UMKM menjadi ujung tombak dan penyelamat perekonomian negara karena potensi UMKM memberikan sumbangan terbesar dan signifikan pada Produk Domestik Bruto (PDB) dalam hal ini penyerapan tenaga kerja.

Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha. Menurut Sumber Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2013-2015 bahwa UMKM masih menjadi pelaku mayoritas dalam bidang usaha yakni dari 54.114.821 unit usaha tahun 2013 menjadi 56.534.592 unit usaha pada tahun 2015. Sedangkan sektor Usaha Besar hanya mencapai sekitar 3.262.023 tenaga kerja pada tahun 2015. Kota Makassar merupakan Ibukota Provinsi Sulawesi Selatan, yang boleh dikatakan memiliki jumlah UMKM tergolong besar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1 terkait data jumlah UMKM per kecamatan di Kota Makassar.

Tabel 1. Jumlah UMKM di Kota Makassar Tahun 2018

No	Kecamatan	Jumlah UMKM
1	Mariso	517
2	Mamajang	81
3	Tamalate	157
4	Makassar	149
5	Ujung Pandang	364
6	Wajo	25
7	Bontoala	381
8	Ujung Tanah	8
9	Tallo	82
10	Panakuk kang	176
11	Biringkanaya	63
12	Tamalanrea	25
13	Rapocchini	408
14	Manggala	323
15	Sangkarrang	5
TOTAL		2683

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar (2018)

Peningkatan jumlah UMKM di kota Makassar, tentu tidak lepas dari peran pemerintah dalam mengembangkan potensi

UMKM yang ada. Rahmat (2018) menyatakan bahwa salah satunya yang ada di Makassar yaitu Dinas Perdagangan Kota Makassar yang memiliki peran untuk mengembangkan potensi UMKM serta menjadi jembatan memasarkan produk dari para anggotanya agar mampu bersaing dengan produk negara lain dengan cara mengikuti pembinaan yang disiapkan oleh dinas secara gratis. Kuantitas UMKM di Kota Makassar yang bergerak dalam bidang industri kreatif senantiasa mencatatkan pertumbuhan cukup tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Namun demikian, kontribusi segmen tersebut masih relatif kecil terhadap struktur perekonomian Makassar.

Seiring bertambahnya tahun, sektor informal menjadi trend yang masif di tengah masyarakat kita. UMKM memiliki peran penting dalam memajukan perekonomian daerah. Upaya menumbuhkan UMKM setidaknya dilandasi berdasarkan tiga alasan 1) UMKM bertujuan untuk menyerap tenaga kerja, 2) pemerataan pendapatan dan 3) pengentasan kemiskinan. Tentunya, tantangan yang dihadapi UMKM untuk memperkuat struktur perekonomian nasional cukup berat. Maka perlunya pemberdayaan UMKM lebih diarahkan pada meningkatkan proses panjang pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah dan pengusaha mikro menjadi usaha kecil. Bila disadari pengembangan usaha kecil dan menengah menghadapi beberapa kendala kemampuan ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, informasi pemasaran dan pencatatan keuangan. Untuk itu pelaku UMKM harus siap meningkatkan sektor-sektor perekonomian yang berbasis kemandirian agar siap bersaing menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

Usaha mikro tergolong jenis usaha marjinal, yang karena penggunaan teknologi yang relatif sederhana, tingkat modal yang rendah, akses terhadap kredit yang rendah, serta cenderung berorientasi pada pasar lokal. Oleh karena itu, harus selalu diupayakan strategi yang tepat untuk

memberdayakan UMKM agar kesejahteraan masyarakat semakin terangkat. Berbagai peran strategis dimiliki sektor UMKM, namun sektor ini juga dihadapkan berbagai permasalahan. Dalam penerapannya ditemukan permasalahan terkait yang dialami oleh UMKM antara lain (1) kurang permodalan, (2) kesulitan dalam pemasaran, (3) persaingan usaha yang ketat, (4) kesulitan bahan baku, (5) kurang teknis produksi keahlian, (6) kurang ketrampilan manajerial usaha dan kualitas sumber daya manusia pengelolanya, (7) kurang manajemen keuangan, (8) iklim usaha (perizinan, aturan perundang-undangan) yang kurang kondusif. Kendala dan permasalahan usaha kecil dan informal lainnya juga disebabkan karena sulitnya akses terhadap informasi dan sumberdaya produktif seperti modal dan teknologi, yang berakibat menjadi terbatasnya kemampuan usaha kecil untuk berkembang (Kurniawan dan Fauziah, 2014).

UMKM perlu diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah dan pengusaha mikro menjadi usaha kecil. Namun tantangan UMKM juga masih terjadi seperti kendala kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, informasi pemasaran dan pencatatan keuangan. Kebijakan yang diambil pemerintah adalah melakukan pemberdayaan UMKM yang mencakup: peningkatan akses pada sumber pembiayaan, pengembangan kewirausahaan, peningkatan pasar produk UMKM dan reformasi birokrasi.

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan tujuan penelitian sesuai dengan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui bentuk pemberdayaan yang dapat dilakukan kepada pelaku UMKM sebagai upaya peningkatan kesejahteraan pelaku usaha di Kota Makassar. 2) Untuk mengetahui respon pelaku usaha terkait program pemberdayaan yang telah dilakukan oleh pemerintah daerah.

**2. KAJIAN LITERATUR
UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)**

UMKM dalam perekonomian Indonesia merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah diatur dalam payung hukum. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per-tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari: (1) badang usaha (Fa, CV, PT, dan koperasi) dan (2) perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa) (Rahmana, 2008).

Menurut Kementrian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UMKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha

milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan (Rahmana, 2008).

Pada Bab II pasal 5 UU No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah: 1) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan; 2) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usah Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. 3) Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008, kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha. Tabel 2 menunjukkan kriteria UMKM.

Tabel 2. Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria Asset	Kriteria Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 500 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Berdasar Perkembangan, selain berdasar Undang-undang tersebut, dari sudut pandang perkembangannya, Rahmana (2008) mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu: 1) Livelihood Activities, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima; 2) *Micro Enterprise*, merupakan

Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan; 3) Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor; 4) Fast Moving Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

Pemberdayaan UMKM

Mahidin (2006), mengemukakan bahwa pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang atau kelompok sehingga mampu melaksanakan tugas dan kewenangannya sebagaimana tuntutan kinerja tugas tersebut. Pemberdayaan merupakan proses yang dapat dilakukan melalui berbagai upaya, seperti pemberian wewenang, meningkatkan partisipasi, memberikan kepercayaan sehingga setiap orang atau kelompok dapat memahami apa yang akan dikerjakannya, yang pada akhirnya akan berimplikasi pada peningkatan pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.

Konsep pemberdayaan yang dilakukan bertujuan pada pemberdayaan bidang ekonomi dan bidang sosial, dengan maksud kelompok sasaran dapat mengelola usahanya, kemudian memasarkan dan membentuk siklus pemasaran yang relatif stabil dan agar kelompok sasaran dapat menjalankan fungsi sosialnya kembali sesuai dengan peran dan tugas sosialnya. Keberdayaan masyarakat merupakan unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan dan dalam pengertian yang dinamis mengembangkan diri dan mencapai kemajuan. Keberdayaan masyarakat itu sendiri menjadi sumber dari apa yang di dalam wawasan politik disebut sebagai ketahanan nasional. Artinya apabila masyarakat memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi, maka hal tersebut merupakan bagian dari ketahanan ekonomi nasional (Rukminto, 2008).

Dalam rangka pemberdayaan UMKM di Indonesia, Bank Indonesia (2011) mengembangkan *Five finger philosophy* (filosofi lima jari). Setiap jari mempunyai peran masing-masing dan tidak dapat berdiri sendiri serta akan lebih kuat jika digunakan secara bersamaan.

1. Jari jempol, mewakili peran lembaga keuangan yang berperan dalam intermediasi keuangan, terutama untuk memberikan pinjaman/pembiayaan kepada nasabah mikro, kecil dan menengah serta sebagai Agents of development (agen pembangunan).
2. Jari telunjuk, mewakili regulator yakni Pemerintah dan Bank Indonesia yang berperan dalam Regulator sektor riil dan fiskal, Menerbitkan ijin-ijin usaha, Mensertifikasi tanah sehingga dapat digunakan oleh UMKM sebagai agunan, menciptakan iklim yang kondusif dan sebagai sumber pembiayaan.
3. Jari tengah, mewakili katalisator yang berperan dalam mendukung perbankan dan UMKM, termasuk Promoting Enterprise Access to Credit (PEAC) Units, perusahaan penjamin kredit.
4. Jari manis, mewakili fasilitator yang berperan dalam mendampingi UMKM, khususnya usaha mikro, membantu UMKM untuk memperoleh pembiayaan bank, membantu bank dalam hal monitoring kredit dan konsultasi pengembangan UMKM.
5. Jari kelingking, mewakili UMKM yang berperan dalam pelaku usaha, pembayar pajak dan pembukaan tenaga kerja.

Kebersamaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan bank komersial merupakan salah satu dari sekian banyak bentuk simbiosis mutualisme dalam ekonomi. Kebersamaan tersebut bukan saja bermanfaat bagi keduanya, tetapi juga bagi masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menikmati ketersediaan lapangan kerja dan pemerintah menikmati kinerja ekonomi berupa naiknya Pendapatan Domestik Bruto (PDB), yang menyumbang lebih dari separuh PDB Indonesia. Namun demikian,

kerja sama tersebut tetap perlu memegang prinsip kehati-hatian untuk memastikan terwujudnya manfaat bagi kedua pihak.

Peta Jalan (Road Map) Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan berdasarkan pada road map penelitian pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Road Map Penelitian

No	Judul Penelitian	Tahun
1	Perbandingan Metode SAW dan TOPSIS pada kasus UMKM	2016
2	<i>The difficulties faced by micro and small enterprises in the formal market access: The case in small and micro enterprises in the cities of Makassar and Kabupaten Gowa south Sulawesi</i>	2016
3	Potensi Pengembangan Produk Pembiayaan <i>Natural Uncertainty Contract</i> (NUC) Di Bank Syariah Terhadap Sektor Ril UMKM	2016
4	<i>Effect of characteristics and entrepreneurial orientation towards entrepreneurship competence and crafts and arts smes business performance in Makassar</i>	2017
5	Efektivitas Pelaksanaan Akuntansi Pada UMKM Di Kota Makassar. Akuntabilitas	2017
6	<i>The Implementation of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) Policy in Makassar Based On Bromley Mode</i>	2018
7	Pengaruh Masa Kerja Terhadap Profesionalisme pegawai Di Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sulawesi Selatan	2018
8	Implementasi Sak-Etap Pada UMKM Warkop Di Kota Makassar	2018

Secara umum penelitian mengenai UMKM di Kota Makassar telah banyak dikaji oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Namun penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan informasi secara mendalam mengenai bentuk pemberdayaan UMKM sebagai upaya peningkatan kesejahteraan di Kota Makassar belum banyak dikaji oleh peneliti-peneliti sebelumnya.

3. METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survey. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pelaku usaha di kota Makassar baik itu yang pernah mengikuti program pemberdayaan dari pemerintah maupun yang belum pernah mengikuti program-program tersebut. Sampel dalam penelitian ini ialah 60 pelaku usaha yang dipilih secara *purposive sampling* dengan mempertimbangkan beberapa kriteria baik itu dari jenis usaha dan latar belakang

pemilik usaha agar responden dalam penelitian ini bisa bersifat heterogen. Lokasi penelitian difokuskan dalam lingkup kota Makassar.

Instrumen Penelitian

Terdapat 2 jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yakni instrumen berupa skala yang bertujuan untuk mengetahui respon pelaku usaha berupa data kuantitatif. Instrumen ini yang diberikan kepada 60 pelaku usaha yang menjadi responden penelitian. Instrumen kedua berupa panduan wawancara yang menghasilkan data kualitatif sebagai yang berfungsi sebagai data pendukung dari data kuantitatif. Proses wawancara dilakukan kepada beberapa pelaku usaha, pihak pemerintah daerah, dan akademisi.

Teknik Analisis Data

Terdapat 2 jenis teknik analisis data yang digunakan, data kuantitatif dianalisis dengan menggunakan pendekatan statistik deskriptif. Sedangkan data kualitatif

dianalisis dengan menggunakan Pendekatan deskriptif kualitatif. Setelah data diperoleh dengan cara pengumpulan data yang telah disebutkan, data data tersebut perlu diperiksa mengenai keabsahan data tersebut agar dapat diketahui bahwa data yang didapat tersebut memang layak dan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai data penelitian. Menurut Moleong (2005), terdapat empat kriteria dalam pemeriksaan keabsahan data ini bisa dilakukan dengan cara triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi kejujuran peneliti dan triangulasi dengan teori memanfaatkan data sumber lain diluar data yang dimaksud untuk dipakai sebagai pembanding. Pada penelitian ini teknik pemeriksaan keabsahan data yang paling sesuai digunakan adalah triangulasi sumber, dengan cara yang dipakai adalah dengan cara 1) membandingkan data hasil wawancara dengan dokumen yang bersangkutan. 2) membandingkan hasil pengamatan dari peneliti dengan pendapat orang lain walaupun objek kajian sama.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Karakteristik Responden Penelitian

Berikut adalah karakteristik dari para pelaku usaha yang menjadi responden dalam penelitian ini ditinjau dari beberapa kategori seperti pada Tabel 4.

Tabel 4 Jenis Usaha Responden Penelitian

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
Makanan	20	33,33
Kursus	7	11,67
Pakaian	12	20
Kerajinan Tangan dan lain-lain (percetakan, Jual Parfum, Fotografer)	3	5
	18	30
Total	60	100%

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki latar belakang jenis

usaha yang berbeda baik itu di bidang usaha kuliner, bidang pendidikan seperti kursus, pakaian, kerajinan tangan dan beberapa jenis usaha lainnya. Data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari jenis usaha kuliner. Untuk karakteristik responden berdasarkan lama berdirinya usaha dapat di lihat pada tabel 5.

Tabel 5. Lama Berdirinya Usaha

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
0-3 tahun	14	23,33
4-6 tahun	24	40
7-10 tahun	10	16,67
>10 tahun	12	20
Total	60	100%

Tabel 5 menunjukkan bahwa sebagian besar usaha UMKM dari responden baru berusia 4-6 tahun. Usaha tersebut boleh dikatakan tergolong masih muda dibandingkan dengan usaha pada kategori lainnya. Untuk karakteristik responden berdasarkan pendapatan bersih yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Pendapatan Bersih setiap Bulan

Pendapatan Bersih	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp 5 Jt	14	23,33
Rp 6 Jt – 10 Jt	21	35
Rp 11 Jt – 15 Jt	16	26,67
Rp 16 Jt – 20 Jt	3	5
> Rp 20 Jt	6	10
Total	60	100%

Terdapat 5 jenis kategori pendapatan bersih yang diperoleh pelaku usaha dalam penelitian ini mulai dari 0-5 juta sampai pada kategori di atas 20 juta dalam setiap bulan. Tabel 6 menunjukkan bahwa terdapat 21 UMKM dengan persentase 35% memiliki pendapatan bersih setiap bulannya sekitar 6-10 juta, dan hanya di unit usaha dengan persentase 10% yang memiliki pendapatan di atas 20 juta perbulannya.

Tabel 7. Pelaku Usaha Berdasarkan Tingkat Usaha

Pendapatan Bersih	Frekuensi	Persentase (%)
Mikro	54	90
Kecil	6	10
Menengah	0	0
Total	60	100%

Berdasarkan tabel 7, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan unit usaha skala mikro sebanyak 54 usaha, dan hanya 6 usaha yang masuk pada kategori usaha kecil. Untuk karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pemilik usaha dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Pendidikan Terakhir Pemilik Usaha

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
SD/SMP	10	16,67
SMA	15	25
S1	26	43,33
S2	9	15
S3	0	0
Total	60	100%

Data pada Tabel 8 menunjukkan bahwa sebagian besar pemilik usaha yakni sebanyak 26 orang dengan persentase 43,33% merupakan lulusan sarjana (S1), bahkan terdapat 9 UMKM yang pemiliknya merupakan lulusan magister (S2). Berdasarkan data tersebut maka dapat dilihat bahwa sebagian besar pemilik usaha memiliki latar belakang pendidikan yang mencukupi. Untuk karakteristik responden berdasarkan penggunaan *e-commerce* dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Penggunaan E-Commerce

E-Commerce	Frekuensi	Persentase (%)
Ya	39	65
Tidak	21	35
Total	60	100%

E-commerce merupakan salah satu media yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Melalui *E-commerce*, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan konsumennya. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha yakni sebanyak 65% sudah menggunakan *e-commerce*, dan sisanya sebanyak 35% tidak menggunakan *e-commerce*. Hal ini tentunya dapat menjadi peluang untuk dapat meningkatkan kualitas UMKM. Untuk karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan yang dimiliki dapat dilihat pada Tabel 10. diberikan upah setiap bulannya.

Tabel 10. Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Frekuensi	Persentase (%)
<5 Karyawan	38	63,33
6 – 10 Karyawan	13	21,67
11 – 15 Karyawan	6	10
16 – 20 Karyawan	3	5
>20 Karyawan	0	0
Total	60	100%

Tabel 10 menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha yang menjadi responden yakni sebanyak 63,33% memiliki karyawan kurang dari 5 orang, dan hanya 3 jenis usaha yang memiliki karyawan pada kategori 16-20 karyawan. Banyaknya karyawan tentunya berbanding lurus dengan penghasilan yang diperoleh pelaku usaha tersebut. Pada data sebelumnya menunjukkan bahwa sebagian besar usaha hanya memiliki penghasilan kurang dari 5 juta setiap bulannya.

Program yang telah dilakukan oleh Pemerintah Daerah berkaitan dengan Peningkatan Kesejahteraan UMKM

Berikut beberapa program yang telah dilaksanakan oleh pemerintah daerah:

- a. Program Tahun 2018
 - 1) Bimbingan teknis design keterampilan kerajinan border;
 - 2) Pemanfaatan informasi teknologi dalam peningkatan kualitas UKM;
 - 3) Peningkatan dan pengembangan jaringan kerjasama UKM;

- 4) Promosi produk unggulan UMKM.
- b. Program Tahun 2019
 - 1) Bimtek pola pengelolaan limbah rumah tangga untuk UMKM;
 - 2) Bimtek teknik pengelolaan warung makan;
 - 3) Fasilitasi pemasaran produk UMKM dengan pelaku bisnis;
 - 4) Pengembangan pemberdayaan UMKM bagi pelaku usaha jasa Laundry;
 - 5) Pemanfaatan informasi teknologi dalam peningkatan kualitas UKM;
 - 6) Peningkatan dan pengembangan jaringan kerjasama UMKM;
 - 7) Lomba lorong UKM;
 - 8) Sentra Galeri produk unggulan koperasi dan UKM;
 - 9) Penyelenggaraan promosi produk unggulan;
 - 10) Workshop peningkatan pengelolaan keuangan UMKM.

Respon Pelaku Usaha Terkait program Pemerintah

Peran pemerintah dalam hal ini adalah Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar tentunya sangat penting dalam meningkatkan kualitas dan kesejahteraan UMKM. Program dari Dinas Koperasi dan UMKM salah satunya adalah melakukan pemberdayaan pada UMKM di Kota Makassar yang telah tertuang dalam RENSTRA Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar. Maka dari itu, segala upaya yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM diharapkan untuk mendorong, memberdayakan, serta menjadi wadah bagi seluruh UMKM agar dapat berkembang. Pada bagian ini dijelaskan bagaimana respon para pelaku usaha yang menjadi responden dalam penelitian ini terkait kinerja Dinas Koperasi dan UMKM, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Respon Pelaku Usaha Terkait Peran Pemerintah Membantu Pelaku UMKM

No	Aspek	Respon Pelaku Usaha			
		Sangat Baik	Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1	Peran dalam memfasilitasi terciptanya wirausaha baru	13,33%	21,67%	53,33%	11,67%
2	Peran dalam pendampingan usaha dan manajemen bagi UMKM	13,33%	53,33%	20%	13,34%
3	Peran dalam membantu pemasaran baik melalui pameran ataupun kegiatan lainnya	13,33%	33,34%	45%	8,33%
4	Membantu pelaku usaha dalam hal permodalan	8,34%	13,33%	65%	13,33%

Terdapat 4 indikator yang digunakan untuk mengukur respon pelaku usaha terkait kinerja pemerintah kota Makassar seperti yang dapat dilihat pada tabel di atas. Untuk indikator pertama, secara umum pelaku usaha menganggap bahwa pemerintah dalam hal ini dinas koperasi dan UMKM belum mampu memfasilitasi terciptanya wirausaha baru khususnya di kota Makassar, begitupun pada indikator keempat yakni dalam hal bantuan pemberian modal usaha ataupun bantuan untuk mendapatkan modal usaha. Hal

tersebut juga dianggap belum maksimal oleh para pelaku usaha.

Selain kedua aspek tersebut, aspek terkait peranan pemerintah dalam membantu pemasaran baik itu melalui kegiatan pameran ataupun kegiatan lainnya belum dianggap maksimal. Hal tersebut terbukti dari data di atas yang menunjukkan bahwa 45% responden

berada pada kategori tidak baik atau belum maksimal terkait kinerja pemerintah pada aspek ini. Dari keempat indikator tersebut, hanya satu indikator yakni peranan dalam pendampingan usaha bagi UMKM yang dianggap baik bagi sebagian besar responden yakni sebanyak 53,33%.

Pendampingan dalam hal ini adalah seperti memberikan pelatihan manajemen usaha ataupun sosialisasi. Namun, terdapat juga 20% responden yang mengatakan bahwa pada aspek ini, kinerja pemerintah

juga belum maksimal.

Respon Pelaku Usaha Terkait Program Pemerintah

Respon pelaku usaha terkait kinerja pemerintah tentunya tidak terlepas dari tanggapan mereka terkait efektifitas dari program-program yang telah dilaksanakan oleh pemerintah daerah untuk para pelaku usaha. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Respon Pelaku Usaha Program Pemerintah

No	Aspek	Respon Pelaku Usaha			
		Sangat Baik	Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1	Program pemberdayaan yang dilakukan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM	8,33%	30%	53,34%	8,33%
2	Banyak program pemberdayaan yang diadakan namun tidak ada <i>follow up</i> setelah pelatihan	20%	46,67%	33,33%	0%
3	Informasi terkait program dari pemerintah baik yang sudah ataupun yang akan dilakukan sangat mudah diakses	8,33%	25%	56,67%	10%
4	Program pelatihan yang diadakan tersosialisasi dengan baik dan merata kepada semua pelaku usaha	10%	28,33%	53,34%	8,33%

Terdapat 4 aspek yang menjadi indikator dalam menilai ketepatan dan efektivitas dari program pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah daerah, yakni 1) program yang dilakukan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelaku usaha, dalam hal ini adalah berbasis analisis kebutuhan penerima manfaat. Hasil menunjukkan bahwa 53,34% responden menganggap bahwa program yang telah dilakukan oleh pemerintah tidak sesuai dengan analisis kebutuhan atau tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh pelaku usaha. 2) Setiap program yang dilakukan diharapkan mempunyai *follow-up* ataupun tindak lanjut. Hasil data di atas menunjukkan bahwa

46,67% responden menganggap bahwa banyak program pemberdayaan yang dilakukan pemerintah, namun tidak disertai dengan tindak lanjut. Sehingga target yang diinginkan dari program tersebut tidak tercapai secara maksimal.

Indikator selanjutnya yakni 3) kemudahan dalam mengakses Informasi terkait program pemberdayaan dari pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 56,67% responden menganggap bahwa informasi terkait program dari dinas UMKM Kota Makassar baik yang sudah ataupun yang akan dilakukan tidak mudah diakses. Hal tersebut mengakibatkan terkadang beberapa responden tidak mendapatkan informasi

terkait layanan ataupun program pemberdayaan yang dapat diikuti yang difasilitasi oleh pemerintah daerah. Indikator selanjutnya yakni 4) Program pelatihan yang diadakan tersosialisasi dengan baik dan merata kepada semua pelaku usaha. Hal ini tentunya berhubungan dengan data sebelumnya. Ketika informasinya mudah diakses, secara otomatis program dari pemerintah akan tersosialisasi dengan baik dan merata kepada semua pelaku usaha. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa 53,34% responden mengatakan program pelatihan yang diadakan selama ini tidak tersosialisasi dengan baik dan merata kepada semua pelaku usaha. Hal tersebut mengakibatkan banyak pelaku usaha kurang informasi terkait kegiatan-kegiatan yang dapat diikuti untuk

meningkatkan usahanya baik dari segi peningkatan sumber daya manusia ataupun peningkatan kualitas produk usaha.

Jenis Pemberdayaan yang diinginkan oleh Pelaku Usaha

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha, dirumuskan beberapa jenis aspek program pemberdayaan pelaku usaha yang dilaksanakan oleh pemerintah ataupun pihak non pemerintah. Aspek-aspek tersebut selanjutnya dijadikan indikator untuk mengembangkan instrumen yang bertujuan untuk mengukur program pemberdayaan apa yang menjadi prioritas bagi pelaku usaha. Untuk lebih jelasnya, dapat di lihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Jenis Pemberdayaan yang diinginkan oleh Pelaku Usaha

No	Aspek	Respon Pelaku Usaha				Total
		Sangat Setuju	Setuju	Tidak Baik	Sangat Tidak Setuju	
1	Manajemen Keuangan	41,67%	31,67%	26,66%	0%	100%
2	Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk	70%	25%	5%	0%	100%
3	Modal Usaha	43,33%	36,67%	20%	0%	100%
4	Pemasaran Produk	63,33%	21,67%	15%	0%	100%
5	Kemampuan Manajemen Usaha secara umum	23,33%	46,67%	20%	10%	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 5 aspek umum yang menjadi fokus kegiatan pemberdayaan pelaku usaha yakni dalam pelatihan manajemen keuangan, peningkatan kualitas produk, pengadaan modal usaha, peningkatan pemasaran produk, dan pelatihan manajemen usaha secara umum. Berdasarkan data di atas dapat

disimpulkan bahwa sebagian besar pelaku usaha memprioritaskan pelatihan peningkatan kualitas produk usaha dan dalam hal pemasaran produk. Hasil

wawancara yang telah dilakukan menunjukkan bahwa mereka tidak terlalu membutuhkan pelatihan yang fokus pada peningkatan kemampuan manajemen usaha secara umum, namun pelaku usaha cenderung lebih menginginkan usaha yang fokus pada peningkatan kualitas produk dan dalam hal pemasaran produk seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Rumusan Masalah Prioritas dari Hasil Wawancara

Selain menggunakan kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara untuk mengumpulkan data terkait

problematika yang dialami oleh pelaku UMKM. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada penjelasan berikut:

a. Rendahnya Kesadaran akan Pentingnya Merk atau Branding sebuah Usaha

Hasil wawancara yang dilakukan dengan responden menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil dari mereka yang sadar akan pentingnya merk atau branding sebuah usaha. Sebagian besar UMKM yang menjadi responden dalam penelitian ini belum mendaftarkan merknya di Kementerian Hukum dan HAM. Pelaku UMKM memiliki kecenderungan hanya fokus menjual tanpa memikirkan bagaimana kualitas merk dari produknya.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peran branding atau merk sebuah usaha sangatlah penting dalam upaya membesarkan bisnis UMKM. Produk yang memiliki kualitas branding yang baik tentunya akan lebih mudah diingat konsumen, sehingga akan berdampak positif terhadap peningkatan penjualan produk UMKM (Appiah dkk., 2019; Ben Youssef dkk., 2018; Rus, 2018).

b. Kurangnya Pengembangan Inovasi Produk

Permasalahan penting lainnya yang dialami oleh para pelaku UMKM adalah rendahnya inisiatif dan kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan inovasi produknya. Hal tersebut menyebabkan sulitnya pelaku usaha tersebut bersaing dengan pelaku UMKM lainnya baik itu dalam negeri maupun di luar negeri. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengembangan inovasi produk merupakan salah satu variabel utama yang sangat berperan penting untuk meningkatkan UMKM (Lestari dkk., 2019; Putri & Yasa, 2018; Manahera dkk., 2018). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa sebagian besar

responden menginginkan pelatihan yang fokus pada peningkatan inovasi produk.

c. Rendahnya Pemahaman mengenai Customer Relationship Management

Beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Martua & Djati (2018), Setiawan dkk. (2018), Iskandar dkk. (2019) menunjukkan mengenai pentingnya menjaga loyalitas konsumen dalam meningkatkan penjualan produk. Berdasarkan wawancara dengan responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak mengetahui strategi- strategi yang dapat dilakukan untuk menjaga loyalitas konsumen. Mereka cenderung belum memiliki perhatian yang besar dalam membuat program loyalitas pelanggan. Hasil penelitian sebelumnya membuktikan bahwa semakin sering pelaku UKM melakukan program loyalitas pelanggan, maka loyalitas pelanggan pun akan semakin menguat (Martua & Djati, 2018; Setiawan dkk., 2018).

Permasalahan UMKM dalam Perspektif Akademisi

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan para akademisi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kota Makassar, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan terhambatnya perkembangan UMKM yang diklasifikasikan menjadi 2 faktor umum yakni 1) faktor jangka pendek dan menengah, 2) jangka panjang. Faktor jangka pendek dan menengah yakni pembinaan dan pendampingan yang tidak *sustainable*. Pelatihan yang diberikan kepada pelaku usaha sebaiknya tidak hanya fokus pada hardskill tapi juga fokus pada peningkatan softskill. Selain itu, faktor jangka panjang dalam hal ini adalah kebijakan pemerintah yang kurang konsisten membangun dunia usaha. Termasuk akses perbankan yg saat ini tidak begitu berdampak pada pengembangan usaha mikro dan kecil.

Berdasarkan masalah tersebut, maka

terdapat beberapa solusi yang dapat diterapkan terkait permasalahan di atas. 1) Butuh Roadmap yang jelas dan detail yang melibatkan sebanyak mungkin stakeholder terkait fokus dan rancangan program yang akan diberikan kepada pelaku UMKM. 2) Dibutuhkan data yang terintegrasi (pelaku umkm, perguruan tinggi, pemerintah, dunia usaha). Peran perguruan tinggi dalam hal ini adalah melakukan pengkajian penelitian yang hasilnya dapat diterapkan oleh pelaku UMKM dan pemerintah.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat dirumuskan bahwa berkaitan dengan program pemberdayaan, sebagian besar pelaku cenderung lebih butuh program pemberdayaan yang fokus pada pelatihan peningkatan kualitas produk usaha dan program pemberdayaan yang fokus pada pelatihan pemasaran produk atau program yang memberikan wadah kepada pelaku usaha untuk memasarkan produk-produk mereka. Kedua aspek tersebut yang dianggap penting untuk dimiliki oleh para pelaku usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah daerah cenderung hanya fokus dalam hal peningkatan kemampuan dalam manajemen usaha secara umum. Program tersebut biasanya berupa pelatihan ataupun hanya sekedar sosialisasi. Berdasarkan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa program seperti ini tidak terlalu diinginkan oleh pelaku usaha. Sehingga program tersebut tidak terlalu memberikan manfaat lebih karena program tersebut dilakukan tidak berdasarkan analisis kebutuhan calon penerima manfaat. Hal tersebut dituturkan oleh beberapa narasumber yang menjadi responden dalam penelitian ini pada saat proses wawancara.

Data lain yang menarik dalam penelitian ini ialah, ketika berbicara mengenai program pemberdayaan, maka bukan hanya persoalan program apa yang akan dilakukan, tapi lebih dari itu yakni

bagaimana program tersebut dilakukan. Meskipun programnya berbasis analisis kebutuhan pelaku usaha, namun programnya tidak dilaksanakan dengan baik, maka hasil yang akan diperoleh pun tidak akan maksimal. Hasil wawancara dengan responden menunjukkan bahwa banyak program dari pemerintah daerah dianggap baik, namun tidak ada tindak lanjut dari program tersebut. Sebagian besar responden menganggap bahwa banyak program pemberdayaan yang dilakukan pemerintah, namun tidak disertai dengan tindak lanjut. Sehingga target yang diinginkan dari program tersebut tidak tercapai secara maksimal.

Selain itu, setiap program pemberdayaan yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah seharusnya mudah diakses oleh para pelaku usaha. Namun, sebagian besar responden menganggap bahwa informasi terkait program dari dinas UMKM Kota Makassar baik yang sudah ataupun yang akan dilakukan tidak mudah diakses. Ketika informasinya tidak mudah diakses, secara otomatis program dari pemerintah tidak akan tersosialisasi dengan baik dan merata kepada semua pelaku usaha. Hal tersebut terbukti dari data penelitian yang menunjukkan bahwa program pelatihan yang diadakan selama ini tidak tersosialisasi dengan baik dan merata kepada semua pelaku usaha. Hal tersebut mengakibatkan banyak pelaku usaha kurang informasi terkait kegiatan-kegiatan yang dapat diikuti untuk meningkatkan usahanya baik dari segi peningkatan sumber daya manusia, ataupun peningkatan kualitas produk usaha.

Terdapat beberapa implikasi dari hasil penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun program pemberdayaan untuk para pelaku UMKM. 2) Identifikasi mengenai berbagai respon pelaku UMKM terkait kinerja pemerintah daerah dalam hal ini adalah dinas

koperasi dan UMKM dapat digunakan sebagai acuan untuk perbaikan serta peningkatan kinerja oleh pemerintah daerah. 3) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur untuk memahami gambaran umum kondisi pelaku usaha di kota Makassar terkait respon mereka dalam mengevaluasi program pemberdayaan dari pemerintah daerah. 4) Bagi kalangan akademis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai pelaku UMKM.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa 1) Program pemberdayaan yang diinginkan oleh pelaku usaha cenderung yang mengarah pada peningkatan kualitas produk usaha dan program pemberdayaan yang fokus pada pelatihan pemasaran produk. 2) Terdapat 4 aspek yang menjadi masukan pelaku usaha terkait program pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah daerah, yakni 1) setiap program yang dilakukan sebaiknya sesuai dengan analisis kebutuhan penerima manfaat. 2) Setiap program yang dilakukan diharapkan mempunyai follow-up ataupun tindak lanjut. 3) Kemudahan dalam mengakses Informasi terkait program pemberdayaan, 4) Program pelatihan yang diadakan seharusnya dapat tersosialisasi dengan baik dan merata kepada semua pelaku usaha.

Terdapat beberapa rekomendasi yang diajukan berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu: 1) Setiap program pemberdayaan yang akan dilakukan oleh pemerintah sebaiknya disusun berdasarkan analisis kebutuhan penerima manfaat dalam hal ini adalah para pelaku usaha. 2) Program pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah sebaiknya diarahkan pada peningkatan kualitas produk usaha dan pelatihan pemasaran produk atau

pemberian wadah kepada para pelaku usaha untuk memasarkan produk- produk usahanya. 3) Program yang diadakan seharusnya dapat tersosialisasi dengan baik dan merata kepada semua pelaku usaha. Hal tersebut dapat tercapai ketika setiap informasi dari pemerintah mudah diakses oleh seluruh pelaku usaha.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Makassar, atas dana penelitian yang diberikan.

7. REFERENSI

- Aisyah, S., Musa, C. I., & Ramli, A. (2017). *Effect of characteristics and entrepreneurial orientation towards entrepreneurship competence and crafts and arts smes business performance in Makassar. International Review of Management and Marketing*, 7(2), 166-173.
- Akib, H., & Saleh, S. (2018). *Pengaruh Masa Kerja Terhadap Profesionalisme pegawai di Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sulawesi Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Alam, S. (2017). Efektivitas Pelaksanaan Akuntansi Pada UMKM di Kota Makassar. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 10(1), 1-22.
- Appiah, D., & Ozuem, W. (2019). *Issues With the Importance of Branding, Brand Personality and Symbolic Meaning of Brands in the Smartphone Industry. In Global information diffusion and management in contemporary society* (pp. 56-97). IGI Global.

- Ben Youssef, K., Leicht, T., Pellicelli, M., & Kitchen, P. J. (2018). *The importance of corporate social responsibility (CSR) for branding and business success in small and medium-sized enterprises (SME) in a business-to-distributor (B2D) context. Journal of Strategic Marketing, 26(8), 723-739.*
- Berry, A, E. Rodriquez, & Sandeem, H. (2001). *Small and Medium Enterprises Dynamics in Indonesia. Bulletin of Indonesian Economic Studies 37.*
- Budi, R. (2011). *Konsep Pemberdayaan Masyarakat Untuk Usaha Kecil dan Mikro.* (online). www.ejournal.unud.ac.id. Diakses pada tahun 2019.
- Guntur, M., & Yamin, M. N. (2018). *The Implementation of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) Policy in Makassar Based On Bromley Model. In 1st International Conference on Social Sciences (ICSS 2018).* Atlantis Press.
- Kurniawan, F.D. & Fauziah, L. (2014). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan. Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, Vol. 2 No. 2, hal. 103-220.*
- Iskandar, I., Mahanka, R., Trijumansyah, A., & Yunita, N. (2019). *Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Customer Relationship Management (Studi Kasus Pada Point Media Sejahtera). Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1).*
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). *Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 111-118.*
- Masyhuri & Zainuddin, M. (2009). *Metode Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif.* Bandung: PT. Refika Aditama.
- Manahera, M. M., Moniharapon, S., & Tawas, H. N. (2018). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus UMKM Nasi Kuning di Manado). Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 6(4).*
- Martua, C., & Djati, S. P. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman AB Cargo. Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal dan UMKM, 1(1), 10-18.*
- Moleong, L.J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mude, M. A. (2016). *Perbandingan Metode SAW dan TOPSIS pada kasus UMKM. ILKOM Jurnal Ilmiah, 8(2), 76-81.*
- Putri, N. K. N., & Yasa, N. N. K. (2018). *Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pie Susu di Kota Denpasar). Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan*

- Kewirausahaan*, 111-120.
- Rahman, Z. (2016). *The difficulties faced by micro and small enterprises in the formal market access: The case in small and micro enterprises in the cities of Makassar and Kabupaten Gowa south Sulawesi*. *Journal of Humanity*, 4(1), 92-103.
- Ramdani, M. R., & Kamidin, M. (2018). Implementasi Sak-Etap pada UMKM Warkop di Kota Makassar. *Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan)*, 3(2), 109-117.
- Rahmat, A.N. (2018). Saatnya Pacu Digitalisasi Pelaku UMKM di Makassar. *Bisnis.com*. <https://sulawesi.bisnis.com/read/20181016/540/849872/saatnya-pacu-digitalisasi-pelaku-umkm-di-makassar>.
- Rus, M., Konecnik Ruzzier, M., & Ruzzier, M. (2018). *Startup Branding: Empirical Evidence among Slovenian Startups*. *Managing Global Transitions*, 16(1), 79-94.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, I., Faruk, M., & Basari, M. A. (2018). Peran CRM pada Bisnis Kos Kosan dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen di Lingkungan Universitas Galuh. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 321-325.
- Trimulato, T. (2016). Potensi Pengembangan Produk Pembiayaan *Natural Uncertainty Contract (NUC)* Di Bank Syariah Terhadap Sektor Ritel UMKM. *Al-Falah: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 19-45.