

**STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI
PROGRAM USAHA KECIL MENENGAH
DI KECAMATAN SUNGAI PINYUH
KABUPATEN MEMPAWAH
(Studi Pada UKM Berkah Usaha di Desa Sungai Batang)**

Oleh :

Andris^{1*}

NIM. E1011151001

Dr. Zulkarnaen, M.Si² **R.L. Sitorus, SE, M.Si**²

**Email: andriskurt23@gmail.com*

1. Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak
2. Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi strategi pemberdayaan masyarakat melalui program Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Sungai Pinyuh Kabupaten Mempawah yang bertempat pada UKM Berkah Usaha di Desa Sungai Batang. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan secara komprehensif melalui pengumpulan data dengan melakukan wawancara, dokumentasi dan pengamatan tentang strategi pemberdayaan masyarakat melalui program Usaha Kecil Menengah. Penelitian dilakukan didasari pada fenomena yang terjadi yaitu masih rendahnya tingkat produksi pengolahan ikan lele, kurang optimalnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk serta kemasan produk yang belum terlalu baik bagi ketahanan produk, yang dikemas oleh anggota UKM Berkah Usaha yakni hanya bertahan 1-1,5 bulan saja. Dengan menggunakan salah satu aras atau matras pemberdayaan yaitu aras mezzo diharapkan anggota UKM Berkah Usaha dapat mendapatkan pemberdayaan lewat pendidikan dan pelatihan yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi melalui dinas terkait khususnya Dinas Penanaman Modal Koperasi UKM dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMKUKMPTSP) Kabupaten Mempawah Bidang UKM agar tiap anggota UKM Berkah Usaha mempunyai peningkatan kesadaran, pengetahuan, keterampilan supaya mampu memecahkan masalah yang dihadapi terutama dalam hal peningkatan produksi, pengemasan produk, pemasaran dan promosi produk agar tujuan untuk mengoptimalkan potensi desa yaitu ikan lele dapat berjalan secara maksimal dan kendala yang menghambat perkembangan UKM Berkah Usaha menjadi dapat terselesaikan.

Kata Kunci : Strategi Pemberdayaan, UKM, Pendidikan, Pelatihan, Pemberdayaan Masyarakat

**COMMUNITY EMPOWERMENT STRATEGY THROUGH SMALL-SCALE BUSINESS
PROGRAM IN SUNGAI PINYUH DISTRICT OF
MEMPAWAH REGENCY
(STUDY IN SMES OF BERKAH USAHA IN THE SUNGAI BATANG VILLAGE)**

Abstract

The writing of this thesis is intended to identify Community Empowerment Strategy Through The Program Small Medium Enterprises In Sungai Pinyuh District Mempawah Regency which is hosted in UKM of Berkah Usaha in Sungai Batang Village. This research is a descriptive study with a qualitative approach. In this study the researcher has described in comprehensive through data collection by conducting interviews, documentation and observation about a strategy for community empowerment program through Small and Medium Enterprises. Research based on the phenomenon that occurs that is the low level of catfish production, less optimal use of social media as a means of promotion and marketing of products as well as packaging products that have not been good for the durability of the products, which are packed by members of the UKM Berkah Usaha that only lasts 1-1,5 months only. By using one of the level of empowerment , namely mezzo level. The SME is expected that the Berkah Usaha can get empowered through education and training in accordance with the problems faced through the related service , especially Investment Department in SME Cooperative and One Door Integrated Service (DPMKUKMPTSP) in Mempawah District so that each member of the SME Berkah Usaha has increased awareness, knowledge, skills to be able to solve the problems faced mainly in terms of increased production, product packaging, marketing and promotion of the product so that the goal to optimize the potential of the village in which the catfish can run maximally and obstacles that inhibit the development of the SME's Berkah Usaha can be resolved.

Keywords : Empowerment Strategy, SME, Education, Community Empowerment

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Penelitian

Kemiskinan di Indonesia merupakan topik yang tidak pernah habis untuk didiskusikan. Kemiskinan bagaikan “lingkaran setan” yang tidak pernah dapat dituntaskan. Pengelolaan ekonomi yang semakin mengarah ke liberalisasi ekonomi dan mekanisme pasar termasuk pada sektor-sektor strategis, seperti pangan, pendidikan, kesehatan transportasi, dan sebagainya semakin memperlebar ketimpangan sebagian masyarakat dalam mengakses berbagai sumber ekonomi.

Berdasarkan data resmi Badan Pusat Statistik (BPS), pada bulan Maret 2015, Jumlah penduduk miskin (penduduk dengan pengeluaran per kapita per bulan dibawah garis kemiskinan) di Indonesia mencapai 28,59 juta orang (11,22 persen), bertambah sebesar 0,86 juta orang dibandingkan dengan kondisi September 2014 yang sebesar 27,73 juta orang (10,96). Persentase penduduk miskin di daerah perkotaan pada September 2014 sebesar 8,16 persen, naik menjadi 8,29 pada Maret 2015. Sementara presentase penduduk miskin di daerah perdesaan naik dari 13,76 persen pada September 2014 menjadi 14,21 persen pada

Maret 2015. Dengan fakta ini, pengentasan kemiskinan memang menjadi agenda yang tidak dapat ditunda. Reorientasi kebijakan ekonomi diperlukan agar dapat memutus rantai kemiskinan, terutama dengan membuka akses kepada masyarakat terhadap sumber-sumber ekonomi, baik akses terhadap pendidikan, modal, dan pasar sehingga mereka dapat meningkatkan pendapatan sekaligus mengakumulasi modalnya.

Pengangguran semakin bertambah juga dikarenakan kebanyakan dari masyarakat Indonesia masih mengharapkan mendapatkan pekerjaan dari orang lain atau bekerja di suatu perusahaan tanpa mau menciptakan lowongan pekerjaan itu sendiri, sehingga banyak angkatan kerja Indonesia yang seharusnya sudah bekerja menjadi pengangguran, padahal dalam fase produktif ini diharapkan angkatan kerja tersebut menjadi tumpuan utama dalam memajukan perekonomian Indonesia. Hal ini terjadi dikarenakan kurangnya keberanian masyarakat Indonesia didalam mengambil resiko menciptakan peluang pekerjaan maupun minimnya kreativitas yang dimiliki untuk menciptakan suatu barang maupun jasa yang bisa menciptakan peluang ekonomi.

Oleh karena itu pemberdayaan sangat perlu untuk dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan ini, Berbicara tentang ruang lingkup pemberdayaan masyarakat/pendampingan masyarakat tentu tidak akan pernah habis – habisnya untuk dibahas. Dimana jika kita membahas hal ini tidak akan jauh dari bagaimana peran pemerintah dalam memfasilitasi masyarakat untuk melakukan pemberdayaan. Salah satu yang sekarang digaungkan pemerintah adalah bagaimana masyarakat itu bisa mandiri dan salah satunya bisa mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM). UKM merupakan cikal bakal usaha besar, dimana sebagian usaha besar berawal dari UKM. UKM harus terus dikembangkan agar maju dan punya daya saing didepan usaha besar, sehingga tetap menjadi jantung perekonomian Indonesia yang berkembang.

Akan tetapi didalam berbagai forum, penyelenggaraan Undang-Undang RI No 20 Tahun 2008 terkait UKM/UMKM sepertinya masih menjadi identitas bisnis yang semu; ada, tetapi tidak jelas keberadaannya. Semakin sering UKM/UMKM dibicarakan, semakin samar perlakuan UKM untuk dapat dikembangkan, terutama dalam hal memperoleh berbagai kesempatan dalam memiliki sumber-sumber ekonominya. Hal tersebut merupakan hal yang sangat disayangkan

karena seperti yang sudah dibahas pada bagian sebelumnya, kontribusi UMKM/UKM tidak dapat diabaikan dalam memainkan berbagai peran didalam perekonomian, baik secara mikro maupun makro. Didalam perkembangan UMKM di Indonesia, masih terdapat banyak masalah yang menghantui terutama menyangkut manajemen, produksi, pemasaran, serta pembiayaan. Berbagai persoalan tersebut muncul akibat sulitnya UMKM dalam mengakses berbagai sumber-sumber ekonomi disamping tidak banyak kelompok masyarakat yang memiliki komitmen bagi pengembangan UMKM termasuk dalam hal ini adalah mengkonsumsi produk yang dihasilkan UMKM. Meskipun pemerintah memberikan perhatian terhadap UMKM, tetapi perhatian tersebut tidak sebanding dengan perhatian yang diberikan terhadap perusahaan swasta besar dan BUMN.

Hal ini juga tidak jauh beda dengan yang dialami oleh UKM Berkah Usaha yang ada di Desa Sungai Batang, Kecamatan Sungai Pinyuh, Kabupaten Mempawah, Provinsi Kalimantan Barat. UKM Berkah Usaha adalah UKM yang dijalankan oleh ibu – ibu rumah tangga yang ada di Desa Sungai Batang, UKM ini adalah UKM yang bergerak dibidang kuliner yaitu memanfaatkan ikan lele sebagai bahan utama dalam pembuatan kerupuk dan abon

lele. Produk olahan ini diproduksi langsung oleh masyarakat khususnya ibu – ibu yang ada di Desa Sungai Batang. Kerupuk lele yang diproduksi dibanderol dengan harga 5000 rupiah perbungkus, sedangkan abon lele itu sendiri dihargai dengan 15000 rupiah perbungkus, kemudian stick lele dijual dengan harga 8000 rupiah. Didalam produksinya, alat – alat yang digunakan juga masih menggunakan alat – alat seadanya.

Dibentuknya UKM Berkah Usaha ini sebenarnya bukan tanpa alasan, hal ini dikarenakan banyak masyarakat disana beternak lele walaupun hanya sebatas pencaharian sampingan. Pada umumnya sebagian besar penduduk disana masih berprofesi sebagai petani maupun buruh bangunan, akan tetapi ternak lele yang dibudidayakan masyarakat Desa Sungai Batang semakin hari juga semakin bertambah jumlahnya. Hal inilah yang mendasari masyarakat Desa Sungai Batang membentuk UKM Berkah Usaha dikarenakan banyaknya stok ikan lele yang ada di Desa tersebut. Ikan lele yang dibeli dari peternak dibeli dengan harga 17000 per kilogram.

Tetapi didalam perkembangannya, UKM Berkah Usaha masih mempunyai beberapa kendala yang harus dihadapi, antara lain yang pertama, pelaku UKM Berkah Usaha cenderung hanya

memproduksi produk abon dan kerupuk lele dalam skala kecil, yang secara langsung berdampak pada penghasilan yang didapat juga tidak seberapa besar nilainya. Biasanya lele yang diolah hanya sebanyak 4-5 kilogram dalam sekali produksi dan hanya menghasilkan sedikit produk olahan lele, dimana untuk menghasilkan 10 kilogram kerupuk lele yang masih mentah diperlukan 5 kilogram bahan baku ikan lele. Kemudian dalam pembuatan abon biasanya jika mengolah 5 kilogram bahan baku lele bisa menghasilkan 2,5 kilogram produk abon lele. Tetapi didalam hal produksi, UKM Berkah Usaha tidak serta-merta melakukannya setiap hari, hal ini dilakukan karena tidak tersedianya bahan utama lele tersebut, yang mana kita tahu umur lele yang ideal untuk dipanen adalah berumur 3 bulanan. Sedangkan UKM Berkah Usaha hanya mengharapkan lele yang dibudidayakan masyarakat Sungai Batang dan tidak membeli lele dari pihak lain. Jika tidak melakukan produksi, pelaku UKM yang notabene ibu – ibu rumah tangga hanya menjalankan aktivitas seperti biasa, antara lain berladang disawah maupun mengurus rumah tangga saja. Hal ini yang seharusnya dirubah dalam tata sistem produksi UKM Berkah Usaha, Bagaimana UKM ini seharusnya bisa secara reguler dalam memproduksi produk lele ini tanpa harus pusing memikirkan ada tidaknya

bahan utama lele ataupun ada tidaknya pesanan. Sehingga bisa meningkatkan produksi dan penghasilan dari UKM ini. Tentu diperlukan strategi dan manajemen waktu yang baik antara peternak lele dengan anggota UKM Berkah Usaha supaya panen lele ini tidak terputus dan anggota UKM bisa secara rutin memproduksi produk olahan lele tanpa harus memikirkan ada tidaknya stok ikan lele yang siap dipanen.

Kedua, didalam pemasarannya UKM “Berkah Usaha” sebenarnya sudah pernah memasarkan produknya lewat media media sosial, akan tetapi mereka menganggap ongkir didalam pengiriman barang lebih mahal dibandingkan harga produk itu sendiri. Hal inilah yang membuat UKM Berkah Usaha tidak terlalu tertarik lagi memasarkan produknya lewat media sosial. Padahal jika dapat dimanfaatkan secara baik dan benar, bukan tidak mungkin media sosial ini akan menjadi pangsa pasar utama didalam pemasaran produk – produk UKM Berkah Usaha. internet sebenarnya dapat memberikan manfaat langsung bagi para pemilik usaha khususnya UKM. Banyak diantara mereka untuk saat ini telah berhasil memasarkan produk-produk hasil kreasinya ke luar wilayah bahkan luar negeri hanya dengan bermodalkan *online store*. Cukup efisien dan efektif, sepertinya kedua kata ini menjadi alasan utama bagi UKM Berkah Usaha untuk memulai lagi menggunakan

internet sebagai media promosi sekaligus media memasarkan produk secara online.

Akan tetapi mungkin yang masih menjadi masalah adalah pengoptimalan internet itu sendiri, karena seperti kebanyakan para pelaku UKM masih banyak yang gagap teknologi (gaptek). Mungkin hal ini yang menjadi landasan utama mengapa UKM “Berkah Usaha” masih menganggap ongkir yang dikeluarkan lebih mahal jika ingin mengirimkan barang keluar daerah tanpa memikirkan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut. diperlukan jalan keluar dan strategi yang tepat serta berkelanjutan untuk menyelesaikan masalah dan mengubah pola pikir pelaku dan anggota UKM seperti diatas.

Terakhir yang masih menjadi kendala adalah perihal pengemasan produk. Pak Tabib selaku Ketua UKM Berkah Usaha menilai bahwa kemasan produk lele yang dikemas anggota UKM Berkah Usaha cenderung masih belum terlalu baik dari segi ketahanan, berdasarkan pengalaman yang sudah-sudah produk UKM yang dihasilkan ini cuma bisa bertahan kurang lebih 1 bulan jika sudah dikemas. Otomatis produk lele ini tidak bisa dibiarkan terlalu lama dan harus segera dipasarkan jika sudah dikemas. Hal ini merupakan hambatan yang mempersulit UKM Berkah Usaha untuk

berkembang dan bersaing dengan produk olahan lain, khususnya produk dari luar yang notabene mempunyai kualitas kemasan produk yang lebih menarik dan tahan lama. Pasaunya sekarang ini konsumen tidak hanya melihat kualitas produknya saja, tapi cenderung lebih tertarik dengan tampilan desain kemasan dan keawetan dari kemasan yang membungkusnya. Pelanggan akan jatuh cinta pada produk UKM jika tampilannya cantik dan menarik, sayangnya sampai saat ini perkara kemasan produk masih sering disepelekan pelaku UKM khususnya UKM Berkah Usaha, Pak Tabib menjelaskan hal ini terjadi dikarenakan biaya produksi kemasan yang mahal dan karena UKM Berkah Usaha belum mengetahui dimana harus memesan bahan kemasan produk yang berkualitas.

Untuk itu pemberdayaan yang sesuai untuk ruang lingkup UKM Berkah Usaha diatas adalah pemberdayaan dengan menggunakan aras mezzo dikarenakan pemberdayaan aras mezzo dilakukan terhadap sekelompok klien. Sesuai dengan UKM Berkah Usaha yang notabene kelompok ibu-ibu rumah tangga. Pemberdayaan dalam hal ini dilakukan dengan menggunakan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan dan pelatihan sebagai strategi dalam peningkatan kesadaran, pengetahuan dan keterampilan

anggota UKM Berkah Usaha agar dapat memecahkan permasalahan yang menghambat perkembangan UKM Berkah Usaha. Pendidikan dan Pelatihan yang dimaksud disini adalah yang menyangkut dengan kendala yang dialami oleh UKM Berkah Usaha, artinya sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.

B. TINJAUAN PUSTAKA DAN METODOLOGI

1. TINJAUAN PUSTAKA

Strategi merupakan suatu hal yang sangat penting sebagai langkah awal dalam suatu perencanaan, merumuskan kebijakan dalam pengelolaan maupun pengembangan lembaga, program, perusahaan atau organisasi. Pengembangan terdapat suatu kegiatan yang terdiri dari berbagai unsur (daya tenaga dan waktu) sehingga dapat menjadi suatu kesatuan yang utuh dan dapat berperan secara utuh pula. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan – tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu kegiatan yang perlu dilakukan oleh setiap lembaga tentunya setiap lembaga atau organisasi tersebut harus memiliki alternatif strategi yang tepat agar tujuan tersebut dapat tercapai sesuai dengan keinginan. Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia (1990,859), strategi adalah rencana yang sangat cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran

khusus. Dengan demikian, strategi dapat pula diartikan sebagai suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan – tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh dan dapat pula berperan secara utuh.

Sedangkan menurut Hamal dan Prahalad (dalam Makmur, 2009:129), pengertian strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir dimulai dari apa yang akan terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Kewenangan, misi, dan budaya organisasi publik dapat menentukan gambaran hari depan yang akan dihadapi organisasi tersebut dan juga strategi apa yang seharusnya dilakukan organisasi untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai.

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan model aras mezzo di dalam strategi pemberdayaan yang dibahas. Adapun strategi aras mezzo ini adalah model pemberdayaan yang difokuskan pada sekelompok klien. Kelompok menjadi media intervensi dalam strategi pemberdayaan. Metode yang dipilih adalah pendidikan, pelatihan dan dinamika

kelompok didalam strategi ini. Pendekatan ini digunakan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, keterampilan, dan sikap-sikap klien. Tujuannya agar mereka mempunyai kecakapan dalam memecahkan beragam permasalahan yang dihadapinya.

strategi pemberdayaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia adalah dengan strategi aras mezzo (Suharto, 2009 : 66-67) yaitu melalui pendidikan dan pelatihan, dinamika kelompok, biasanya digunakan sebagai strategi dalam peningkatan kesadaran, pengetahuan dan keterampilan dan sikap-sikap klien agar memiliki kemampuan memecahkan permasalahan yang dihadapi.

1. Pendidikan dan pelatihan adalah investasi organisasi yang penting dalam sumber daya manusia. Pendidikan dan pelatihan melibatkan segenap sumber daya manusia untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan pembelajaran sehingga mereka akan segera menggunakannya dalam pekerjaan. Pada dasarnya pelatihan dilakukan karena adanya kesenjangan antara keterampilan yang dimiliki pekerja dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menempati posisi baru.

2. Dinamika kelompok adalah merupakan suatu kelompok yang terdiri dari dua atau lebih individu yang memiliki hubungan psikologis secara jelas antara anggota satu dengan yang lain dan berlangsung dalam situasi yang dialami. Dinamika kelompok merupakan kebutuhan bagi setiap individu yang hidup dalam sebuah kelompok. Fungsi dari dinamika kelompok itu antara lain: a) membentuk kerjasama saling menguntungkan dalam mengatasi persoalan hidup; b) Memudahkan segala pekerjaan; c) Mengatasi pekerjaan yang membutuhkan pemecahan masalah dan mengurangi beban pekerjaan yang terlalu besar sehingga selesai lebih cepat, efektif dan efisien, dan d) menciptakan iklim demokrasi dalam kehidupan masyarakat.

Untuk itu strategi aras mezzo untuk UKM Berkah Usaha diharapkan bisa menjadi strategi yang dipakai untuk merubah strategi lama yang digunakan yang mana strategi yang lama ini hanya berfokus pada 1 hal saja, yaitu promosi dan pengenalan produk saja sehingga masalah baru timbul dengan strategi yang kurang tepat ini, antara lain masalah peningkatan produksi yang masih tidak berkembang,

minimnya penggunaan teknologi sebagai sarana pemasaran, serta kualitas pengemasan dari produk yang belum terlalu baik bagi ketahanan produk lele. Untuk itu diperlukan strategi baru yaitu strategi yang menggunakan aras mezzo didalam pemberdayaan UKM itu sendiri yang menitikberatkan pada pendidikan, pelatihan, dan dinamika kelompok didalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

1. Pendidikan

Pendidikan untuk pengembangan SDM bagi anggota UKM Berkah Usaha bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja agar tiap anggota UKM Berkah Usaha bisa memperbaiki kinerja baik dalam hal peningkatan produksi, pemanfaatan teknologi sebagai sarana pemasaran dan promosi produk serta peningkatan kemampuan untuk memaksimalkan potensi ikan lele ini menjadi sebuah produk yang awet dan tahan lama agar bisa bersaing dengan produk-produk lain di pasaran. Tentu pendidikan yang diberikan harus tidak lepas dari campur tangan pihak terkait agar pendidikan yang diberikan bisa terarah dan teratur, karena untuk UKM Berkah Usaha yang notabene UKM yang berada di Desa masih memerlukan bimbingan didalam melaksanakan pemberdayaan sebelum bisa melakukannya sendiri secara

mandiri.

Pemberdayaan UKM Berkah Usaha lewat pendidikan bisa dilakukan dengan cara mengedukasi dan memberi pengertian kepada tiap anggota UKM Berkah Usaha tentang pentingnya peningkatan produksi, peningkatan dari mutu produk yang dihasilkan, serta penggunaan teknologi didalam perkembangan UKM Berkah usaha itu sendiri. Untuk itu pihak terkait juga harus memberikan jalan keluar kepada UKM Berkah Usaha tentang permasalahan yang dihadapi supaya kedepannya sudah bisa mandiri secara mental dan pengetahuan.

2. Pelatihan

Pengembangan UKM Berkah Usaha yang notabene berada di desa memang tidak mudah, namun dengan adanya pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas terkait yaitu Dinas Penanaman Modal Koperasi UKM dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMKUKMPTSP) Kabupaten Mempawah diharapkan dapat membuat UKM Berkah Usaha tumbuh dan berkembang. Apalagi jika pelatihan yang diberikan seputar permasalahan yang terjadi di UKM Berkah Usaha tentu akan membuat pelatihan yang diberikan menjadi optimal. Selain untuk meningkatkan pengetahuan dan kreativitas anggota UKM Berkah Usaha dalam

mengoptimalkan produksi produk lele, pelatihan juga diharapkan bisa meningkatkan omzet yang dihasilkan UKM Berkah Usaha.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan jenis penelitian bersifat deskriptif. Sehingga data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, dan tidak menekankan pada angka. Dalam penelitian ini teknik analisis data yaitu dilakukan selama proses pengumpulan data di lapangan yang dilakukan oleh peneliti melalui memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong,2010:6). penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan berupaya menggambarkan dan menganalisis perkembangan strategi pemberdayaan masyarakat melalui program UKM. Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan secara komprehensif melalui pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam dan pengamatan, tentang strategi pemberdayaan masyarakat melalui program UKM. Pemberdayaan tersebut dianalisis dengan cara menyesuaikan dan membandingkan teori-teori tentang strategi pemberdayaan masyarakat. Sehingga penelitian ini dapat memperlihatkan strategi pemberdayaan masyarakat melalui program UKM dengan studi kasus UKM berkah usaha dengan jelas.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa beberapa langkah - langkah yang dapat membantu organisasi UKM dalam berfikir dan bertindak secara strategis untuk mendeskripsikan apa saja yang dapat dilakukan dalam pengembangan UKM Berkah Usaha di Kecamatan Sungai Pinyuh Kabupaten Mempawah. Hasil penelitian dilapangan menunjukkan masih ada beberapa permasalahan yang terdapat di UKM Berkah Usaha tersebut yang mana akan dianalisis menggunakan salah satu aras atau matras pemberdayaan menurut Soeharto yaitu Aras Mezzo. Subejo dan Narimo (2004) menyatakan bahwa pemberdayaan adalah upaya yang disengaja untuk memfasilitasi masyarakat lokal dalam merencanakan, memutuskan dan mengelola sumberdaya lokal yang dimiliki melalui *collective action* dan *networking* sehingga pada akhirnya mereka memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi, ekologi dan sosial. Setelah melakukan penelitian di lapangan, peneliti menilai ada 2 faktor utama penghambat perkembangan UKM Berkah Usaha, terutama berkaitan dengan permasalahan terbatasnya kemampuan anggota untuk mengelola sumber daya yang ada sehingga berdampak pada produktivitas UKM

Berkah Usaha didalam menghasilkan produk olahan yang mereka hasilkan. Tentu pada dasarnya jika ingin mengembangkan usaha yang kita punya hal mendasar yang perlu dilakukan adalah bagaimana mengoptimalkan sumber daya dan potensi yang ada di suatu desa.

Untuk UKM Berkah Usaha sendiri sebenarnya sudah memiliki salah satu modal dari 2 modal itu, yaitu tersedianya potensi desa yang siap untuk diolah dengan potensi ikan lele nya. Tetapi disisi lain UKM Berkah Usaha belum terlalu bisa mengoptimalkan potensi ini dikarenakan kurangnya kemampuan anggota UKM Berkah Usaha dalam mengolah sumber daya yang ada sehingga potensi desa belum dimanfaatkan secara sepenuhnya. Adapun kedua faktor penghambat tersebut adalah, Pertama, Tersedianya potensi desa yaitu bahan baku ikan lele tidak serta-merta membuat UKM Berkah Usaha rutin melakukan produksi abon dan kerupuk lele setiap hari dikarenakan UKM Berkah Usaha hanya memproduksi produk olahan abon dan kerupuk lele ketika ada pesanan saja, hal ini dikarenakan UKM Berkah Usaha belum memiliki pangsa pasar, bahkan sekedar untuk menitipkan produk mereka di toko-toko atau warung-warung terdekat pun belum dilakukan, Ketua UKM yaitu Pak Tabib beralasan hal ini dikarenakan masalah

pengemasan produk, pengemasan produk yang dilakukan anggota UKM Berkah Usaha tidak seawet dan setahan produk-produk yang dikemas oleh perusahaan-perusahaan besar, sehingga produk UKM Berkah Usaha paling lama bertahan sekitar 1 bulanan saja jika sudah dikemas. Pak Tabib juga mengatakan sulitnya mencari kemasan produk yg berkualitas di Kabupaten Mempawah adalah alasan mengapa hal ini terjadi, sehingga UKM Berkah Usaha hanya membeli kemasan yang seadanya saja, walaupun ada kemasan yang berkualitas dan tahan lama tentu juga akan mahal harganya pungkask pak Tabib. Hal inilah yang mendasari UKM Berkah Usaha untuk tidak memproduksi produk olahan mereka secara reguler, mereka hanya mengharapkan pesanan dari masyarakat serta hasil dari promosi yang mereka lakukan lewat pameran dan expo di Kabupaten Mempawah maupun di kota-kota lainnya.

Kedua pemasaran dan promosi lewat internet juga minim dilakukan, padahal untuk sekarang ini internet merupakan salah satu sarana yang efektif untuk melakukan transaksi jual beli online. Pasalnya hampir semua masyarakat dewasa ini sudah memiliki smartphone untuk melakukan berbagai kegiatan termasuk belanja online didalamnya, sehingga banyak sekarang ini

para pelaku usaha yang mempromosikan dan memasarkan produk mereka lewat internet, entah itu lewat instagram, facebook maupun media sosial lainnya. Kesempatan ini yang tidak dimanfaatkan UKM Berkah Usaha secara optimal didalam promosi dan pemasaran produk mereka. Pak Tabib selaku Ketua UKM Berkah Usaha mengatakan sebenarnya UKM Berkah Usaha sudah pernah mencoba memasarkan produk olahan mereka melalui facebook, respon nya pun baik, banyak masyarakat diluar Kabupaten Mempawah yang tertarik membeli produk UKM Berkah Usaha, akan tetapi setelah beberapa kali mengirim produk mereka keluar, anggota UKM Berkah Usaha menilai hasil penjualan produk tidak bisa menutupi biaya pengiriman produk mereka yang dinilai mahal dan malah menjadi beban baru, akhirnya penjualan produk lewat internet pun dihentikan karena UKM Berkah Usaha merasa tidak bisa menutupi biaya pengiriman yang dinilai mahal, akhirnya promosi dan pemasaran produk UKM Berkah Usaha hanya meliputi di dalam Kabupaten Mempawah saja. Nyatanya UKM Berkah Usaha belum terlalu paham perihal mengenai jual beli barang lewat online, khususnya bagaimana cara menutupi biaya pengiriman yang dinilai mahal.

Dalam melakukan wawancara dengan pihak UKM Berkah Usaha perihal

tingkat produksi yang rendah peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik, untuk triangulasi sumber peneliti mewawancarai Ketua UKM dan para anggota UKM Berkah Usaha, mereka menjelaskan bahwa saat ini memang produksi yang dilakukan tidak setiap hari, melainkan hanya sebatas jika ada pesanan saja, hal ini dikarenakan jika mereka memproduksi produk lele tanpa ada pesanan dari pembeli mereka khawatir produk yang mereka hasilkan terbengkalai dan tidak terjual dikarenakan memang tidak ada pangsa pasar yang rutin membeli produk olahan lele mereka. Peralnya Pak Tabib selaku Ketua UKM berkah Usaha juga menjelaskan kemasan dari produk UKM Berkah Usaha juga masih belum terlalu baik dan tahan lama sehingga membuat produk lele paling lama hanya akan bertahan 1-1,5 bulan ungkap Pak Tabib, sehingga tingkat produksi produk lele otomatis masih rendah.

Perihal pemanfaatan internet sebagai sarana pemasaran dan promosi produk lele, anggota UKM Berkah Usaha mengaku belum terlalu paham bagaimana cara pemasaran dan promosi produk lele lewat internet yang baik dan benar, sehingga pemanfaatan internet juga belum seoptimal seperti yang diharapkan. Salah satu anggota UKM Berkah Usaha yaitu Winda menjelaskan cuma memasarkan dan

mempromosikan produk ini lewat facebook, itu pun hanya sebatas kawan dan keluarga dekat yang mengetahui ucapannya. Pak Aska Prianto selaku Sekretaris Desa Sungai Batang juga mengiyakan ucapan Winda karena beliau menganggap warga di desa notabene belum terlalu paham mengenai penggunaan internet sebagai sarana pemasaran dan promosi produk yang baik dan benar.

1. Pendekatan Pemberdayaan

A. Pendidikan dan Pelatihan

Didalam pemberdayaan aras mezzo anggota kelompok difokuskan pada pemberian pendidikan dan pelatihan, hal ini dilakukan agar anggota kelompok organisasi memiliki kemampuan memecahkan permasalahan yang dihadapi. Untuk kendala yang dialami UKM Berkah Usaha sendiri adalah seputaran rendahnya tingkat produksi, minimnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk, serta rendahnya mutu kemasan yang membuat produk lele tidak bertahan lama jika sudah dikemas, yakni hanya bertahan 1-1,5 bulan saja. Perihal pendidikan dan pelatihan yang diberikan dinas terkait khususnya Dinas Penanaman Modal Koperasi UKM dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMKUKMPTSP) hanya seputaran cara pengolahan bahan baku ikan lele saja

sehingga serta-merta tidak bisa menyelesaikan permasalahan UKM Berkah Usaha secara menyeluruh.

Perihal minimnya tingkat produksi yang dilakukan UKM Berkah Usaha dengan alasan hanya memfokuskan pada pengenalan dan promosi produk mengindikasikan strategi yang kurang tepat dari UKM Berkah Usaha, untuk mengatasi hal ini Dinas terkait ini diharapkan bisa memberi edukasi pengertian terhadap UKM Berkah Usaha bahwa strategi ini tidak serta merta akan membuat UKM Berkah Usaha bisa tumbuh dan berkembang. Dalam hal ini Dinas Penanaman Modal Koperasi UKM dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMKUKMPTSP) Kabupaten Mempawah selain memberikan pengertian dan edukasi diharapkan juga memberi jalan keluar dan program untuk memberikan jalan keluar bagi penyelesaian kendala yang dialami oleh UKM Berkah Usaha.

Pertama untuk meningkatkan produksi, dinas terkait perlu melakukan pelatihan yang tepat sasaran sesuai dengan permasalahan yang dihadapi dengan memberikan program seputar bagaimana memanfaatkan teknologi yang ada sebagai sarana pemasaran dan promosi produk sehingga jika nanti anggota UKM Berkah Usaha sudah cakap dalam memanfaatkan media sosial hal ini juga akan berimbas pada

meluasnya pangsa pasar dalam memasarkan produk lele. Tentu dalam pelatihan menyangkut tentang bagaimana melakukan transaksi jual beli online yang baik dan benar, bagaimana cara menekan biaya pengiriman menjadi lebih murah sehingga jika anggota UKM Berkah Usaha sudah memahami dan menguasai tentang cara pemasaran dan promosi lewat media sosial tentu pangsa pasar akan terbuka lebar dan membuka peluang untuk meningkatkan produksi serta menghasilkan omzet yang lebih besar.

Kedua dalam hal perbaikan kemasan produk sebagai upaya peningkatan mutu dari produk yang dihasilkan supaya lebih tahan lama, Dinas Penanaman Modal Koperasi UKM dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMKUKMPTSP) Kabupaten Mempawah diharapkan bisa memberikan pelatihan dan program yang bersangkutan dengan perbaikan ini. Perihal perbaikan kemasan ini tentu juga sebagai upaya meningkatkan nilai jual produk UKM Berkah Usaha, Pelatihan ini penting dilakukan sebab pertama kali yang dilihat para konsumen adalah kemasan yang tahan lama, unik dan menarik sehingga mereka mulai penasaran dengan produk tersebut dan akhirnya memutuskan untuk membelinya. Selain itu dengan mengemas produk secara eksklusif, maka nilai tambah yang

ditawarkan semakin tinggi dan tidak menutup kemungkinan bila harga jual produk ikan lele bisa lebih tinggi dibandingkan dengan harga produk sejenis yang dikemas secara biasa.

Untuk mewujudkan hal ini tentu Dinas Penanaman Modal Koperasi UKM dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMKUKMPTSP) Kabupaten Mempawah khususnya bidang UKM tidak bisa berjalan sendiri, diperlukan kerjasama dengan pihak swasta dalam memberikan program dan pelatihan seputar perbaikan kemasan produk, dalam arti pihak swasta yang mumpuni dan memang ahli dalam bidang pengemasan dari kemasan produk. Peran swasta memang sangat dibutuhkan dalam mendorong pelaku UKM berkembang hingga akhirnya bisa kuat dan mandiri. Tentu UKM Berkah Usaha juga harus memanfaatkan seoptimal mungkin apa yang didapatkan dari pihak swasta jika hal ini benar-benar terealisasi.

B. Dinamika Kelompok

Dinamika kelompok merupakan kebutuhan bagi setiap individu yang hidup dalam sebuah kelompok. Fungsi dari dinamika kelompok antara lain: a) membentuk kerjasama saling menguntungkan dalam mengatasi persoalan hidup; b) Memudahkan segala pekerjaan; c)

Mengatasi pekerjaan yang membutuhkan pemecahan masalah dan mengurangi beban pekerjaan yang terlalu besar sehingga selesai lebih cepat, efektif dan efisien, dan d) menciptakan iklim demokrasi dalam kehidupan berkelompok.

Pertama membentuk kerjasama yang saling menguntungkan dalam mengatasi persoalan, adalah dimana tiap anggota kelompok UKM Berkah Usaha harus saling berusaha mencari jalan keluar untuk mengatasi permasalahan yang ada, persoalan ini juga bisa diselesaikan dengan membentuk kerjasama dengan UKM lain untuk menyelesaikan persoalan yang serupa, bisa dengan bertukar pikiran, ide, gagasan untuk memperbaiki strategi yang salah ini. Tentu jika ingin tercapai UKM Berkah Usaha harus mempunyai kesadaran tentang pentingnya kerjasama dengan pihak lain untuk mendapatkan strategi yang baik. Seperti yang peneliti dapatkan di lapangan, UKM Berkah Usaha masih minim dalam bekerjasama dengan pihak luar dalam hal ini.

Kedua, Memudahkan segala pekerjaan, dimana dengan ada kerjasama antar tiap kelompok maupun UKM lain, setidaknya bisa menjadi masukan bagi kemajuan UKM Berkah Usaha.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

UKM Berkah Usaha adalah sebuah UMKM yang ada di Desa Sungai Batang Kecamatan Sungai Pinyuh Kabupaten Mempawah, UKM Berkah Usaha juga menjadi salah satu sektor unggulan desa yang memanfaatkan potensi ikan lele yang ada di desa ini, dimana dalam menghasilkan produk olahan abon dan kerupuk lele UKM Berkah Usaha secara langsung dapat meningkatkan nilai jual ikan lele melalui produk yang dihasilkan. Akan tetapi didalam perjalanannya, UKM Berkah Usaha masih mempunyai beberapa kendala yang dihadapi, antara lain:

1. Produksi Masih Rendah
2. Pangsa pasar belum tersedia
3. Pengemasan produk yang belum bisa bertahan terlalu lama
4. Belum bisa mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk

Oleh karena itu untuk memecahkan masalah ini peneliti menggunakan strategi pemberdayaan dengan menggunakan aras mezzo dikarenakan pemberdayaan aras mezzo dilakukan terhadap sekelompok klien. Sesuai dengan UKM Berkah Usaha yang notabene kelompok ibu-ibu rumah tangga. Pemberdayaan dalam hal ini dilakukan dengan menggunakan kelompok

sebagai media intervensi. Pendidikan dan pelatihan sebagai strategi dalam peningkatan kesadaran, pengetahuan dan keterampilan anggota UKM Berkah Usaha agar dapat memecahkan permasalahan yang menghambat perkembangan UKM Berkah Usaha.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di UKM Berkah Usaha peneliti dapat memberikan beberapa saran yang terkait dengan pemberdayaan aras mezzo, dimana strategi pemberdayaan dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan, khususnya untuk Dinas terkait dan UKM Berkah itu sendiri. Pemberian pendidikan dan pelatihan dilakukan dalam strategi meningkatkan kesadaran, pengetahuan dan keterampilan anggota UKM Berkah Usaha agar dapat memecahkan permasalahan yang menghambat perkembangan UKM Berkah Usaha. Adapun saran itu adalah sebagai berikut:

1. Untuk UKM Berkah Usaha hendaknya mencoba kembali menggunakan internet sebagai media promosi dan pemasaran produk, karena untuk zaman sekarang cara yang efektif adalah dengan melakukan pemasaran (*marketing*) lewat internet. Di zaman digital ini, dengan internet orang bisa menemukan informasi hanya dengan membuka *smartphone*.

Kebanyakan dari masyarakat menggunakannya untuk mengakses media sosial tidak terkecuali untuk belanja online. Jika ingin mewujudkan hal ini tentu dinas terkait harus ikut campur tangan, khususnya Dinas Penanaman Modal Koperasi UKM dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMKUKMPTSP) Kabupaten Mempawah harus bisa berkoordinasi dengan pemerintah terkait untuk lebih memprioritaskan program pemberian pendidikan dan pelatihan seputar pemanfaatan teknologi sebagai sarana promosi dan pemasaran produk, serta program lainnya yang menyangkut tentang permasalahan yang terjadi di UKM Berkah Usaha itu sendiri, hal ini dikarenakan kendala ini yang menjadi poin permasalahan yang benar-benar menghambat pertumbuhan UKM Berkah Usaha, jangan hanya terfokus pada pemberian pelatihan tentang pengolahan ikan dan juga pemberian bantuan alat-alat produksi pengolahan ikan lele. Jadi semuanya hendaknya seimbang terkait pemberian program dan pelatihan. Misal membuat program pelatihan pemasaran dan promosi lewat internet kepada para pelaku UKM/UMKM khususnya yang ada di pedesaan.

2. Pemerintah hendaknya segera membuat program yang bisa melindungi produk-produk yang dihasilkan UMKM/UKM yang ada di Kabupaten Mempawah, misal seputaran program peningkatan kualitas SDM, peningkatan akses pembiayaan dan perluasan skema pembiayaan, peningkatan nilai produktivitas dan daya saing, penguatan kelembagaan dan pengawasan serta kebijakan ekonomi makro. hal ini dikarenakan banyaknya produk dari luar negeri yang beredar di pasaran dan bisa menyaingi produk yang dihasilkan UKM/UMKM, serta akan mengancam keberlangsungan UKM/UMKM itu sendiri.
3. Untuk mewujudkan hal diatas tentu juga harus dibarengi dengan peningkatan kualitas dari produk yang dihasilkan UKM/UMKM, Maka dari itu dibutuhkan kerjasama yang baik antara dinas terkait untuk memberikan program pelatihan seputar pengemasan produk agar produk yang dihasilkan UKM Berkah Usaha bisa bertahan lama jika dijual dipasaran. Dalam hal ini Dinas Penanaman Modal Koperasi UKM dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mempawah hendaknya juga bisa menggaet pihak swasta untuk bekerjasama dengan UMKM/UKM di

Kabupaten Mempawah agar menghasilkan strategi alternatif dalam rangka promosi dan sarana pemasaran, misal bekerjasama dengan pihak aplikator berbasis aplikasi untuk memasarkan produk lewat media online agar mempermudah UMKM/UKM melakukan melakukan penjualan dan promosi produk. Berbicara kerjasama, UKM Berkah Usaha hendaknya juga bisa mempunyai kesadaran tentang pentingnya kerjasama dengan UKM lain untuk mendapatkan strategi yang baik, dimana dengan adanya kerjasama antar kelompok UKM, setidaknya bisa menjadi bahan masukan bagi UKM Berkah Usaha dalam memecahkan masalah yang dihadapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Pasolong, Harbani. 2013. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Patilima, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Soetomo. 2006. *Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mardikanto, Totok. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Aditya, T. 2009. *Teori Pemberdayaan dan Advokasi*.<http://id.teguh.web.id/>
- Hikmat, Herry. 2001. *Strategi Pemberdayaan masyarakat*. Bandung: Alfabeta
- Dwidjowijoto dan Wrihatnolo. 2007. *Manajemen Pemberdayaan Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sukardi. 2009. *Manajemen Strategi: Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Alfitri. 2011. *Community Development*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Soetomo. 2012. *Keswadayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Nasdian Tonny Fredian. 2014. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Alma Buchari. 2006. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Jhingan. 2012. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Poerwadarminta, W.J.S. 2002. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Suharto, Edi. 2009. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT Refika Aditama.

Tanjung, Azrul, M. 2017. *Koperasi dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.

