

**LAPORAN PENELITIAN**

**KOLABORATIF DOSEN DAN MAHASISWA  
DANA PNBP TAHUN ANGGARAN 2021**



**Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM  
Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir  
Kabupaten Bone Bolango**

**Dr. Andi Yusniar Mendo, SE.,MM  
0023097004**

**Idris Yanto Niode, S.Pd.,MM  
0026107802**

**Rahmawati Hasim  
931418088**

**Vivin R. Daud  
931418005**

**MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO  
JULI 2021**

### IDENTITAS PENELITIAN

1	Judul Usulan	:	Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir Kabupaten Bone Bolango
2	Ketua Peneliti	:	
	Nama Lengkap	:	Dr. Andi Yusniar Mendo, SE.,MM
	Bidang Keahlian	:	Manajemen SDM
	Jabatan Struktural	:	Sekretaris Jurusan Manajemen
	Jabatan Fungsional	:	Lektor
	Unit Kerja	:	Fakultas Ekonomi
	Alamat	:	Jl. Jenderal Sudirman No. 6 Kota Gorontalo
	Telfon	:	08114332371
	Email	:	
3	a. Anggota Peneliti	:	Idris Yanto Niode, S.Pd.,MM
	Bidang Keahlian	:	Manajemen Strategik
	MK Yang diampuh	:	1. Manajemen Strategi 2. Strategi Umkm & Keunggulan Bersaing 3. Technopreneur
	Unit Kerja/ Insitusi	:	Fakultas Ekonomi - UNG
	b. Vivin R. Daud	:	Mahasiswa Manajemen
	c. Rahmawati Hasim	:	Mahasiswa Manajemen
	Alokasi Waktu/ Minggu	:	8 Jam/ Minggu (14 Minggu)
4	Obyek Penelitian	:	Model Manajemen UMKM
5	Masa Pelaksanaan Penelitian		
	Mulai	:	Mei 2021
	Berakhir	:	Agustus 2021
7	Anggaran yang diusulkan	:	Rp. 25.000.000
8	Lokasi Penelitian	:	Kabupaten Bone Bolango
9	Hasil yang ditargetkan	:	1. Tersusunnya Laporan Penelitian 2. Hasil penelitian dipublikasi dalam jurnal internasional bereputasi 3. Adanya Pengembangan Hasil Penelitian/ Payung Penelitian Mahasiswa

**HALAMAN PENGESAHAN  
PENELITIAN BANTUAN OUTPUT DISERTASI DANA BLU FIP**

Judul Kegiatan : Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir Kabupaten Bone Bolango

**KETUA PENELITI****A**

A. Nama Lengkap : Dr. Andi Yusniar Mendo, SE, MM  
B. NIDN : 0023097004  
C. Jabatan Fungsional : Lektor  
D. Program Studi : S1 Manajemen  
E. Nomor HP : 081242602201  
F. Email :

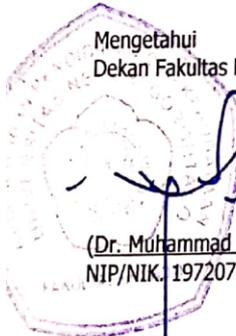
**ANGGOTA PENELITI (1)**

A. Nama Lengkap : Idris Yanto Niode, S.Pd, MM  
B. NIDN : 0026107802  
C. Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

Lama Penelitian Keseluruhan : 5 bulan  
Penelitian Tahun Ke : 1  
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 25.000.000,-  
Biaya Tahun Berjalan : - Diusulkan Ke Lembaga : Rp 25.000.000,-  
- Dana Internal PT : -  
- Dana Institusi Lain : -

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Muhammad Amir Arham, M.E.)  
NIP/NIK. 197207252006041002



Gorontalo, 3 Maret 2021  
Ketua Peneliti,

(Dr. Andi Yusniar Mendo, SE, MM)  
NIP/NIK. 197009232005012001

Menyetujui,  
Ketua Lembaga Penelitian

(Prof. Dr. Ishak Isa, M.Si)  
NIP/NIK. 196105261987031005



## ABSTRAK

Tujuan jangka panjang dalam penelitian kali ini adalah untuk mendapatkan kerangka ataupun format baku dalam merumuskan serta mengimplementasikan penerapan model manajemen UMKM berbasis potensi masyarakat pesisir Kabupaten Bone Bolango, serta sebagai sumbangsi pemikiran bagi pemerintah daerah dalam pengambilan kebijakan dalam mengembangkan dan memberdayakan sektor UMKM khususnya sektor industri pengolahan sumber daya laut (Perikanan). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis Analisis Hirarki Process (AHP). Hal ini dilakukan dengan alasan guna mengungkap dan mengkaji variable lingkungan yang mempengaruhi pertumbuhan dan pengembangan UMKM secara berkesinambungan serta mengeksplorasi /mengidentifikasi faktor-faktor tersebut secara mendalam dalam merumuskan strategi pengembangan model manajemen UMKM yang ada di Kabupaten Bone Bolango khususnya adalah sektor perikanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Penerapan model manajemen UMKM pada masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango masih belum maksimal karena dari 5 faktor yang diteliti, hanya 2 faktor yang sudah berada dalam kategori yang efektif. Pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang masih menjadi peluang utama, nmaun dari sisi tantangan yang harus terus dibenahi yakni pada manajemen pemasaran dan manajemen keuangan suatu usaha dimana pemasaran yang buruk membuat usaha menjadi rugi dan tata kelola keuangan yang buruk pula akan membuat kemudahan permodalan menjadi tidak sesuai. (2) Model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango dapat dioptimalkan melalui strategi Ability Mindset & Increising Networtking (AMIN) yang merupakan sebuah upaya dalam peningkatan kapasitas dan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan manajemen pada produksi, operasional, tata kelola amdinistrasi, modernisasi digitalisasi dan keuangan serta jejaring pemasaran yang akan berimplikasi secara nyata dalam peningkatan kinerja UMKM (kinerja keuangan, kinerja operasional dan kinerja administrasi), peningkatan pangasa pasar dan pembentukan loyalitas pelanggan atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango.

**Kata Kunci: Strategi & Model Manajemen UMKM**

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah S.W.T., atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis akhirnya dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul: **“Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir Kabupaten Bone Bolango.** Judul di atas dilatarbelakangi oleh pemikiran bahwa sektor UKM yang merupakan ujung tombak dari perekonomian suatu daerah maupun Negara perlu mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah.

Dilihat dari peran dan fungsi sektor UKM ini sangatlah penting dalam menopang perekonomian suatu bangsa, dimana salah satunya adalah membantu pemerintah dalam mengatasi kelangkaan lapangan kerja dan banyaknya pengangguran. Olehnya itu perlu adanya kajian – kajian yang nantinya diharapkan dapat mendukung eksistensi dari UKM itu sendiri.

Penelitian ini menganalisis tentang analisis Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir di Kabupaten Bone Bolango, setelah mengkaji secara kritis dan analitis, kemudian ditindaklanjuti dengan merekomendasikan beberapa strategi bagaimana meraih keunggulan bersaing sektor UKM khususnya adalah industri perikanan. Sebagai bentuk solusi yang dapat ditempuh untuk memperbaiki kinerja pada level teknis maupun kebijakan.

Akhirnya kami peneliti sadari bahwa tak ada gading yang tak retak, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan penelitian ini.

Gorontalo, Juli 2021

Tim Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	i
<b>IDENTITAS PENELITIAN</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	iii
<b>ABSTRAK</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR</b>	v
<b>DAFTAR ISI</b>	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Khusus	3
1.3 Keutamaan Penelitian	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	5
2.1 Konsep UMKM	5
2.2 Konsep Strategi	7
2.3 Konsep Pemberdayaan	8
2.4 Peta Jalan Penelitian	10
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	13
3.1 Rancangan Penelitian	13
3.2 Subyek Penelitian	13
3.3 Teknik Analisis Data	14
3.3.1 Analisis Deskriptif	14
3.3.2 Analisis AHP	15
3.4 Alur Penelitian	18
3.5 Tim dan Tugas Peneliti	19
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	20
4.1 Gambaran Umum Penelitian	20
4.2 Hasil Analisis Penerapan Model Manajemen UMKM Masyarakat Pesisir Kabupaten Bone Bolango	25
4.3 Identifikasi AHP dalam Strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango	31
4.4 Pembahasan	40
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	49
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	50
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	52

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di Indonesia, usaha kecil dan menengah mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam rangka mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan tujuan pembangunan ekonomi pada khususnya. Peran ini dapat dilihat dalam hal penyediaan kesempatan usaha, lapangan kerja dan peningkatan ekspor. Dapat dilihat bahwa usaha kecil dan menengah lebih mampu untuk bertahan lebih lama dari krisis ekonomi, karena mempunyai karakteristik yang lebih fleksibel dan lebih memanfaatkan sumber daya lokal sehingga bisa diandalkan untuk mendukung ketahanan ekonomi (Asmarani, 2006).

Masalah yang dihadapi oleh usaha kecil dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu masalah finansial dan non finansial (manajemen Usaha). Masalah *finansial* diantaranya adalah (1) Kurangnya kesesuaian (*mismatch*) antara dana yang tersedia dan dana yang dapat diakses oleh usaha kecil. (2) Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan usaha kecil. (3) Biaya transaksi tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan sangat kecil. (4) Kurangnya akses ke sumber dana formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai. (5). Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja tinggi. (6) Banyaknya usaha kecil yang

belum *bankable*, baik disebabkan karena belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.

Sedangkan masalah *non finansial* (manajemen usaha) diantaranya adalah ;

(1) Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control* yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan. (2) Kurangnya pengetahuan akan pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat di jangkau oleh usaha kecil mengenai pasar, serta terbatasnya usaha kecil untuk menyediakan produk/jasa yang sesuai dengan keinginan pasar. (3) Keterbatasan dan kurangnya sumberdaya manusia yang trampil dan kreatif, dan (4). Kurangnya pemahaman usaha kecil mengenai akuntansi dan keuangan.

Selanjutnya, meskipun kita pikirkan berbagai hal tentang iklim kondusif bagi peningkatan produktivitas UMKM, tapi jika tidak ada yang bisa mengontrol sampau sejauh mana komoditas itu diolah dan bagaimana potensinya pasarnya, maka ini juga akan menjadi sia-sia. Oleh karena itu ada beberapa hal prinsip yang harus menjadi orientasi jika kedepan untuk dikerjakan. *Pertama*, siapa yang bertanggung jawab menjadi technical assistant pada UMKM yang ada. Pemerintah sendiri atau lembaga lainnya (Perguruan Tinggi) Yang *kedua*, siapa yang akan bertanggungjawab pada *letter of investment* dari sektor UMKM.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka pembahasan dan kajian penelitian ini akan difokuskan pada bagaimana strategi pengembangan model manajemen UMKM masyarakat pesisir Kabupaten Bone Bolango

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: "Bagaimana strategi pengembangan model manajemen UMKM masyarakat pesisir Kabupaten Bone Bolango?"

## **1.3. Tujuan Khusus**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis potensi sumberdaya alam (hasil perikanan) pendukung pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan UMKM di pesisir Bone Bolango
2. Untuk mengetahui dan menganalisis penerapan model manajemen UMKM masyarakat pesisir Kabupaten Bone Bolango
3. Untuk menganalisis faktor pendukung dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat pelaku usaha dalam pengembangan usaha.
4. Merumuskan strategi pemberdayaan UMKM pengolahan hasil perikanan guna peningkatan kesejahteraan masyarakat pesisir

## **1.4. Keutamaan Penelitian**

Perkembangan UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai persoalan sehingga menyebabkan lemahnya daya saing produk yang dihasilkan. Persoalan utama yang dihadapi UMKM, antara lain keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan. Dengan segala persoalan yang ada, potensi UMKM yang besar itu menjadi terhambat. Meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya

krisis global namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan lebih berat.

Sehingganya dalam meningkatkan daya saing maka perusahaan maupun daerah perlu memiliki keunikan dan keunggulan dalam produknya. Produk tersebut hendaknya berbasis pada ketersediaan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia. Dalam konteks Masterplan Percepatan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI), Kabupaten Bone Bolango yang memiliki daerah pesisir yang cukup besar dan berada di posisi/ koridor kawasan teluk tomini juga perlu mengoptimalkan sektor sektor industri/ usaha yang berkaitan dengan perikanan dan produk turunan lainnya”.

Seiring kompetisi dunia bisnis dan industri yang makin ketat serta kesempatan kerja di sektor formal yang makin terbatas maka pemerintah terus menggalakkan tumbuhnya wirausaha dan usaha mikro kecil dan menengah berbasis komoditas dan produk unggulan lokal yang nantinya diharapkan sebagai sarana menunjang perekonomian daerah dan nasional. Sehingganya penelitian ini diharapkan akan mendorong sektor UMKM khususnya dari industri pengolahan perikanan yang ada di Kabupaten Bone Bolango guna meningkatkan daya saing produk UMKM.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Konsep UMKM**

Rumusan terhadap definisi UMKM berbeda antara satu negara lainnya dan berbeda pula definisi yang dibuat oleh berbagai lembaga dunia. Tidak ada suatu kesepakatan terhadap definisi UMKM. Umumnya UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria dan ciri yang dapat berupa jumlah tenaga kerja yg di pergunakan, jumlah capital dan omzet dari kegiatan yang di hasilkan, serta dapat pula di definisikan berdasarkan karakteristik UMKM, seperti skala usaha, teknologi yang di gunakan, organisasi dan manajemen, orientasi pasar, dan lain sebagainya.

Menurut UU nomor 9 tahun 1995, usaha kecil didefinisikan sebagai:

- a. Usaha produktif milik warga negara Indonesia yang berbentuk badan usaha perorangan badan usaha yang tidak berbadan hokum, atau badan usaha berbadan hukum, termasuk koperasi.
- b. Anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung, dengan usaha menengah atau besar tidak termasuk dalam kategori usaha kecil.
- c. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 100 juta per tahun.

Tambunan (2017: 1) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri

sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.

UMKM tidak hanya berbeda dari aspek modal, omzet, dan jumlah tenaga kerja. Perbedaan UMKM dengan usaha besar dapat pula dibedakan berdasarkan ciri dan karakteristik yang terdapat dalam UMKM itu sendiri. Menurut Saifudin Sarief seperti dikutip oleh Tanjung (2017: 93) menjelaskan bahwa ciri-ciri UMKM dapat dikelompokkan berdasarkan usahanya. Usaha mikro, umumnya dicirikan oleh beberapa kondisi berikut:

1. Belum melakukan manajemen/pencatatan keuangan sekalipun yang sederhana, atau masih sangat sedikit yang mampu membuat neraca usahanya
2. Pengusaha atau SDM nya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD, dan belum memiliki jiwa wirausaha yg memadai.
3. Pada umumnya tidak/belum mengenal perbankan, tetapi lebih mengenal rentenir atau tengkulak.
4. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya, termasuk npwp
5. Tenaga kerja atau karyawan yg dimiliki pada umumnya kurang dari 4 (empat) orang. Anggota dari suatu koperasi tertentu biasanya berskala mikro.
6. Perputaran usaha (*turnover*) umumnya cepat. Mampu menyerap dana relatif besar. Dalam situasi krisis ekonomi, kegiatan usahanya tetap berjalan, bahkan mampu berkembang karena biaya manajemennya relatif rendah.
7. Pada umumnya, pelaku usaha mikro memiliki sifat tekun, sederhana serta dapat menerima bimbingan (asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat)

## **2.2. Konsep Strategi**

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti seni dan jenderal. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Menurut Fred David & Forest R. David (2017: 11) Strategi bisnis adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang besar. Sebagai tambahan, strategi memengaruhi kesejahteraan jangka panjang organisasi, biasanya paling sedikit lima tahun, dan oleh karena itu berorientasi masa depan. Strategi memiliki konsekuensi multifungsi atau multidimensional dan membutuhkan pertimbangan, baik faktor internal maupun eksternal yang dihadapi oleh perusahaan.

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis, (Umar: 2008: 31 – 32)

### **a. Strategi Manajemen**

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro.

### **b. Strategi Investasi**

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau

berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

### **c. Strategi Bisnis**

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen.

### **2.3. Konsep Pemberdayaan**

Secara etimologis, Pemberdayaan adalah terjemahan dari kata *empowerment*, yang berasal dari kata *empower* yang mengandung dua pengertian: (i) *to give power to* (memberi kekuasaan, mengalihkan kekuatan atau mendelegasikan otoritas pada pihak lain). (ii) *to give ability to, enable* (usaha untuk memberi kemampuan).

Sementara itu Totok dan Poerwoko (2013:14) memberikan definisi pemberdayaan sebagai proses adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat dan atau mengoptimalkan keberdayaan (dalam arti kemampuan dan atau keunggulan bersaing) kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai proses, pemberdayaan merujuk pada kemampuan, untuk berpartisipasi memperoleh kesempatan dan atau mengakses sumberdaya dan layanan yang diperlukan guna memperbaiki mutu hidupnya (baik secara individual, kelompok dan masyarakat dalam arti luas).

Terdapat empat prinsip yang sering digunakan untuk suksesnya program pemberdayaan yaitu prinsip kesetaraan, partisipasi, keswadayaan atau

kemandirian, dan berkelanjutan. Adapun lebih jelasnya adalah sebagai berikut (Najiyati, et all. 2005:54)

a) Prinsip Kesetaraan

Prinsip utama yang harus dipegang dalam proses pemberdayaan masyarakat adalah adanya kesetaraan atau kesejajaran kedudukan antara masyarakat dengan lembaga yang melakukan program-program pemberdayaan masyarakat, baik laki-laki maupun perempuan.

b) Partisipasi

Program pemberdayaan yang dapat menstimulasi kemandirian masyarakat adalah program yang sifatnya partisipatif, direncanakan, dilaksanakan, diawasi, dan dievaluasi oleh masyarakat.

c) Keswadayaan atau kemandirian

Prinsip keswadayaan adalah menghargai dan mengedepankan kemampuan masyarakat daripada bantuan pihak lain. Konsep ini tidak memandang orang miskin sebagai obyek yang tidak berkemampuan (*the have not*), melainkan sebagai subjek yang memiliki kemampuansedikit (*the have little*).

d) Berkelanjutan

Program pemberdayaan perlu dirancang untuk berkelanjutan, sekalipun pada awalnya peran pendamping lebih dominan dibanding masyarakat sendiri. Tapi secara perlahan dan pasti, peran pendamping akan makin berkurang, bahkan akhirnya dihapus, karena masyarakat sudah mampu mengelola kegiatannya sendiri.

#### **2.4. Peta Jalan (*Roadmap*) Penelitian**

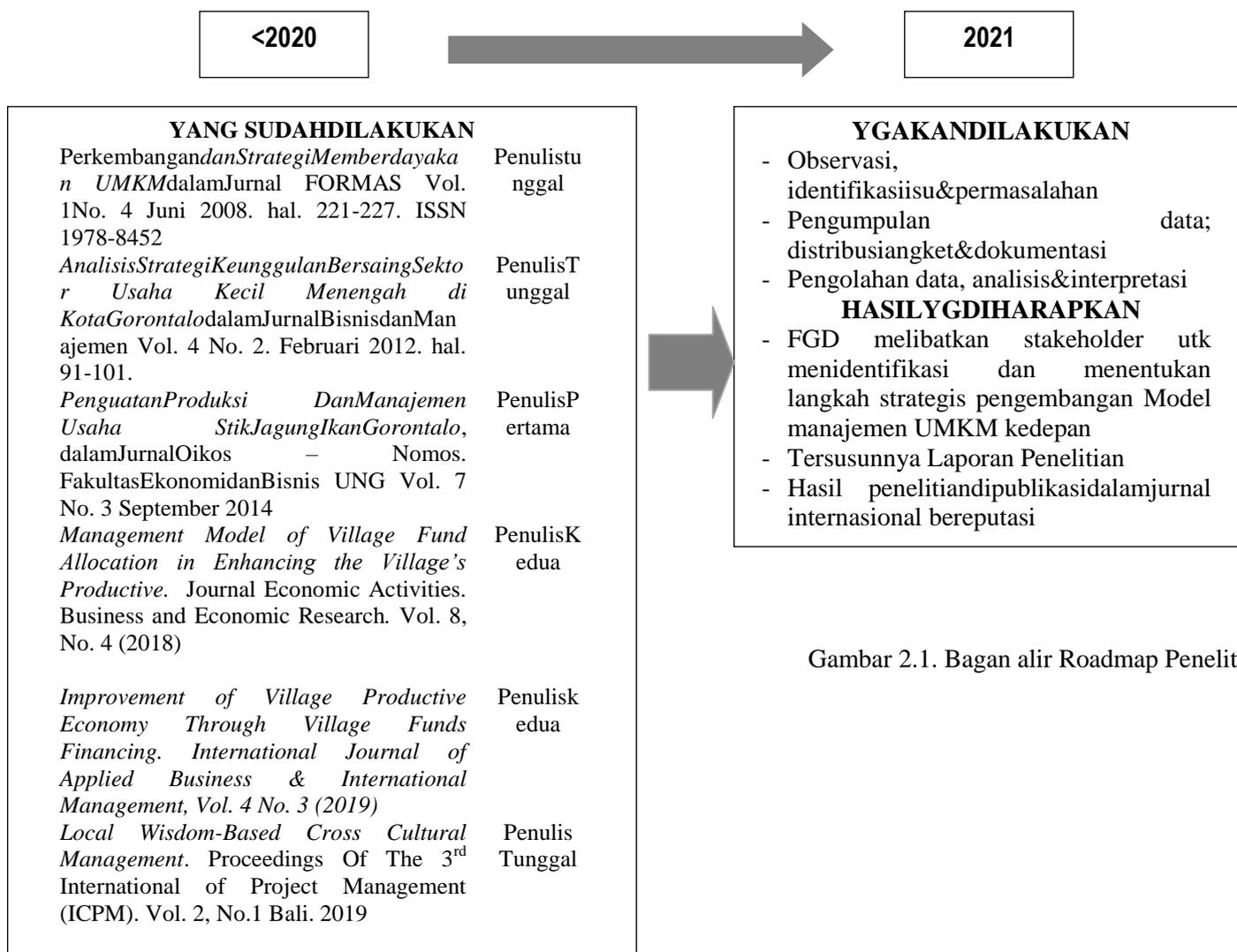
Pengembangan model manajemen UMKM dengan potensi ekonomi masyarakat pesisir dengan memanfaatkan produksi lokal telah menjadi prioritas tim pengusul dalam kegiatan tridarma perguruan tinggi melalui penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dijalankan beberapa tahun terakhir ini.

Potensi ekonomi masyarakat pesisir dipilih karena merupakan salah satu sektor yang dijadikan unggulan daerah Gorontalo khususnya Kabupaten Bone Bolango yang saat ini semakin ditingkatkan produksinya baik dari sisi kuantitas maupun kualitasnya. Ketertarikan dan prioritas penanganan masalah rendahnya kemampuan manajemen, nilai tambah produk unggulan lokal komoditas Provinsi Gorontalo juga menjadi perhatian Ketua dan Anggota pengusul penelitian ini yang tampak pada berbagai publikasi berikut:

1. *Perkembangan dan Strategi Memberdayakan UMKM* dalam Jurnal FORMAS Vol. 1 No. 4 Juni 2008. hal. 221-227. ISSN 1978-8452
2. *Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo* dalam Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No. 2. Februari 2012. hal. 91-101. ISSN. 1979-7192
3. *Penguatan Produksi Dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo*, dalam Jurnal Oikos – Nomos. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNG Vol. 7 No. 3 September 2014 hal 209-220 ISSN 1979-1607
4. *The Determinant of The Improvement of Sales Volume by Small Medium Enterprises That Sell Processed Food in Gorontalo Regency*. Journal of Community Development In Asia JCDA). Vol.2 No.2 (2020)

5. *Management Model of Village Fund Allocation in Enhancing the Village's Productive*. Journal Economic Activities. Business and Economic Research. Vol. 8, No. 4 (2018)
6. *Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo*. Jurnal Oikos – Nomos. Volume 13, Nomor 1 Juni 2020
7. *Improvement of Village Productive Economy Through Village Funds Financing*. *International Journal of Applied Business & International Management*, Vol. 4 No. 3 (2019)
8. *Local Wisdom-Based Cross Cultural Management*. Proceedings Of The 3<sup>rd</sup> International of Project Management (ICPM). Vol. 2, No.1 Bali. 2019

Ringkasnya, roadmap penelitian dapat diilustrasikan dalam diagram berikut:



Gambar 2.1. Bagan alir Roadmap Penelitian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Rancangan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui permasalahan apa saja yang dihadapi oleh UMKM khususnya dalam hal pengelolaan/ manajemen usaha guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Untuk menganalisis faktor tersebut dalam rangka merumuskan strategi pengembangan model manajemen UMKM pengolahan ikan di Kabupaten Bone Bolango maka dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan Analisis AHP.

#### **3.2 Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini yakni para masyarakat pelaku UMKM sebanyak 3 orang, pemerintah daerah sebanyak 4 orang, pemerintah desa sebanyak 3 orang, kelembagaan sebanyak 2 orang dan swasta sebanyak 2 orang. Kemudian untuk analisis deskriptif menggunakan subjek dengan perhitungan sampel infinity populasi.

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Ket :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe= *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa di toleransi, disini ditetapkan 15% atau 0,15

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau  $Z = 1,96$  dan moe 15% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,15)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,09}$$

$$n = 43$$

Berdasarkan rumus diatas dapat diperoleh sampel dari populasi sebanyak 43 orang.

### **3.3 Teknik Analisis Data**

#### **3.3.1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan analisis untuk menggambarkan keadaan dari suatu aspek yang akan dinilai. Perhitungan skor dapat diperoleh melalui perhitungan berikut ini:

$$\% \text{ Skor Pernyataan} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

- a. Skor Aktual adalah skor yang diperoleh dari jawaban seluruh responden atas kusioner yang telah diajukan.

- b. Skor ideal adalah skor maksimum atau skor tertinggi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Setelah diperoleh hasil perhitungan, kemudian disusun kriteria dari hasil tersebut untuk diinterpretasikan lebih lanjut.

### **3.3.2. Analisis AHP**

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP). Analytical Hierarchy Process (AHP) Adalah metode untuk memecahkan suatu situasi yang kompleks tidak terstruktur kedalam beberapa komponen dalam susunan yang hirarki, dengan memberi nilai subjektif tentang pentingnya setiap variabel secara relatif, dan menetapkan variabel mana yang memiliki prioritas paling tinggi guna mempengaruhi hasil pada situasi tersebut. Proses pengambilan keputusan pada dasarnya adalah memilih suatu alternatif yang terbaik. Seperti melakukan penstrukturan persoalan, penentuan alternatif-alternatif, penentuan nilai kemungkinan untuk variabel aleatori, penetapan nilai, persyaratan preferensi terhadap waktu, dan spesifikasi atas resiko. Betapapun melebarnya alternatif yang dapat ditetapkan maupun terperinci penjabaran nilai kemungkinan, keterbatasan yang tetap melingkupi adalah dasar perbandingan berbentuk suatu kriteria yang tunggal.

Peralatan utama Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah memiliki sebuah hirarki fungsional dengan input utamanya persepsi manusia. Dengan hirarki, suatu masalah kompleks dan tidak terstruktur dipecahkan ke dalam kelompok-kelompoknya dan diatur menjadi suatu bentuk hirarki. Langkah-langkah AHP yakni:

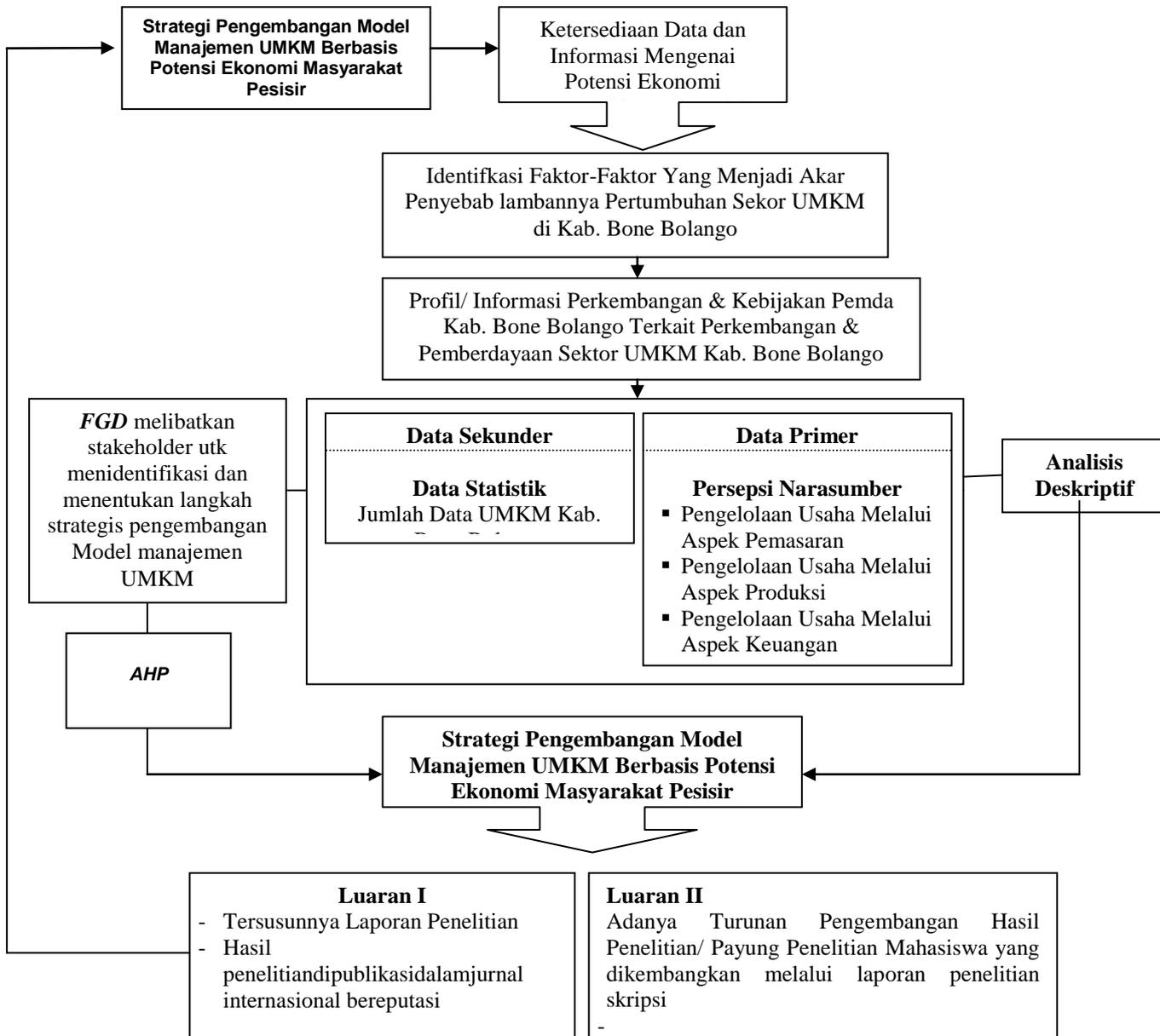
1. Memdefiniskan permasalahan dan penentuan tujuan. Jika AHP digunakan untuk memilih alternatif atau menyusun prioritas alternatif, pada tahap ini dilakukan pengembangan alternatif.
2. Menyusun masalah kedalam hierarki sehingga permasalahan yang kompleks dapat ditinjau dari sisi yang detail dan terukur.
3. Penyusunan prioritas untuk tiap elemen masalah pada hierarki. Proses ini menghasilkan bobot atau kontribusi elemen terhadap pencapaian tujuan sehingga elemen dengan bobot tertinggi memiliki prioritas penanganan. Prioritas dihasilkan dari suatu matriks perbandingan berpasangan antara seluruh elemen pada tingkat hierarki yang sama.
4. Melakukan pengujian konsistensi terhadap perbandingan antar elemen yang didapatkan pada tiap tingkat hierarki.

Hasil perbandingan dari masing-masing elemen akan berupa angka dari 1 sampai 9 yang menunjukkan perbandingan tingkat kepentingan suatu elemen. Apabila suatu elemen dalam matriks dibandingkan dengan dirinya sendiri maka hasil perbandingan diberi nilai 1. Skala 9 telah terbukti dapat diterima dan bisa membedakan intensitas antar elemen. Hasil perbandingan tersebut diisikan pada sel yang bersesuaian dengan elemen yang dibandingkan. Skala perbandingan perbandingan berpasangan dan maknanya yang diperkenalkan oleh Saaty bisa dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Skala Banding Secara Berpasang (Saaty, 1993)

<b>Intensitas Kepentingan</b>	<b>Definisi</b>	<b>Penjelasan</b>
1	Kedua elemen sangat penting	Dua elemen mempunyai pengaruh sama besar
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting	Pengalaman dan Penilaian memberikan nilai tidak jauh berbeda antara satu elemen terhadap elemen lainnya
5	Elemen yang satu sangat penting	Pengalaman dan Penilaian memberikan nilai Kuat berbeda antara satu elemen terhadap elemen lainnya
7	Elemen yang satu jelas lebih penting	Satu elemen sangat lebih disukai dibandingkan elemen lainnya
9	Elemen yang satu mutlak lebih penting	Satu elemen secara pasti menempati urutan tertinggi dalam tingkatan preferensi
2,4,6,8	Nilai Kompromi atas nilai-nilai di atas	Penilaian kompromi secara numeris dibutuhkan semenjak tidak ada kata yang tepat untuk menggambarkan tingkat preferensi
Kebalikan	Jika untuk aktivitas i mendapat satu angka dibanding dengan aktivitas j, maka j mempunyai nilai kebalikannya dibanding dengan i	

### 3.4 Alir Penelitian



### 3.5 Tim & Tugas Peneliti

Tim Peneliti Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir Kabupaten Bone Bolango ini terdiri dari para peneliti yang tergabung dalam TIM Peneliti yang ditunjuk oleh pihak Bappeda Kota Gorontalo.

Tabel 3.1.

Tim Peneliti

<b>No</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tugas dan Tanggung Jawab</b>	<b>Jumlah</b>
1	Ketua Tim (Dr. Andi Yusniar Mendo, SE.,MM)	Bertugas mempersiapkan seluruh anggota tim peneliti, mengatur pembagian tugas dan wewenang anggota, materi kajian, analisis penelitian serta kelengkapan administrasi lainnya.	1 Orang
2	Anggota Tim (Idris Yanto Niode, S.Pd.,MM)	Membantu Ketua mempersiapkan seluruh anggota tim peneliti, mengatur pembagian tugas dan wewenang anggota, materi kajian, analisis penelitian serta kelengkapan administrasi lainnya.	1 Orang
3	Asisten Peneliti I (Rahmawati Hasim)	Bertugas mempersiapkan bahan-bahan kuisisioner yang terkait dengan aspek Pemasaran, aspek produksi, Aspek Keuangan, aspek manajemen dan metode yang akan dilakukan, serta analisis data.	1 Orang
4	Asisten Peneliti II (Vivin R. Daud.)	Bertugas mempersiapkan bahan-bahan kuisisioner yang terkait metode yang akan dilakukan, serta analisis data.	1 Orang
<b>ENUMERATOR</b>			
1	(.....)	Bertugas mempersiapkan kuisisioner, mempersiapkan bahan-bahan kajian yang terkait semua aspek analisis	1 Orang

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Penelitian**

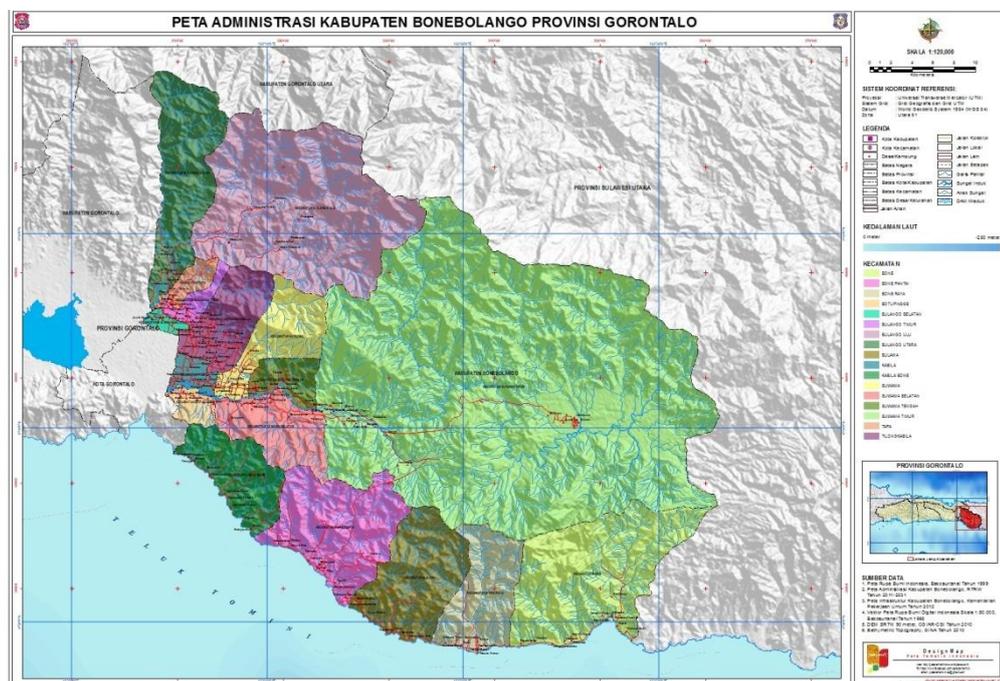
Dalam rangka peningkatan penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan, dan pelayanan kemasyarakatan di Kabupaten Bone Bolango yang mempunyai luas wilayah  $\pm 5.338,98$  km<sup>2</sup> perlu dibentuk Kabupaten Bone Bolango yang terdiri atas 4 (empat) Kecamatan, yaitu Kecamatan Tapa, Kecamatan Kabila, Kecamatan Suwawa, dan Kecamatan Bone Pantai dengan luas wilayah keseluruhan  $\pm 1.984,31$  km<sup>2</sup>. Dengan luas wilayah, persebaran dan pertumbuhan penduduk serta dinamika kehidupan masyarakat sebuah provinsi baru, perlu diatasi dengan memperpendek rentang kendali pemerintahan melalui pembentukan daerah otonom baru. Hal itu sejalan dengan kebijakan nasional dalam rangka percepatan pembangunan Kawasan Timur Indonesia, khususnya di Provinsi Gorontalo.

Berdasarkan hal tersebut di atas dan memperhatikan aspirasi masyarakat yang selanjutnya dituangkan dalam Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bone Bolango Nomor 01 Tahun 2002 tanggal 17 Januari 2002 tentang Rekomendasi/Pernyataan Sikap Mendukung Pembentukan Kabupaten Baru, dan Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Gorontalo Nomor 14 Tahun 2002 Tanggal 27 Februari 2002 tentang Rekomendasi/Persetujuan Pembentukan Kabupaten Baru Bone Bolango,

Dengan terbentuknya Kabupaten Bone Bolango, sebagai daerah otonom, Pemerintah Provinsi Gorontalo, Pemerintah Kabupaten Bone Bolango, berkewajiban membantu dan memfasilitasi terbentuknya kelembagaan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, perangkat daerah yang efisien dan efektif sesuai kebutuhan dan kemampuan, pengaturan dan penyelesaian aset daerah yang dilakukan dengan pendekatan musyawarah dalam semangat saling membantu untuk kepentingan kesejahteraan rakyat Kabupaten Bone Bolango dan Kabupaten Bone Bolango

Bertitik tolak Amanah Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 Tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah melalui Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 serta mengingat Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2000 tanggal 22 Desember yang mengatur Tentang Pembentukan Provinsi Gorontalo yang kala itu hanya memiliki tiga daerah, sementara idealnya minimal harus memiliki lima Kabupaten/Kota, maka atas semangat dan aspirasi seluruh kalangan masyarakat di empat Kecamatan di Kabupaten Bone Bolango masing-masing Kecamatan Suwawa, Kabila, Tapa dan Bonepantai dibentuklah Komite Solidaritas Pembentukan Kabupaten Baru (KSPKB) yang berusaha, berjuang menjadikan empat kecamatan ini untuk menjadi suatu daerah Kabupaten. Tepat tanggal 6 Mei 2003 diresmikanlah Kabupaten Bone Bolango sebagai Kabupaten yang keempat di Provinsi Gorontalo sesuai amanat Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2003 Tentang Pembentukan Kabupaten Bone Bolango dan Kabupaten Pohuwato di Provinsi Gorontalo. Sampai saat ini (September 2020) Kabupaten Bone Bolango mengalami banyak proses pemekaran kecamatan dan desa/kelurahan, sehingga

jumlah kecamatan dan desa/ kelurahan menjadi banyak, yaitu 18 kecamatan, 154 desa dan 5 kelurahan. Adapun peta dari Kabupaten Bone Bolango dapat disajikan dalam gambar berikut ini:



**Gambar 4.1: Peta Kabupaten Bone Bolango (Sumber BPS)**

#### 4.1.2 Karakteristik Responden

Demografi responden dalam penelitian ini yakni hanya pada responden untuk kepentingan analisis deskriptif yang terdiri dari masyarakat pelaku UMKM di Pesisir Pantai dan juga stakeholder dalam pengembangan UMKM. Adapun karakteristik responden di Kabupaten Bone Bolango dijabarkan berikut ini:

##### 1 Demografi Berdasarkan Jenis kelamin

Adapun gambaran umum responden di Kabupaten Bone Bolango berdasarkan Jenis kelamin disajikan pada Tabel 4.1.

**Tabel 4.1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	9	20.9	20.9	20.9
Valid Perempuan	34	79.1	79.1	100.0
Total	43	100.0	100.0	

*Sumber: Data olahan, 2021*

Berdasarkan Tabel di atas dari 43 responden sebanyak 9 orang responden berjenis kelamin laki-laki atau persentasenya sebesar 20,90%. Kemudian responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 34 orang atau sebesar 79,10%. Dari hasil ini bahwa responden perempuan lebih dominan dibandingkan responden laki-laki.

## **2 Klasifikasi Umur Responden**

Adapun gambaran umum responden di Kabupaten Bone Bolango berdasarkan umur disajikan pada Tabel 4.2.

**Tabel 4.2. Klasifikasi Umur Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 30 Tahun	4	9.3	9.3	9.3
31-40 Tahun	24	55.8	55.8	65.1
Valid 41-50 Tahun	12	27.9	27.9	93.0
> 50 Tahun	3	7.0	7.0	100.0
Total	43	100.0	100.0	

*Sumber: Data olahan, 2021*

Berdasarkan Tabel di atas umur dari responden terdapat empat kategori, umur yang dominan yakni responden yang berumur 31-40 tahun sebanyak 24

orang atau sebesar 27,90%. Kemudian frekuensi berdasarkan umur yang terendah yakni pada umur > 50 tahun sebanyak 3 orang atau sebesar 7,00%.

### 3 Demografi Berdasarkan Pendidikan

Adapun gambaran umum responden di Kabupaten Bone Bolango berdasarkan pendidikan disajikan pada Tabel 4.3 berikut ini :

**Tabel 4.3: Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA/Sederajat	28	65.1	65.1	65.1
Diploma	3	7.0	7.0	72.1
Valid Sarjana	9	20.9	20.9	93.0
Magister	3	7.0	7.0	100.0
Total	43	100.0	100.0	

*Sumber: Data olahan, 2021*

Berdasarkan Tabel di atas, terdapat empat kategori pendidikan dari responden, dimana yang berpendidikan SMA/ sederajat sebanyak 28 orang atau sebesar 65,10%. Responden yang berpendidikan Diploma sebanyak 3 orang atau sebesar 7,00%. Responden yang berpendidikan sarjana sebanyak 9 orang atau sebesar 20,90%. Serta responden yang berpendidikan magister sebanyak 3 orang atau sebesar 7,00%. Berdasarkan hasil tersebut maka responden untuk analisis deskriptif didominasi oleh responden dengan pendidikan SMA/ sederajat.

## 4.2 Hasil Analisis Penerapan Model Manajemen UMKM Masyarakat Pesisir Kabupaten Bone Bolango

Penelitian ini dilaksanakan pada dengan sasaran yakni masyarakat pelaku UMKM dan stakeholder dalam pengembangan UMKM. Diketahui responden dalam penelitian ini sebanyak 43 orang dengan nilai skor tertinggi 5 dan skor terendah 1. Sehingga hasil perhitungan jawaban responden disajikan berikut ini:

- a. Max =  $5 \times 43 = 215$  (100%)
- b. Min =  $1 \times 43 = 43$  (20,00%)
- c. Range =  $(215-43)/5 = 34,40$  (16,00%)

Sehingga berdasarkan rentang skala tersebut dibuat penilaian (mengacu pada Narimawati, 2007) sebagaimana terlihat pada Tabel 4.9 berikut:

**Tabe 4.9: Daftar Kriteria Analisis Deskriptif**

No	Persentase Skor	Kriteria
1	20,01%-36,00%	Sangat Tidak (Baik/Efektif)
2	36,01%-52,00%	Tidak (Baik/Efektif)
3	52,01%-68,00%	Kurang (Baik/Efektif)
4	68,01%-84,00%	Cukup (Baik/Efektif)
5	84,01%-100,00%	Baik/Efektif

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui kriteria dari tiap pernyataan, pernyataan maupun aspek. Hasil analisis deskriptif untuk setiap aspek dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

### 1 Aspek Sumber daya manusia

Hasil analisis deskriptif untuk aspek sumber daya manusia disajikan pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

**Tabel 4.10: Hasil Deskriptif Aspek Sumber daya manusia**

No	Skor Pernyataan								Kriteria
	F1	F2	F3	F4	F5	Aktua l	Ideal	%	
A-1	1	0	3	9	30	196	215	91.16%	Efektif
A-2	0	0	4	13	26	194	215	90.23%	Efektif
A-3	0	0	6	11	26	192	215	89.30%	Efektif
A-4	0	0	8	12	23	187	215	86.98%	Efektif
A-5	0	5	5	11	22	179	215	83.26%	Cukup Efektif
A-6	0	0	6	15	22	188	215	87.44%	Efektif
<b>Tota l</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>32</b>	<b>71</b>	<b>149</b>	<b>1,136</b>	<b>1,290</b>	<b>88.06%</b>	<b>Efektif (Peluang)</b>

Sumber: Pengolahan Data Excel, 2021

Berdasarkan hasil pada tabel 4.10 terlihat bahwa secara keseluruhan persentase skor capaian untuk aspek sumber daya manusia adalah sebesar 88,06% yang berada pada kategori “efektif”. Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia yakni para pelaku UMKM di daerah pesisir Kabupaten Bone Bolango memiliki kemampuan dalam memanfaatkan peluang-peluang ekonomi untuk menjadi sebuah produk yang dapat memberikan kontribusi dalam pendapatan rumah tangga. Kemampuan sumber daya manusia sangatlah penting untuk terus dioptimalkan karena puaat dari kegiatan usaha ada pada manusia terutama dalam menciptakan berbagai inovasi produk dan jasa yang mampu membuat UMKM bisa bertahan dalam kondisi yang kurang baik. Oleh karena itu meski sudah berada dalam ranah yang baik namun peluang untuk terus mengintervensi sumber daya SDM melalui berbagai program

pengembangan kapasitas SDM masih harus terus dilakukan secara rutin dan konsisten oleh stakeholder yang berkeinginan untuk pengembangan UMKM di Kabupaten Bone Bolango.

## 2 Aspek Produksi operasi

Hasil analisis deskriptif untuk aspek produksi operasi dapat disajikan pada Tabel 4.11 berikut:

**Tabel 4.11: Hasil Deskriptif Aspek Produksi operasi**

No	Skor Pernyataan								Kriteria
	F1	F2	F3	F4	F5	Aktual	Ideal	%	
B-1	0	1	8	13	21	183	215	85.12%	Efektif
B-2	0	0	6	14	23	189	215	87.91%	Efektif
B-3	0	1	7	17	18	181	215	84.19%	Efektif
B-4	0	0	7	19	17	182	215	84.65%	Efektif
B-5	0	0	9	15	19	182	215	84.65%	Efektif
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>37</b>	<b>78</b>	<b>98</b>	<b>917</b>	<b>1,075</b>	<b>85.30%</b>	<b>Efektif (Peluang)</b>

Sumber: Pengolahan Data Excel, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 tersebut terlihat bahwa secara keseluruhan persentase skor capaian untuk aspek produksi operasi adalah sebesar 85,30% yang berada pada kategori yang “efektif”. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan produksi dan operasional dalam suatu usaha sudah berada dalam ranah yang bisa unggul secara komparatif sehingga menjadi peluang penting dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bone Bolango. Para pelaku UMKM telah memiliki produk yang sesuai keinginan konsumen (masyarakat) namun masih harus diinovasi melalui peningkatan kualitas produk serta operasional yang lebih efisien dalam meningkatkan berbagai

keunggulan dari produk-produk UMKM yang telah dirintis oleh para pelaku UMKM.

### 3 Aspek Pemasaran

Hasil analisis deskriptif untuk aspek pemasaran disajikan dalam Tabel 4.12 berikut:

**Tabel 4.12: Hasil Deskriptif Aspek Pemasaran**

No	Skor Pernyataan								Kriteria
	F1	F2	F3	F4	F5	Aktua I	Ideal	%	
C-1	0	2	8	16	17	177	215	82.33%	Cukup Efektif
C-2	0	2	8	24	9	169	215	78.60%	Cukup Efektif
C-3	2	0	12	19	10	164	215	76.28%	Cukup Efektif
C-4	0	4	12	19	8	160	215	74.42%	Cukup Efektif
C-5	1	0	12	18	12	169	215	78.60%	Cukup Efektif
<b>Tota l</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>52</b>	<b>96</b>	<b>56</b>	<b>839</b>	<b>1,075</b>	<b>78.05 %</b>	<b>Cukup Efektif (Tantangan)</b>

Sumber: Pengolahan Data Excel, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut terlihat bahwa secara keseluruhan persentase skor capaian untuk aspek pemasaran adalah sebesar 78,05% yang berada pada kategori yang “cukup efektif”. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran oleh UMKM yang ada di pesisir Kabupaten Bone Bolango masih menjadi sebuah tantangan yang harus dibenahi dengan berbagai kegiatan pola kemitraan usaha baik dengan penyedia bahan baku produk ataupun dengan para masyarakat yang berpeluang dalam meningkatkan pangsa pasar dari produk-produk UMKM yang ada di daerah pesisir. Pemasaran menjadi sebuah langkah akhir yang harus

berhasil dilakukan oleh para pelaku UMKM karena produk yang berkualitas dan dengan berbagai keunggulan lainnya tidak akan berarti apabila permintaan pasar atas produk tersebut masih minim sehingga para pelaku usaha menjadi merugi dalam menjalankan usaha.

#### 4 Aspek manajemen keuangan

Hasil analisis deskriptif untuk aspek manajemen keuangan disajikan pada Tabel 4.13 berikut:

**Tabel 4.13: Hasil Deskriptif Aspek manajemen keuangan**

No	Skor Pernyataan								Kriteria
	F1	F2	F3	F4	F5	Aktual	Ideal	%	
D-1	0	5	17	10	11	156	215	72.56%	Cukup Efektif
D-2	0	5	17	9	12	157	215	73.02%	Cukup Efektif
D-3	2	3	17	10	11	154	215	71.63%	Cukup Efektif
D-4	7	5	12	9	10	139	215	64.65%	Kurang Efektif
D-5	4	4	8	14	13	157	215	73.02%	Cukup Efektif
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>22</b>	<b>71</b>	<b>52</b>	<b>57</b>	<b>763</b>	<b>1,075</b>	<b>70.98%</b>	<b>Cukup Efektif (Tantangan)</b>

Sumber: Pengolahan Data Excel, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut terlihat bahwa secara keseluruhan persentase skor capaian untuk aspek manajemen keuangan adalah sebesar 70,98% yang berada pada kategori yang “cukup efektif”. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada wilayah pesisir di Kabupaten Bone Bolango masih sangat kurang mampu dalam melakukan manajemen keuangan atas berbagai kegiatan usaha sehingga dalam penentuan harga, penentuan harga pokok produksi dan bahkan pada capaian laba serta pembuatan laporan keuangan menjadi kurang optimal padahal adanya

laporan keuangan yang andal, relevan, dapat dibandingkan dan mudah dipahami dalam sebuah prinsip SAK-ETAP pada UMKM akan memudahkan para pelaku UMKM dalam memperoleh bantuan modal dari pemerintah bahkan dari pihak perbankan. Aspek yang harus dibenahi dan menjadi tantangan utama dalam pengelolaan keuangan UMKM yakni pada pembuatan laporan keuangan dan merubah pola pikir masyarakat untuk memisahkan antara modal operasional dengan pendapatan serta keuntungan agar nilai tabah ekonomis dari usaha benar-benar terlihat.

## 5 Aspek kelembagaan

Hasil analisis deskriptif untuk aspek kelembagaan disajikan pada Tabel 4.13 berikut:

**Tabel 4.13: Hasil Deskriptif Aspek kelembagaan**

No	Skor Pernyataan								Kriteria
	F1	F2	F3	F4	F5	Aktual	Ideal	%	
E-1	0	2	6	19	16	178	215	82.79%	Cukup Efektif
E-2	3	2	11	10	17	165	215	76.74%	Cukup Efektif
E-3	0	1	14	16	12	168	215	78.14%	Cukup Efektif
E-4	0	4	10	14	15	169	215	78.60%	Cukup Efektif
<b>Tota l</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>41</b>	<b>59</b>	<b>60</b>	<b>680</b>	<b>860</b>	<b>79.07%</b>	<b>Cukup Efektif (Tantangan)</b>

Sumber: Pengolahan Data Excel, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut terlihat bahwa secara keseluruhan persentase skor capaian untuk aspek kelembagaan adalah sebesar 79,07% yang berada pada kategori yang “cukup efektif”. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa para pelaku UMKM di daerah pesisir Kabupaten Bone Bolango belum memanfaatkan berbagai keunggulan dalam suatu wadah kelembagaan atau

BUMDes yang ada di setiap desa dalam upaya dalam memaksimalkan kegiatan usahanya. Keberadaan kelembagaan khususnya BUMDes kadnagkala dianggap sebagai kompetitor oleh masyarakat pelaku usaha sehingga kerja sama dalam penguatan kelembagaan menjadi hal yang kurang bisa terjalin dengan baik.

Berdasarkan berbagai hasil analisis dan uraian hasil dapat dirumuskan faktor utama yang harus diperhatikan dalam suatu model pengembangan UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango yakni pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang masih menjadi peluang utama kemudian tantangan yang harus terus dibenahi yakni pada manajemen pemasaran dan manajemen keuangan suatu usaha. Peran dari pemerintah dan berbagai pihak lain sebagai stakeholder dalam pengembangan UMKM sangatlah diperlukan karena dengan kinerja UMKM yang baik dalam hal keuangan, operasional dan administrasi tentu akan menjadi pendorong bagi UMKM untuk menyelesaikan masalah permodalan yang menjadi masalah klasik dalam kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Bone Bolango.

#### **4.3 Identifikasi AHP dalam Strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango**

Proses perumusan kebijakan pengembangan menggunakan menggunakan proses hierarki analitik atau AHP (*Analytical Hierarchy Process*) merupakan representasi dari permasalahan yang rumit menjadi sebuah struktur yang memiliki level, dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya ke bawah hingga level terakhir dari alternatif. Sehingga

dengan menyusun hirarki-hirarki tersebut akan diperoleh gambaran mengenai strategi dan aktor suatu strategi dapat diketahui dengan lebih terperinci.

Model AHP strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi 4 level yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

### **1. Level 1 (fokus)**

Fokus dalam penelitian ini yakni bagaimana strategi yang menjadi andalan dan mudah diterapkan dalam upaya untuk meningkatkan model pengelolaan UMKM yang ideal dan memiliki progresivitas yang unggul yang kemudian dapat memberikan nilai tambah ekonomis bagi masyarakat dan ekonomi suatu wilayah dengan melibatkan aktor, faktor serta rumusan strategi yang tepat.

### **2. Level 2 (aktor)**

Aktor merupakan pelaku yang berperan yang mampu menjadi stimulus dalam dinamika strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango. Aktor penting dalam rumusan strategi ini yakni pemerintah dimana pemerintah memiliki berbagai kemampuan dalam intervensi kebijakan untuk peningkatan kapasitas dari UMKM. Aktor selanjutnya yakni universitas dimana dengan berbagai program tridharma perguruan tinggi maka atas inisiatif Dosen dalam perguruan tinggi maka akan tercipta sebuah kegiatan pengabdian yang orientasinya pada produksi, manajemen keuangan hingga pada pemasaran UMKM. Aktor ketiga yakni kelembagaan atau BUMDes, dimana kelembagaan ini berperan dalam membentuk sebuah komoditas usaha agar suatu usaha memiliki iklim yang

kondusif dalam operasionalnya dan juga mudah dalam memperoleh bantuan dari pemerintah. Aktor keempat yakni swasta atau dalam hal ini perbankan yang dalam program-programnya berupaya untuk meningkatkan pengetahuan SDM dan juga manajemen keuangan yang lebih baik serta aktor selanjutnya yakni masyarakat yang merupakan sasaran penjualan produk UMKM dan juga menjadi distributor tanpa dibayar oleh UMKM (merekendasikan produk dan jasa pada orang lain) sehingga UMKM bisa lebih dikenal dan memiliki pangsa pasar yang baik.

### **3. Level 3 (faktor)**

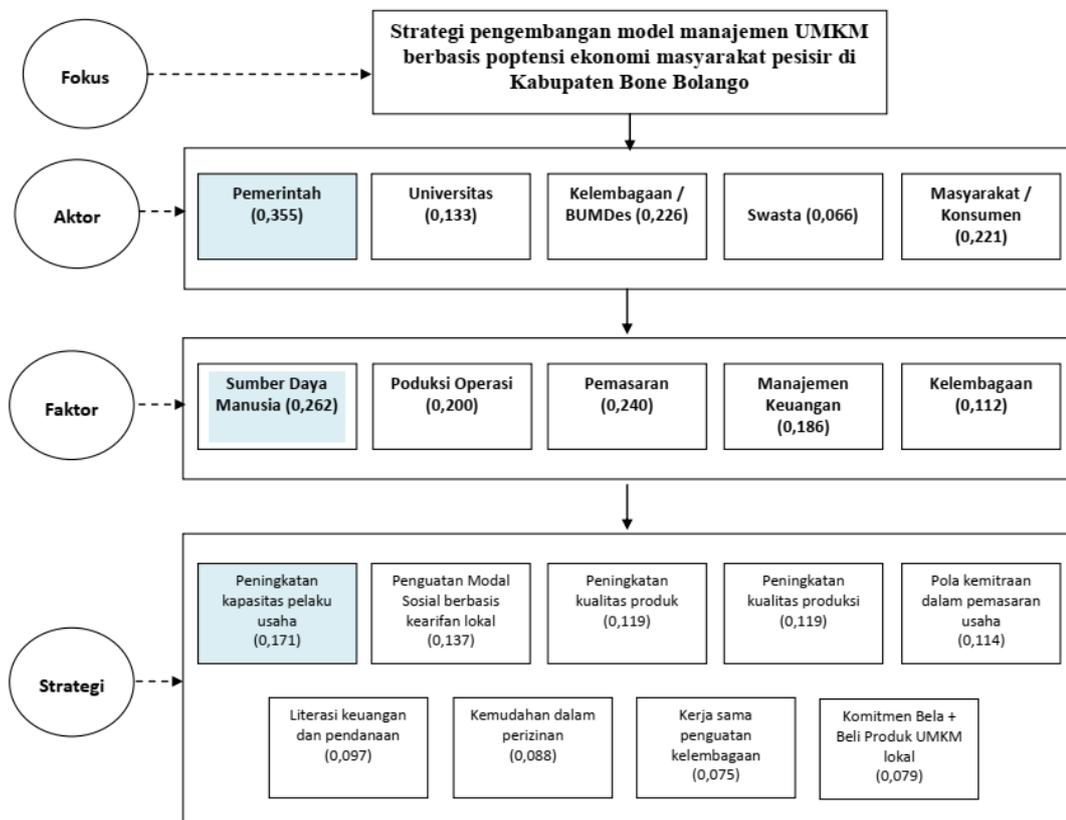
Faktor merupakan level yang menggambarkan bagaimana hal-hal yang berkaitan dengan strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir yang dalam hal ini mampu untuk meningkatkan maupun menurunkan kinerja UMKM dari masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango. Adapun faktor penting dalam strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir yakni sumber daya manusia, produksi operasi, pemasaran, manajemen keuangan dan kelembagaan.

### **4. Level 4 (strategi)**

Strategi merupakan suatu cara atau upaya yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan atau fokus. Adapun strategi yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah peningkatan kapasitas pelaku usaha, penguatan modal sosial berbasis kearifan lokal, peningkatan kualitas produk, peningkatan kualitas produksi, pola kemitraan dalam pemasaran usaha, literasi keuangan

dan pendanaan, kemudahan dalam perizinan, kerja sama penguatan kelembagaan, dan komitmen bela + beli Produk UMKM lokal

Dari keempat level yang kita gunakan pada penelitian ini maka bisa digambarkan pada suatu model struktur pengembangan pada AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Dari Hasil perhitungan menggunakan teknik AHP (*Analytical Hierarchy Process*) ditunjukkan bahwa yang menjadi prioritas strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir pada masing masing level adalah seperti pada Gambar 4.3.



**Gambar 4.2. Model dan Nilai AHP dalam Strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir**

Penjelasan dari hasil Strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir dapat disajikan sebagai berikut ini:

## **1 Tingkat Peranan Elemen Aktor**

Berdasarkan Tabel 4.20, tingkat peranan elemen aktor terhadap elemen fokus ditemukan bahwa aktor yang memiliki peran terbesar dalam pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir yakni pemerintah dengan bobot kepentingan sebesar 0,355. Hal ini menjadi aktor yang memiliki dampak besar karena pemerintah menjadi stimulus utama dalam sebuah kebijakan dimana pemerintah akan berkontribusi pada semua faktor sumber daya manusia, produksi operasi, pemasaran, manajemen keuangan dan kelembagaan. Kemudian aktor kedua yang berperan dalam strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir yakni kelembagaan / BUMDes dengan bobot kepentingan sebesar 0,226. Peran dari kelembagaan cukup krusial karena keaktifan dari kelembagaan, baik itu perbankan dan LSM yang berupaya untuk UMKM di daerah pesisir makin meningkat. Aspek penting dari kelembagaan ini pada dasarnya sebagai aktor yang saling berhubungan dengan pemerintah dengan berbagai program pengembangan UMKM. Namun demikian, untuk kelembagaan dalam bentuk BUMDes kadangkala menjadi organisasi yang dianggap kompetitor oleh para pelaku UMKM di daerah pesisir.

Pada posisi ketiga yakni masyarakat dengan bobot kepentingan sebesar 0,221 yang menunjukkan bahwa masyarakat menjadi sasaran untuk penjualan dan pemasaran UMKM dan juga masyarakat akan menjadi perpanjangan informasi

kepada calon konsumen lainnya sehingga akan sangat mendukung baiknya strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango. pada posisi keempat yakni pihak Universitas yang selama ini sudah cukup intens dengan berbagai program pengabdian sehingga memiliki bobot kepentingan sebesar 0,133. Hal tersebut karena durasi dari pengabdian masyarakat untuk UMKM bagi masyarakat pesisir yang dilakukan oleh universitas masih belum maksimal dan harus terus ditindaklanjuti dengan program-program kerja sama untuk daerah pesisir yang lebih baik. Kemudian aktor dengan peran yang kurang optimal yakni pihak swasta terutama pemanfaatan CSRnya dalam bentuk bantuan fasilitas dan peralatan dalam kegiatan UMKM yang masih minim. Aktor ini dengan bobot kepentingan sebesar 0,066 yang dalam hal ini maka perlu adanya upaya yang aktif dalam melakukan kerja sama dengan pihak swasta terutama swasta yang rutin memberikan dana CSR untuk masyarakat dan pemerintah.

## **2 Tingkat Peranan Elemen Faktor**

Berdasarkan Tabel 4.20, tingkat peranan Elemen Faktor terhadap Elemen Aktor ditemukan bahwa terdapat 5 faktor yang saling berkaitan dengan aktor dalam pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir. Faktor yang menjadi prioritas dalam upaya pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir yakni faktor sumber daya manusia dengan bobot sebesar 0,262 yang berarti bahwa sumber daya manusia masih harus lebih inovatif dalam rangka untuk menciptakan berbagai keunggulan dari UMKM yang dijalankan. Faktor sumber daya manusia

ini dapat dioptimalkan melalui peran dari universitas dalam berbagai program pengabdian dan inisiasi program lainnya serta peran dari kelembagaan dimana dalam hal ini perbankan khususnya Bank Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan kapasitas SDM. Faktor selanjutnya yakni pemasaran dengan bobot sebesar 0,240 yang berarti bahwa pemasaran harus menjadi perhatian penuh semua pihak karena pemasaran ini menjadi ujung tombak keberhasilan dan kinerja dari UMKM dimana faktor pemasaran ini menjadi tugas utama dari universitas dalam mengoptimalkannya dengan berbagai terobosan aplikasi (digitalisasi) dalam pemasaran dan juga oleh masyarakat sebagai wadah untuk meneruskan informasi kepada para calon konsumen lainnya.

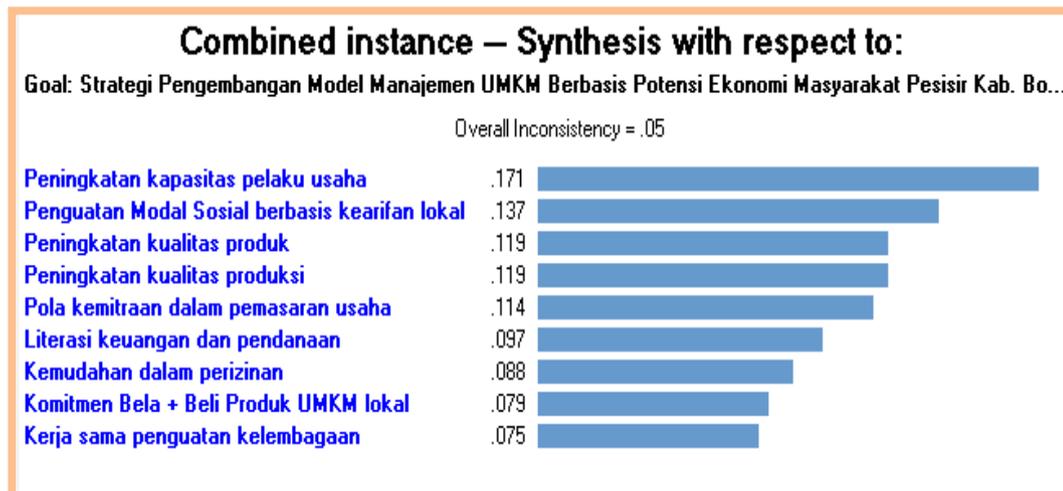
Faktor ketiga yakni faktor produksi operasi dengan bobot sebesar 0,200 yang berarti bahwa kegiatan produksi dan operasional dari pelaku UMKM harus terus dibenahi terutama dalam efisiensi dan efektivitas dari kedua proses tersebut sehingga usaha yang dijalankan memiliki laba yang sesuai dan potensi-potensi ekonomi yang ada di wilayah pesisir dapat dioptimalkan. Faktor produksi operasi ini perlu dioptimalkan dengan kerja sama dengan pihak swasta yang diinisiasi oleh aktor lainnya sehingga bantuan CSR dari swasta benar-benar digunakan untuk pengadaan berbagai sarana dan prasarana produksi UMKM. Faktor keempat yakni manajemen keuangan dimana manajemen keuangan ini cukup bermasalah karena banyak pelaku UMKM yang belum mampu menyusun laporan keuangan sesuai standar akuntansi dalam UMKM sehingga bobot skornya sebesar 0,186. Pemerintah perlu dalam melakukan berbagai kegiatan untuk meningkatkan kemampuan tersebut melalui seminar dan kegiatan lainnya. Faktor terakhir yakni

kelembagaan dengan bobot sebesar 0,112 yang berarti bahwa faktor kelembagaan belum mampu untuk memberikan dampak yang kuat bagi pelaku usaha karena aktor kelembagaan yang tidak terfokus pada kelembagaan tersebut seperti Bank Indonesia yang menjadi wadah bagi pengembangan UMKM selain pemerintah daerah yang cenderung melakukan upaya peningkatan kapasitas pengetahuan, keterampilan dan komitmen dari UMKM dalam kegiatan usahanya.

### **3 Tingkat Peranan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor**

Berdasarkan Tabel 4.21, tingkat peranan elemen strategi terhadap elemen faktor ditemukan bahwa strategi yang menjadi prioritas dalam upaya pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango yakni peningkatan kapasitas pelaku usaha dengan bobot sebesar 0,171 dan penguatan modal Sosial berbasis kearifan lokal dengan bobot 0,137. Kedua strategi ini menjadi prioritas karena peningkatan kapasitas pelaku usaha ini akan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan komitmen pelaku UMKM dalam produksi dan manajemen keuangan sehingga masalah-masalah krusial secara internal dapat diatasi sementara untuk penguatan modal Sosial berbasis kearifan lokal menjadi sebuah modal untuk membangun jejaring kerjasama dalam upaya untuk mengoptimalkan pemasaran atas produk dan jasa dari usaha

Kemudian hasil dari strategi secara keseluruhan dalam strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir seperti pada gambar 4.2.



**Gambar 4.3. Rumusan Strategi pengembangan model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango**

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango dapat dioptimalkan melalui strategi *Ability Mindset & Increasing Networking* (AMIN) yang merupakan sebuah upaya dalam peningkatan kapasitas dan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan manajemen pada produksi, operasional, tata kelola administrasi, modernisasi digitalisasi dan keuangan serta jejaring pemasaran yang akan berimplikasi secara nyata dalam peningkatan kinerja UMKM (kinerja keuangan, kinerja operasional dan kinerja administrasi), peningkatan pangsa pasar dan pembentukan loyalitas pelanggan atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango. Model strategi ini memiliki banyak keunggulan karena dapat mencakup seluruh strategi-strategi kecil yang selama ini menjadi tujuan dari setiap aktor pengembangan UMKM yang masih dilakukan secara parsial baik pada tujuan maupun pada aktor kegiatan

tersebut. Sehingga dengan strategi ini akan mampu untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang, memposisikan tantangan sebagai dorongan inovasi dan mereduksi kelemahan maupun ancaman dari kegiatan usaha UMKM pada masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango.

#### **4.4 Pembahasan**

Usaha Mikro Kecil dan menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar, yang memenuhi kriteria usaha baik dalam kategori mikro, kecil maupun menengah. Posisi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai sektor usaha yang sangat penting, karena berbagai perannya yang riil dalam perekonomian. Permasalahan lain yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Bone Bolango sebelum masa pandemi yakni akses modal perbankan yang diperoleh oleh para pelaku UMKM olahan pangan tidak sesuai dengan harapan dimana jumlah yang disetujui oleh perbankan sangatlah kecil dibandingkan yang diajukan karena penilaian atas laporan keuangan yang kurang baik. Progres usaha dari UMKM kurang tergambar dengan baik dalam laporan keuangan khususnya catatan atas laporan keuangan. Kemudian implementasi pelaku UMKM atau pemilik UMKM yang masih minim mengenai pencatatan secara akuntansi atas operasional dalam usaha. Masalah lain yang ditemukan oleh peneliti di lapangan yakni kurangnya literasi mengenai keuangan dan penggunaan teknologi baik untuk operasional maupun pemasaran.

Sehingga hal ini membuat laporan keuangan dari belum begitu baik dimana pada catatan laporan keuangannya UMKM kadangkala hanya mencatat pembelian bahan baku tanpa mengalokasikan seluruh pembelian terhadap biaya sehingga laba yang diperoleh cenderung lebih rendah. Kemudian laporan keuangannya juga masih sangat sederhana karena tidak menampilkan bagaimana progres usaha melalui penjualan per periode harian, mingguan atau bulanan.

Masalah-masalah atas UMKM tersebut tentu akan semakin krusial dan menjadi prioritas terlebih lagi UMKM diperhadapkan dengan berbagai fenomena penurunan penjualan karena Pandemi Covid-19 yang hingga pertengahan 2021 masih menjadi Virus yang perlu untuk ditangani dengan membatasi interaksi dan mobilisasi masyarakat. Meski dengan keadaan yang kurang optimal namun pemerintah menyadari betapa pentingnya sektor UMKM sebagai penopang ekonomi sehingga pemerintah harus konsisten memberikan bantuan kepada sektor UMKM melalui penguatan modal perbankan yang semakin mudah. Nufus.,et.,al (2021) mengatakan bahwa pemerintah harus memberi perhatian yang lebih bagi UMKM karena pada masa pandemi ini UMKM menjadi penopang ekonomi namun sebagian lainnya mengalami keadaan yang sangat buruk yang tentunya menjadi penyumbang buruknya kegiatan ekonomi di Kabupaten Bone Bolango. Mengetahui dampak dari Pandemi Covid-19 menjadi sangat penting bagi pemerintah karena identifikasi pada permasalahan menjadi bagian penting dalam mitigasi resiko. Yurniawati dan Widiarsih (2019) memberi penguatan bahwa untuk dapat menjaga kesinambungan usaha/bisnis UMKM maka tidaksedikit permasalahan yang dijumpai yang dapat menghambat tujuan usaha/bisnis, dimana

kendala dan masalah tersebut harus dipetakan yang kemudian dirumuskan sebuah strategi yang sesuai dengan masalah yang dihadapi dalam meningkatkan perekonomian Kabupaten Bone Bolango kedepannya.

Hal ini tentu membutuhkan sebuah terobosan model pengembangan UMKM terutama pada masyarakat pesisir. Pada model pengembangan UMKM ada 5 aspek yang penting sebagai faktor, dimana ditemukan bahwa faktor utama yang harus diperhatikan dalam suatu model pengembangan UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango yakni pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang masih menjadi peluang utama kemudian tantangan yang harus terus dibenahi yakni pada manajemen pemasaran dan manajemen keuangan suatu usaha. Peran dari pemerintah dan berbagai pihak lain sebagai stakeholder dalam pengembangan UMKM sangatlah diperlukan karena dengan kinerja UMKM yang baik dalam hal keuangan, operasional dan administrasi tentu akan menjadi pendorong bagi UMKM untuk menyelesaikan masalah permodalan yang menjadi masalah klasik dalam kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Bone Bolango.

Sehingga dengan demikian strategi yang layak untuk dilakukan yakni model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango dapat dioptimalkan melalui strategi *Ability Mindset & Increasing Networking* (AMIN) yang merupakan sebuah upaya dalam peningkatan kapasitas dan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan manajemen pada produksi, operasional, tata kelola administrasi, modernisasi digitalisasi dan keuangan serta jejaring pemasaran yang akan berimplikasi secara

nyata dalam peningkatan kinerja UMKM (kinerja keuangan, kinerja operasional dan kinerja administrasi), peningkatan pangsa pasar dan pembentukan loyalitas pelanggan atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango. Model strategi ini memiliki banyak keunggulan karena dapat mencakup seluruh strategi-strategi kecil yang selama ini menjadi tujuan dari setiap aktor pengembangan UMKM yang masih dilakukan secara parsial baik pada tujuan maupun pada aktor kegiatan tersebut. Sehingga dengan strategi ini akan mampu untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang, memposisikan tantangan sebagai dorongan inovasi dan mereduksi kelemahan maupun ancaman dari kegiatan usaha UMKM pada masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango.

Pentingnya digitalisasi sebagaimana pendapat dari Arini dan Utomo (2017) bahwa daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai. Semua perusahaan, khususnya UMKM bersaing untuk menjadi yang terdepan dalam era persaingan. Oleh karena itu, setiap UMKM dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi, sehingga harus mulai memperbaiki diri. UMKM yang memiliki daya saing tinggi ditandai dengan kemampuan sumber daya manusia (SDM) yang andal, penguasaan pengetahuan yang tinggi, dan penguasaan perekonomian. UMKM perlu memanfaatkan TI

untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan melalui pemanfaatan TI. Dengan pemanfaatan TI akan mendorong UMKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya. Dengan kondisi tersebut kegiatan pengembangan UMKM perlu di arahkan untuk melakukan analisis daya saing dan merumuskan upaya-upaya peningkatan daya saing dalam rangka pembangunan daya saing dan perekonomian nasional. Mempertajam peningkatan daya saing usaha yang searah dengan persaingan usaha ke depan. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dan terus bertambah, sangat membutuhkan keberadaan UMKM yang kuat, berdaya saing di pasar dalam negeri maupun global. UMKM adalah kunci bagi peningkatan kualitas hidup bangsa, sekaligus kunci bagi ketahanan perekonomian nasional. Perlu kebijakan yang didukung seluruh pemangku kepentingan, untuk menempatkan pasar dalam negeri sebagai basis pengembangan UMKM.

Membanguna sebuah citra dapat dilakukan dengan aktif memberikan diskon dan aktif dalam kegiatan sosial sehingga UMKM lebih dikenal. Strategi ini pada dasarnya adalah strategi yang penuh dengan trade off dimana sebagai upaya untuk meningkatkan minat beli konsumen dimana pemerintah Kabupaten Bone Bolango membuat kerja dengan UMKM dimana untuk pembelian produk UMKM oleh ASN dari Kabupaten Bone Bolango akan memperoleh diskon 2,5%-5% dari UMKM dimana diskon tersebut tentu akan menjadi biaya promosi bagi UMKM. Langkah ini agar para konsumen dengan daya beli tinggi (memiliki gaji tetap/ASN) mau untuk melakukan pembelian berulang (loyal pada produk

UMKM di Kabupaten Bone Bolango). Kemudian untuk aspek sosialnya yakni dengan aktif dalam memberikan bantuan atau sumbangan atau program Jumat Gratis bagi UMKM olahan pangan khususnya. Atau hal ini diebut dengan CSR. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu program wajib bagi perusahaan kepada masyarakat sekitar atau pemerintah sebagai wujud dalam perbaikan ekonomi, sosial dan lingkungan. Pemerintah melalui Dinas Koperasi dan UMKM harus jeli melihat hal ini terutama dalam menawarkan CSR bagi perusahaan di Kabupaten Bone Bolango untuk membantu UMKM dalam penyediaan barang-barang yang dibutuhkan dalam upaya untuk meningkatkan kapasitas produksi dan penjualan dari UMKM

Peran Dinas Koperasi dan UKM dalam fasilitasi pengembangan UMKM di sini maksudnya adalah untuk memfasilitasi setiap kegiatan pengembangan dengan menjembatani antara pelaku usaha dengan pihak yang dibutuhkan pelaku usaha. Atau dengan kata lain, Dinas Koperasi dan UKM memberikan fasilitas yang berwujud sarana dan prasarana untuk mendukung perkembangan usaha UMKM tersebut. Kegiatan Fasilitasi ini bertujuan untuk mengembangkan UMKM. Dalam kegiatan ini dinas Koperasi Kabupaten Bone Bolango memberikan bantuan Hibah untuk UMKM yang memang layak mendapatkan bantuan tersebut. Biasanya masyarakat memberikan proposal tentang apa yang mereka butuhkan dan kami akan menyeleksi mereka. Bantuan Hibah ini biasanya berupa barang untuk usaha UMKM.” Kemudian pemerintah harus aktif melakukan pameran yang berguna untuk meningkatkan segmentasi pasar UMKM. Melalui pameran produk UMKM ini diharapkan para pengelola UMKM di

Kabupaten Bone Bolango semakin aktif dan selektif dalam menampilkan produk-produknya dengan mutu, desain, dan harga yang semakin bersaing dengan produk- produk dari daerah lain. Penyelenggaraan promosi produk UMKM dalam bentuk pameran ini harus menjadi kegiatan rutin tahunan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bone Bolango. Karena kegiatan dapat meningkatkan permintaan komoditi kerajinan terhadap pasar lokal maupun nasional. Selain itu, kegiatan pameran ini juga dapat meningkatkan daya saing dan kualitas produkproduk kerajinan di pasar nasional maupun internasional.

Integrasi dilakukan dengan membuat sebuah komunitas penyedia bahan baku dan reseller secara aktif di Kabupaten Bone Bolango kemudian pemerintah membina hubungan atau menjadi mediasi antara UMKM dengan perbankan. Permodalan menjadi masalah yang tidak pernah habis bagi UMKM sehingga pendanaan dari perbankan sangatlah penting. Namun demikian, perbankan memiliki berbagai kriteria dalam mencairkan kreditnya yang dikenal dengan konsep 5C, 7P dan 3R. Dengan terpenuhinya aspek-aspek tersebut maka akan memudahkan UMKM dalam memperoleh dana dalam rangka untuk ekspansi usaha. Lembaga keuangan akan coba dihadirkan oleh Dinas Koperasi dan UKM dalam memberikan sosialisasi dan memberikan berbagai upaya pengelolaan usaha bahkan dalam pembuatan laporan keuangan yang mengacu pada SAK-ETAP bagi usaha-usaha kecil seperti UMKM di Kabupaten Bone Bolango.

Kemudian membina hubungan baik dengan Universitas yang ada di Gorontalo, dimana Literasi keuangan (financial literacy) menjadi hal yang sangat penting namun sangat jarang diketahui dan mampu dilakukan oleh UMKM di

Kabupaten Bone Bolango. Akibat dari kurangnya pemahaman UMKM akan hal ini sehingga banyak UMKM yang tidak bisa membedakan mana omzet, biaya dan keuntungan. Karena memiliki omzet yang besar belum tentu keuntungan (pendapatan) juga besar. Sehingga kadangkala UMKM meningkatkan pengeluaran rumah tangga sesuai omzet dan setelah beberapa bulan berjalan akhirnya UMKM bangkrut. Hal ini (literasi keuangan) bagi UMKM perlu dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM dengan berbagai siasat yakni dengan melibatkan perguruan tinggi dengan konsep “simbiosis mutualisme” dimana Dinas Koperasi dan UKM akan bekerja sama dengan perguruan tinggi karena pada dasarnya perguruan tinggi membutuhkan wadah untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat sehingga Pemerintah Kabupaten Bone Bolango menyediakan hal tersebut bagi perguruan tinggi yang manfaatnya sangat besar bagi UMKM di Kabupaten Bone Bolango.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan Pembahasan maka dapat dijabarkan simpulan sebagai berikut ini:

1. Penerapan model manajemen UMKM pada masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango masih belum maksimal karena dari 5 faktor yang diteliti, hanya 2 faktor yang sudah berada dalam kategori yang efektif. Pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang masih menjadi peluang utama, nmaun dari sisi tantangan yang harus terus dibenahi yakni pada manajemen pemasaran dan manajemen keuangan suatu usaha dimana pemasaran yang buruk membuat usaha menjadi rugi dan tata kelola keuangan yang buruk pula akan membuat kemudahan permodalan menjadi tidak sesuai.
2. Model manajemen UMKM berbasis potensi ekonomi masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango dapat dioptimalkan melalui strategi *Ability Mindset & Increising Networking* (AMIN) yang merupakan sebuah upaya dalam peningkatan kapasitas dan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan manajemen pada produksi, operasional, tata kelola amdinistrasi, modernsasi digitalisasi dan keuangan serta jejaring pemasaran yang akan berimplikasi secara nyata dalam peningkatan kinerja UMKM (kinerja keuangan, kinerja operasional dan kinerja administrasi), peningkatan pangasa pasar dan

pembentukan loyalitas pelanggan atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM masyarakat pesisir di Kabupaten Bone Bolango.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perlunya bagi seluruh aktor pengembangan UMKM untuk meningkatkan potensi UMKM dengan program digitalisasi UMKM yang difokuskan pada kemudahan UMKM dalam akses bahan baku dengan harga yang lebih murah dan upaya dalam penjualan berbasis marketplace karena UMKM yang progresif yakni UMKM yang dekat dengan bahan baku.
2. Perlunya bagi pemerintah dalam meningkatkan pemahaman pengelolaan keuangan bagi UMKM dengan mengadakan berbagai pelatihan yang bekerja sama dengan pihak Universitas dan Perbankan sehingga pelaku UMKM akan lebih mudah dalam mengatur keuangan dan lebih mudah dalam akses modal perbankan sebagai upaya diversifikasi dan differensiasi usaha agar lebih tinggi tingkat pendapatan dan keuntungan pelaku UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani dan Mohamad Nur Utomo. 2017. Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 2, September 2017, 99-118.
- David, Fred R. & Forest R. David 2017. *Strategic Management*. Ichsan Setiyo Budi (Penterjemah). Manajemen Strategi. Salemba Empat. Jakarta.
- Hambali, I dan Idris Y. Niode.2018. *Management Model of Village Fund Allocation in Enhancing the Village's Productive*. Journal Economic Activities.Business and Economic Research. Vol. 8, No. 4 (2018)
- Hambali, I dan Idris Y. N. (2019). *Improvement of Village Productive Economy Through Village Funds Financing. International Journal of Applied Business & International Management, Vol. 4 No. 3. 2019*
- Mendo, A.Y. 2019.*Local Wisdom-Based Cross Cultural Management*. Proceedings Of The 3<sup>rd</sup> International of Project Management (ICPM). Vol. 2, No.1 Bali. 2019
- Mohamad, R dan Idris Y. N. 2020.*Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo*.Jurnal Oikos – Nomos. Volume 13, Nomor 1 Juni 2020
- Narimawati, Umi. 2007. Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Agung Media.
- Najiyati.2005. Pemberdayaan Masyarakat di Lahan Gambut, Bogor: Wetlands International
- Niode, I. Y. 2008. Perkembangan dan Strategi Memberdayakan UMKM dalam Jurnal FORMAS Vol. 1 No. 4 Juni 2008.hal. 221-227. ISSN 1978-8452
- Niode. I. Y dan Raflin H. (2020). *The Determinant of The Improvement of Sales Volume by Small Medium Enterprises That Sell Processed Food in Gorontalo Regency*. Journal of Community Development In Asia JCDA). Vol.2 No.2 (2020)
- Niode, I. Y. 2012. *Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo*.Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No. 2.Februari 2012.FE-UNESA. Surabaya
- Niode, I. Y dan Mopangga, H. 2014.*Penguatan Produksi dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo*, Jurnal Oikos-Nomos Vol. 7 No. 3 September 2014
- Nufus, Evita Hayatun; Idah Zuhroh; & Muhammad Sri Wahyudi. 2021. *Analysis of COVID-19 Impact on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Credit Distribution in East Java Banks*. *Journal of Accounting and Investment* Vol. 22 No. 2

- Tambunan, Tulus T.H. 2017. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Ghalia Indonesia. Bogor
- Tanjung, M Azrul. 2017. Koperasi dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia. Erlangga. Jakarta
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.
- Umar, Husein, 2008. Strategic Management in Action.PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Yuniawati, Putri Shinta & Wiwin Widiasih. 2019. Usulan Strategi Mitigasi Risiko UMKM Handycraft di Sentra UKM Purabaya. *Jurnal Seminar Nasional Teknik Industri Universitas Gadjah Mada.*

## LAMPIRAN 1 : KUESIONER PENELITIAN

### 1. ANGKET AHP



**KUESIONER PENELITIAN**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN MODEL MANAJEMEN UMKM**  
**BERBASIS POTENSI EKONOMI MASYARAKAT PESISIR**  
**KABUPATEN BONE BOLANGO**

---

#### **Profil Responden**

Tanggal Pengisian : .....

Nama Responden : .....

Umur : .....

Jenis Kelamin : .....

Pendidikan : .....

Alamat : .....

No Tlp. : .....

Pekerjaan : .....

#### **Dengan hormat,**

- Dalam rangka Penelitian untuk menyusun penelitian kami yang berjudul “Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir Kabupaten Bone Bolango”, maka dengan ini mohon Bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan Jawaban atas pertanyaan dengan jujur dan apa adanya.
- Seluruh data yang diterima hanya digunakan untuk kepentingan analisis dalam rangka penyelesaian penelitian Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Gorontalo (UNG) dan perumusan kesimpulan penelitian serta dijamin tidak akan digunakan untuk kepentingan Kantor Pajak dan atau Pungutan/Iuran lainnya.
- Kami Sampaikan banyak terimakasih atas bantuan dan kesediaannya untuk mengisi Kuisisioner ini.

#### **Petunjuk Pengisian :**

1. Landasan Utama Pengisian kuisisioner ini adalah struktur Hirarki keputusan dengan komponen-komponen lengkap yang disusun berdasarkan literature, hasil observasi dan pendapat pihak terkait
2. Responden yang menjawab adalah tokoh kunci seperti: .....
3. Responden memberikan **tanda centang(√)** pada jawaban yang paling sesuai
4. Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk membandingkan tingkat kepentingan antar hierarki yang ada. Berdasarkan pendapat dan kepentingan Bapak/Ibu/Saudara/I harap memberikan penilaian terhadap pilihan tersebut relative terhadap pilihan yang lain. Perbandingan didasarkan pada tingkat kepentingan setiap strategi terhadap strategi lainnya dengan aturan pemberian nilai tersaji pada tabel berikut:

Intensitas Kepentingan	Definisi	Penjelasan
1	Kedua elemen sangat penting	Dua elemen mempunyai pengaruh sama besar
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting	Pengalaman dan Penilaian memberikan nilai tidak jauh berbeda antara satu elemen terhadap elemen lainnya
5	Elemen yang satu sangat penting	Pengalaman dan Penilaian memberikan nilai Kuat berbeda antara satu elemen terhadap elemen lainnya
7	Elemen yang satu jelas lebih penting	Satu elemen sangat lebih disukai dibandingkan elemen lainnya
9	Elemen yang satu mutlak lebih penting	Satu elemen secara pasti menempati urutan tertinggi dalam tingkatan preferensi
2,4,6,8	Nilai Kompromi atas nilai-nilai di atas	Penilaian kompromi secara numeris dibutuhkan semenjak tidak ada kata yang tepat untuk menggambarkan tingkat preferensi

#### **A. PERBANDINGAN ELEMEN AKTOR TERHADAP ELEMEN FOKUS**

Dari beberapa elemen berikut ini, manakah menurut Bapak/ibu strategi yang paling prioritas dalam rangka Pengembangan Obyek Wisata Pantai Dulanga Di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo

<b>Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir</b>
Pemerintah																		Universitas
Pemerintah																		Kelembagaan / BUMDes
Pemerintah																		Pihak Swasta
Pemerintah																		Masyarakat / Konsumen
Universitas																		Kelembagaan / BUMDes
Universitas																		Pihak Swasta
Universitas																		Masyarakat / Konsumen
Kelembagaan / BUMDes																		Pihak Swasta
Kelembagaan / BUMDes																		Masyarakat / Konsumen
Pihak Swasta																		Masyarakat / Konsumen

## **B. PERBANDINGAN ELEMEN FAKTOR TERHADAP ELEMEN AKTOR**

### **1. Perbandingan Elemen Faktor terhadap elemen Aktor (Pemerintah)**

<b>Pemerintah</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pemerintah</b>
Sumber Daya Manusia																		Produksi Operasi
Sumber Daya Manusia																		Pemasaran
Sumber Daya Manusia																		Manajemen Keuangan
Sumber Daya Manusia																		Kelembagaan
Produksi Operasi																		Pemasaran
Produksi Operasi																		Manajemen Keuangan
Produksi Operasi																		Kelembagaan

Pemasaran																			Manajemen Keuangan
Pemasaran																			Kelembagaan
Manajemen Keuangan																			Kelembagaan

**2. Perbandingan Elemen Faktor terhadap Elemen Aktor (Universitas)**

Universitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Universitas
Sumber Daya Manusia																		Produksi Operasi
Sumber Daya Manusia																		Pemasaran
Sumber Daya Manusia																		Manajemen Keuangan
Sumber Daya Manusia																		Kelembagaan
Produksi Operasi																		Pemasaran
Produksi Operasi																		Manajemen Keuangan
Produksi Operasi																		Kelembagaan
Pemasaran																		Manajemen Keuangan
Pemasaran																		Kelembagaan
Manajemen Keuangan																		Kelembagaan

**3. Perbandingan Elemen Faktor terhadap Elemen Aktor (Masyarakat / Konsumen)**

Masyarakat / Konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Masyarakat / Konsumen
Sumber Daya Manusia																		Produksi Operasi
Sumber Daya Manusia																		Pemasaran
Sumber Daya Manusia																		Manajemen Keuangan
Sumber Daya Manusia																		Kelembagaan
Produksi Operasi																		Pemasaran
Produksi Operasi																		Manajemen Keuangan
Produksi Operasi																		Kelembagaan
Pemasaran																		Manajemen Keuangan
Pemasaran																		Kelembagaan

Manajemen Keuangan																				Kelembagaan
--------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------

**4. Perbandingan Elemen Faktor terhadap Elemen Aktor (Kelembagaan / BUMDes)**

Kelembagaan / BUMDes	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kelembagaan / BUMDes
Sumber Daya Manusia																		Produksi Operasi
Sumber Daya Manusia																		Pemasaran
Sumber Daya Manusia																		Manajemen Keuangan
Sumber Daya Manusia																		Kelembagaan
Produksi Operasi																		Pemasaran
Produksi Operasi																		Manajemen Keuangan
Produksi Operasi																		Kelembagaan
Pemasaran																		Manajemen Keuangan
Pemasaran																		Kelembagaan
Manajemen Keuangan																		Kelembagaan

**5. Perbandingan Elemen Faktor terhadap Elemen Aktor (Pihak Swasta)**

Pihak Swasta	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pihak Swasta
Sumber Daya Manusia																		Produksi Operasi
Sumber Daya Manusia																		Pemasaran
Sumber Daya Manusia																		Manajemen Keuangan
Sumber Daya Manusia																		Kelembagaan
Produksi Operasi																		Pemasaran
Produksi Operasi																		Manajemen Keuangan
Produksi Operasi																		Kelembagaan
Pemasaran																		Manajemen Keuangan
Pemasaran																		Kelembagaan
Manajemen Keuangan																		Kelembagaan

## C. PERBANDINGAN ELEMEN STRATEGI TERHADAP ELEMEN FAKTOR

### 1. Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor (Sumber Daya Manusia)

Pihak Swasta	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pihak Swasta
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Peningkatan kualitas produk
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Peningkatan kualitas produksi
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Peningkatan kualitas produk
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Peningkatan kualitas produksi
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Literasi keuangan dan pendanaan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Kemudahan dalam perizinan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Peningkatan kualitas produk																		Peningkatan kualitas produksi
Peningkatan kualitas produk																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kualitas produk																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kualitas produk																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kualitas produk																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kualitas produk																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Peningkatan kualitas produksi																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kualitas produksi																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kualitas produksi																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kualitas produksi																		Kerja sama penguatan kelembagaan

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Peningkatan kualitas produksi																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Literasi keuangan dan pendanaan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Kemudahan dalam perizinan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Literasi keuangan dan pendanaan																		Kemudahan dalam perizinan
Literasi keuangan dan pendanaan																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Literasi keuangan dan pendanaan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Kemudahan dalam perizinan																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Kemudahan dalam perizinan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Kerja sama penguatan kelembagaan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal

**2. Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor (Produksi Operasi)**

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Peningkatan kualitas produk
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Peningkatan kualitas produksi
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Peningkatan kualitas produk
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Peningkatan kualitas produksi
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Literasi keuangan dan pendanaan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Kemudahan dalam perizinan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Peningkatan kualitas produk																		Peningkatan kualitas produksi
Peningkatan kualitas produk																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kualitas produk																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kualitas produk																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kualitas produk																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kualitas produk																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Peningkatan kualitas produksi																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kualitas produksi																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kualitas produksi																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kualitas produksi																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kualitas produksi																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Literasi keuangan dan pendanaan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Kemudahan dalam perizinan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Kerja sama penguatan kelembagaan

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Literasi keuangan dan pendanaan																		Kemudahan dalam perizinan
Literasi keuangan dan pendanaan																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Literasi keuangan dan pendanaan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Kemudahan dalam perizinan																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Kemudahan dalam perizinan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Kerja sama penguatan kelembagaan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal

### 3. Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor (Pemasaran)

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Peningkatan kualitas produk
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Peningkatan kualitas produksi
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Kemudahan dalam perizinan

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Peningkatan kualitas produk
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Peningkatan kualitas produksi
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Literasi keuangan dan pendanaan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Kemudahan dalam perizinan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Peningkatan kualitas produk																		Peningkatan kualitas produksi
Peningkatan kualitas produk																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kualitas produk																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kualitas produk																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kualitas produk																		Kerja sama penguatan kelembagaan

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Peningkatan kualitas produk																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Peningkatan kualitas produksi																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kualitas produksi																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kualitas produksi																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kualitas produksi																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kualitas produksi																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Literasi keuangan dan pendanaan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Kemudahan dalam perizinan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Literasi keuangan dan pendanaan																		Kemudahan dalam perizinan
Literasi keuangan dan pendanaan																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Literasi keuangan dan pendanaan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Kemudahan dalam perizinan																		Kerja sama penguatan kelembagaan

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Kemudahan dalam perizinan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Kerja sama penguatan kelembagaan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal

**4. Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor (Manajemen Keuangan)**

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Peningkatan kualitas produk
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Peningkatan kualitas produksi
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Peningkatan kualitas produk
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Peningkatan kualitas produksi

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Literasi keuangan dan pendanaan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Kemudahan dalam perizinan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Peningkatan kualitas produk																		Peningkatan kualitas produksi
Peningkatan kualitas produk																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kualitas produk																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kualitas produk																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kualitas produk																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kualitas produk																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Peningkatan kualitas produksi																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kualitas produksi																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kualitas produksi																		Kemudahan dalam perizinan

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Peningkatan kualitas produksi																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kualitas produksi																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Literasi keuangan dan pendanaan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Kemudahan dalam perizinan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Literasi keuangan dan pendanaan																		Kemudahan dalam perizinan
Literasi keuangan dan pendanaan																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Literasi keuangan dan pendanaan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Kemudahan dalam perizinan																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Kemudahan dalam perizinan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Kerja sama penguatan kelembagaan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal

**5. Perbandingan Elemen Strategi terhadap Elemen Faktor (Kelembagaan)**

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------------

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Peningkatan kualitas produk
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Peningkatan kualitas produksi
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kapasitas pelaku usaha																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Peningkatan kualitas produk
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Peningkatan kualitas produksi
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Literasi keuangan dan pendanaan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Kemudahan dalam perizinan
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Kerja sama penguatan kelembagaan

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Penguatan Modal Sosial berbasis kearifan lokal																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Peningkatan kualitas produk																		Peningkatan kualitas produksi
Peningkatan kualitas produk																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kualitas produk																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kualitas produk																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kualitas produk																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kualitas produk																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Peningkatan kualitas produksi																		Pola kemitraan dalam pemasaran usaha
Peningkatan kualitas produksi																		Literasi keuangan dan pendanaan
Peningkatan kualitas produksi																		Kemudahan dalam perizinan
Peningkatan kualitas produksi																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Peningkatan kualitas produksi																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Literasi keuangan dan pendanaan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Kemudahan dalam perizinan

<b>Pihak Swasta</b>	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	<b>Pihak Swasta</b>
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Pola kemitraan dalam pemasaran usaha																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Literasi keuangan dan pendanaan																		Kemudahan dalam perizinan
Literasi keuangan dan pendanaan																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Literasi keuangan dan pendanaan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Kemudahan dalam perizinan																		Kerja sama penguatan kelembagaan
Kemudahan dalam perizinan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal
Kerja sama penguatan kelembagaan																		Komitmen bela+beli produk UMKM lokal

-----Terima Kasih-----

## 2. ANKET DESKRIPTIF LIKERT KUESIONER

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian yang berjudul "**Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir Kabupaten Bone Bolango**", maka kami mengharapkan bapak/ibu kiranya berkenaan mengisi kuesioner yang telah disiapkan ini untuk diisi seobjektif mungkin guna menilai judul dalam penelitian.

Penelitian ini ditujukan untuk kepentingan pengembangan ilmu dan tidak digunakan untuk tujuan-tujuan lain yang dapat merugikan. Oleh karena itu, semua data dan informasi yang diisi di kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya oleh tim peneliti.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

**Tim Peneliti**

**A. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama/Inisial : .....

JenisKelamin : Laki-laki  Perempuan

Usia (Tahun) : ≤ 30  31-40  41-50  > 50

Tingkat PendidikanTerakhir : SMA/SMK  D1/D3  D4/S1  S2

Pengalaman UMKM (tahun) : ≤ 5  6 - 10  11-15  > 15

Responden Sebagai :

Alamat :

**B. PETUNJUK PENGISIAN**

Pilihlah penilaian terhadap pertanyaan dibawah ini dengan skor sebagai berikut:

Pernyataan	Skor	
	Positif	Negatif
Sangat Penting (SP)	5	1
Penting (P)	4	2
Cukup Penting (P)	3	3
Kurang Penting (KP)	2	4
Tidak Penting (TP)	1	5

**C. DAFTAR PERNYATAAN**

Mohon berikan jawaban untuk pertanyaan di bawah ini. (Mohon beri tanda "✓" pada kolom pilihan jawaban yang telah tersedia).

No	Pertanyaan	SP	P	CP	KP	TP
		5	4	3	2	1
<b>SUMBER DAYA MANUSIA</b>						
1	Pelaku UMKM melakukan perencanaan dalam memetakan potensi yang berdampak pada nilai tambah ekonomis					

No	Pertanyaan	SP	P	CP	KP	TP
		5	4	3	2	1
	usaha					
2	Pelaku UMKM senantiasa melakukan perencanaan pemasaran yang efisien terhadap reduksi biaya atau peningkatan pendapatan					
3	Pelaku UMKM memiliki motivasi untuk mengembangkan usaha untuk taraf hidupnya yang lebih baik					
4	Pelaku UMKM berupaya untuk merekrut masyarakat sekitar agar usahanya bisa berimplikasi positif bagi ekonomi wilayah pesisir					
5	Pelaku UMKM terus mengembangkan kompetensinya dalam kegiatan operasional usaha					
6	Pelaku UMKM terus meningkatkan komitmennya dalam upaya untuk memanfaatkan potensi ekonomi wilayah pesisir					
<b>PRODUKSI OPERASI</b>						
7	Produksi barang dan jasa UMKM memiliki nilai manfaat bagi pelaku usaha maupun konsumen					
8	Pemanfaatan potensi ekonomi di wilayah pesisir sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam kegiatan usaha					
9	Adanya keragaman produk dan jasa yang tersedia untuk kebermanfaatan ekonomi					
10	Potensi ekonomi untuk wilayah pesisir tersedia dengan baik yang dapat dimanfaatkan dengan bijaksana					
11	Teknologi dan informasi memberikan manfaat yang besar dalam kemajuan UMKM					
<b>PEMASARAN</b>						
12	Adanya perilaku pembeli yang tidak stabil sangat mempengaruhi usaha					
13	Pelaku UMKM harus mampu menjalin komunikasi yang baik untuk menciptakan perilaku yang positif dari pembeli					
14	Pelaku UMKM memiliki sasaran pasar yang tepat sesuai dengan karakteristik produk atau jasa					

No	Pertanyaan	SP	P	CP	KP	TP
		5	4	3	2	1
15	Akses potensial dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam meningkatkan hasil penjualan					
16	Pelaku UMKM memanfaatkan kebijakan harga yang bersaing agar mampu menarik minat konsumen					
<b>MANAJEMEN KEUANGAN</b>						
17	Pelaku UMKM mengalokasikan modal kerja yang benar-benar produktif dan tidak dipergunakan untuk kegiatan konsumtif					
18	UMKM mengajukan pendanaan yang bisa berdampak pada ekspansi usaha					
19	UMKM menentukan harga pokok produksi dengan mempertimbangkan margin keuntungan yang wajar					
20	UMKM melakukan penyusunan laporan keuangan sesuai dengan format dalam pelatihan pelaporan keuangan					
21	UMKM menyusun laporan keuangan sebagai informasi penting dalam memperoleh dana dari perbankan					
<b>KELEMBAGAAN</b>						
22	UMKM di pesisir pantai memiliki sarana dan prasarana yang memadai dalam kegiatan operasional dan pemasaran					
23	UMKM mengajukan proposal bantuan sarana dan prasarana kepada pemerintah					
24	Adanya kemudahan perisinan bagi UMKM di pesisir pantai					
25	Penguatan kelembagaan dilakukan oleh pemerintah secara rutin					

## LAMPIRAN 2 : INPUT DATA PENELITIAN

### 1. DEMOGRAFI RESPONDEN

RPDN	Jenis Kelamin		Usia		Tingkat Pendidikan	
	Jenis	Kode	Tahun	Kode	Jenjang	Kode
R1	Perempuan	2	< 30 Tahun	1	SMA/Sederajat	1
R2	Perempuan	2	< 30 Tahun	1	SMA/Sederajat	1
R3	Perempuan	2	< 30 Tahun	1	SMA/Sederajat	1
R4	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R5	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R6	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R7	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R8	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R9	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	Magister	4
R10	Perempuan	2	40-50 Tahun	3	SMA/Sederajat	1
R11	Perempuan	2	40-50 Tahun	3	SMA/Sederajat	1
R12	Perempuan	2	< 30 Tahun	1	SMA/Sederajat	1
R13	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R14	Perempuan	2	40-50 Tahun	3	Sarjana	3
R15	Laki-Laki	1	30-40 Tahun	2	Sarjana	3
R16	Laki-Laki	1	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R17	Perempuan	2	40-50 Tahun	3	SMA/Sederajat	1
R18	Perempuan	2	> 50 Tahun	4	SMA/Sederajat	1
R19	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R20	Perempuan	2	40-50 Tahun	3	SMA/Sederajat	1
R21	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R22	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R23	Laki-Laki	1	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
R24	Perempuan	2	> 50 Tahun	4	SMA/Sederajat	1
R25	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	Sarjana	3
R26	Perempuan	2	40-50 Tahun	3	Sarjana	3
R27	Perempuan	2	40-50 Tahun	3	SMA/Sederajat	1
R28	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1

RPDN	Jenis Kelamin		Usia		Tingkat Pendidikan	
	Jenis	Kode	Tahun	Kode	Jenjang	Kode
<b>R29</b>	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
<b>R30</b>	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
<b>R31</b>	Perempuan	2	40-50 Tahun	3	SMA/Sederajat	1
<b>R32</b>	Laki-Laki	1	40-50 Tahun	3	SMA/Sederajat	1
<b>R33</b>	Laki-Laki	1	30-40 Tahun	2	SMA/Sederajat	1
<b>R34</b>	Laki-Laki	1	40-50 Tahun	3	Sarjana	3
<b>R35</b>	Perempuan	2	40-50 Tahun	3	Sarjana	3
<b>R36</b>	Laki-Laki	1	30-40 Tahun	2	Sarjana	3
<b>R37</b>	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	Sarjana	3
<b>R38</b>	Perempuan	2	40-50 Tahun	3	Magister	4
<b>R39</b>	Perempuan	2	> 50 Tahun	4	Diploma	2
<b>R40</b>	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	Diploma	2
<b>R41</b>	Perempuan	2	30-40 Tahun	2	Diploma	2
<b>R42</b>	Laki-Laki	1	30-40 Tahun	2	Sarjana	3
<b>R43</b>	Laki-Laki	1	30-40 Tahun	2	Magister	4

## 2. SUMBER DAYA MANUSIA

RPDN	SUMBER DAYA MANUSIA						
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	T-A1
R1	5.00	5.00	3.00	5.00	5.00	5.00	28.00
R2	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
R3	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
R4	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	29.00
R5	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	5.00	28.00
R6	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	18.00
R7	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00	5.00	27.00
R8	1.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	23.00
R9	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
R10	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	18.00
R11	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	28.00
R12	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
R13	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
R14	4.00	5.00	5.00	3.00	4.00	4.00	25.00
R15	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	28.00
R16	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	29.00
R17	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	28.00
R18	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
R19	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	4.00	27.00
R20	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	5.00	28.00
R21	3.00	3.00	4.00	3.00	5.00	5.00	23.00
R22	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	26.00
R23	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	5.00	25.00
R24	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	26.00
R25	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	26.00
R26	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	5.00	20.00
R27	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	25.00
R28	5.00	4.00	4.00	5.00	2.00	4.00	24.00

RPDN	SUMBER DAYA MANUSIA						
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	T-A1
R29	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	29.00
R30	5.00	5.00	5.00	5.00	2.00	4.00	26.00
R31	5.00	5.00	5.00	4.00	2.00	4.00	25.00
R32	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	29.00
R33	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	26.00
R34	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	25.00
R35	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	25.00
R36	5.00	5.00	4.00	4.00	2.00	4.00	24.00
R37	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	27.00
R38	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	24.00
R39	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	29.00
R40	4.00	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	25.00
R41	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	25.00
R42	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	29.00
R43	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	29.00
F1	1	0	0	0	0	0	
F2	0	0	0	0	5	0	
F3	3	4	6	8	5	6	
F4	9	13	11	12	11	15	
F5	30	26	26	23	22	22	
TOTAL	43	43	43	43	43	43	

### 3. PRODUKSI OPERASI

RPDN	PRODUKSI OPERASI					
	B1	B2	B3	B4	B5	T-B
R1	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R2	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	19.00
R3	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	19.00
R4	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R5	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R6	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
R7	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	23.00
R8	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
R9	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R10	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
R11	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	23.00
R12	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	21.00
R13	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R14	5.00	3.00	2.00	4.00	5.00	19.00
R15	4.00	5.00	3.00	3.00	4.00	19.00
R16	5.00	5.00	3.00	3.00	5.00	21.00
R17	4.00	5.00	3.00	3.00	3.00	18.00
R18	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R19	5.00	3.00	4.00	3.00	5.00	20.00
R20	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	24.00
R21	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	23.00
R22	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	21.00
R23	5.00	3.00	3.00	4.00	5.00	20.00
R24	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R25	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	21.00
R26	5.00	3.00	4.00	3.00	4.00	19.00
R27	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R28	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	20.00

RPDN	PRODUKSI OPERASI					
	B1	B2	B3	B4	B5	T-B
R29	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	24.00
R30	3.00	5.00	4.00	4.00	3.00	19.00
R31	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	24.00
R32	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	24.00
R33	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	23.00
R34	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	21.00
R35	3.00	4.00	4.00	5.00	3.00	19.00
R36	2.00	5.00	4.00	4.00	3.00	18.00
R37	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	23.00
R38	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	20.00
R39	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	23.00
R40	3.00	5.00	5.00	4.00	5.00	22.00
R41	3.00	4.00	5.00	5.00	5.00	22.00
R42	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	24.00
R43	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	22.00
F1	0	0	0	0	0	
F2	1	0	1	0	0	
F3	8	6	7	7	9	
F4	13	14	17	19	15	
F5	21	23	18	17	19	
TOTAL	43	43	43	43	43	

#### 4. PEMASARAN

RPDN	PEMASARAN					
	C1	C2	C3	C4	C5	T-C
R1	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	24.00
R2	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	23.00
R3	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R4	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R5	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R6	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
R7	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	19.00
R8	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	16.00
R9	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R10	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
R11	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	23.00
R12	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R13	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R14	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	19.00
R15	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	17.00
R16	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	20.00
R17	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	21.00
R18	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	23.00
R19	4.00	4.00	5.00	3.00	5.00	21.00
R20	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
R21	5.00	4.00	3.00	3.00	3.00	18.00
R22	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	21.00
R23	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	22.00
R24	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	18.00
R25	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00	17.00
R26	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	19.00
R27	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	18.00
R28	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	22.00

RPDN	PEMASARAN					
	C1	C2	C3	C4	C5	T-C
R29	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	23.00
R30	3.00	2.00	1.00	2.00	3.00	11.00
R31	5.00	5.00	4.00	2.00	4.00	20.00
R32	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	21.00
R33	5.00	4.00	3.00	2.00	1.00	15.00
R34	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R35	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	15.00
R36	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	20.00
R37	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	22.00
R38	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R39	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R40	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	13.00
R41	2.00	3.00	3.00	2.00	3.00	13.00
R42	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R43	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	20.00
F1	0	0	2	0	1	
F2	2	2	0	4	0	
F3	8	8	12	12	12	
F4	16	24	19	19	18	
F5	17	9	10	8	12	
<b>TOTAL</b>	43	43	43	43	43	

## 5. MANAJEMEN KEUANGAN

RPDN	MANAJEMEN KEUANGAN					
	D1	D2	D3	D4	D5	T-D
R1	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	22.00
R2	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R3	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R4	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R5	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R6	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
R7	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
R8	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
R9	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R10	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
R11	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	23.00
R12	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R13	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
R14	3.00	3.00	4.00	2.00	4.00	16.00
R15	3.00	3.00	3.00	3.00	5.00	17.00
R16	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	17.00
R17	3.00	3.00	3.00	1.00	4.00	14.00
R18	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	23.00
R19	3.00	5.00	4.00	3.00	4.00	19.00
R20	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	24.00
R21	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	24.00
R22	4.00	3.00	3.00	1.00	5.00	16.00
R23	3.00	2.00	2.00	1.00	5.00	13.00
R24	3.00	3.00	3.00	3.00	5.00	17.00
R25	3.00	4.00	3.00	3.00	5.00	18.00
R26	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	7.00
R27	2.00	2.00	2.00	2.00	5.00	13.00
R28	2.00	2.00	1.00	1.00	2.00	8.00

RPDN	MANAJEMEN KEUANGAN					
	D1	D2	D3	D4	D5	T-D
R29	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
R30	2.00	3.00	2.00	1.00	1.00	9.00
R31	5.00	5.00	4.00	5.00	1.00	20.00
R32	3.00	3.00	3.00	2.00	5.00	16.00
R33	5.00	3.00	3.00	3.00	4.00	18.00
R34	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	16.00
R35	2.00	2.00	3.00	4.00	2.00	13.00
R36	4.00	3.00	3.00	2.00	2.00	14.00
R37	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	18.00
R38	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	17.00
R39	3.00	3.00	3.00	2.00	4.00	15.00
R40	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	24.00
R41	5.00	5.00	5.00	5.00	2.00	22.00
R42	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
R43	4.00	3.00	4.00	1.00	3.00	15.00
F1	0	0	2	7	4	
F2	5	5	3	5	4	
F3	17	17	17	12	8	
F4	10	9	10	9	14	
F5	11	12	11	10	13	
TOTAL	43	43	43	43	43	

## 6. KELEMBAGAAN

RPDN	KELEMBAGAAN				
	E1	E2	E3	E4	T-E
R1	5.00	5.00	5.00	4.00	19.00
R2	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
R3	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
R4	4.00	4.00	5.00	5.00	18.00
R5	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
R6	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
R7	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
R8	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
R9	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
R10	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
R11	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
R12	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
R13	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
R14	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
R15	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
R16	5.00	4.00	4.00	4.00	17.00
R17	5.00	4.00	4.00	4.00	17.00
R18	5.00	5.00	3.00	4.00	17.00
R19	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
R20	4.00	5.00	5.00	5.00	19.00
R21	4.00	5.00	4.00	4.00	17.00
R22	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
R23	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
R24	4.00	5.00	5.00	5.00	19.00
R25	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
R26	3.00	3.00	3.00	2.00	11.00
R27	4.00	5.00	5.00	5.00	19.00
R28	4.00	3.00	3.00	4.00	14.00

RPDN	KELEMBAGAAN				
	E1	E2	E3	E4	T-E
<b>R29</b>	4.00	5.00	4.00	4.00	17.00
<b>R30</b>	5.00	4.00	4.00	2.00	15.00
<b>R31</b>	5.00	1.00	2.00	2.00	10.00
<b>R32</b>	5.00	4.00	5.00	5.00	19.00
<b>R33</b>	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
<b>R34</b>	4.00	4.00	3.00	3.00	14.00
<b>R35</b>	4.00	2.00	3.00	3.00	12.00
<b>R36</b>	5.00	1.00	3.00	2.00	11.00
<b>R37</b>	5.00	3.00	5.00	3.00	16.00
<b>R38</b>	5.00	1.00	3.00	3.00	12.00
<b>R39</b>	2.00	5.00	4.00	5.00	16.00
<b>R40</b>	4.00	3.00	3.00	4.00	14.00
<b>R41</b>	2.00	2.00	5.00	5.00	14.00
<b>R42</b>	5.00	3.00	3.00	5.00	16.00
<b>R43</b>	4.00	3.00	5.00	3.00	15.00
<b>F1</b>	0	3	0	0	
<b>F2</b>	2	2	1	4	
<b>F3</b>	6	11	14	10	
<b>F4</b>	19	10	16	14	
<b>F5</b>	16	17	12	15	
<b>TOTAL</b>	43	43	43	43	

### LAMPIRAN 3 : HASIL SPSS DEMOGRAFI RESPONDEN

#### 1. JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	9	20.9	20.9	20.9
	Perempuan	34	79.1	79.1	100.0
	Total	43	100.0	100.0	

#### 2. USIA

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 30 Tahun	4	9.3	9.3	9.3
	31-40 Tahun	24	55.8	55.8	65.1
	41-50 Tahun	12	27.9	27.9	93.0
	> 50 Tahun	3	7.0	7.0	100.0
	Total	43	100.0	100.0	

#### 3. TINGKAT PENDIDIKAN

Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/Sederajat	28	65.1	65.1	65.1
	Diploma	3	7.0	7.0	72.1
	Sarjana	9	20.9	20.9	93.0
	Magister	3	7.0	7.0	100.0
	Total	43	100.0	100.0	

## LAMPIRAN 4 : HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

### 1. SUMBER DAYA MANUSIA

No	Skor Pernyataan								Kriteria
	F1	F2	F3	F4	F5	Aktual	Ideal	%	
A-1	1	0	3	9	30	196	215	91.16%	Efektif
A-2	0	0	4	13	26	194	215	90.23%	Efektif
A-3	0	0	6	11	26	192	215	89.30%	Efektif
A-4	0	0	8	12	23	187	215	86.98%	Efektif
A-5	0	5	5	11	22	179	215	83.26%	Cukup Efektif
A-6	0	0	6	15	22	188	215	87.44%	Efektif
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>32</b>	<b>71</b>	<b>149</b>	<b>1,136</b>	<b>1,290</b>	<b>88.06%</b>	<b>Efektif (Peluang)</b>

### 2. PRODUKSI OPERASI

No	Skor Pernyataan								Kriteria
	F1	F2	F3	F4	F5	Aktual	Ideal	%	
B-1	0	1	8	13	21	183	215	85.12%	Efektif
B-2	0	0	6	14	23	189	215	87.91%	Efektif
B-3	0	1	7	17	18	181	215	84.19%	Efektif
B-4	0	0	7	19	17	182	215	84.65%	Efektif
B-5	0	0	9	15	19	182	215	84.65%	Efektif
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>37</b>	<b>78</b>	<b>98</b>	<b>917</b>	<b>1,075</b>	<b>85.30%</b>	<b>Efektif (Peluang)</b>

### 3. PEMASARAN

No	Skor Pernyataan								Kriteria
	F1	F2	F3	F4	F5	Aktual	Ideal	%	
C-1	0	2	8	16	17	177	215	82.33%	Cukup Efektif
C-2	0	2	8	24	9	169	215	78.60%	Cukup Efektif
C-3	2	0	12	19	10	164	215	76.28%	Cukup Efektif
C-4	0	4	12	19	8	160	215	74.42%	Cukup Efektif
C-5	1	0	12	18	22	169	215	78.60%	Cukup Efektif
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>52</b>	<b>96</b>	<b>56</b>	<b>839</b>	<b>1,075</b>	<b>78.05%</b>	<b>Cukup Efektif (Tantangan)</b>

#### 4. MANAJEMEN KEUANGAN

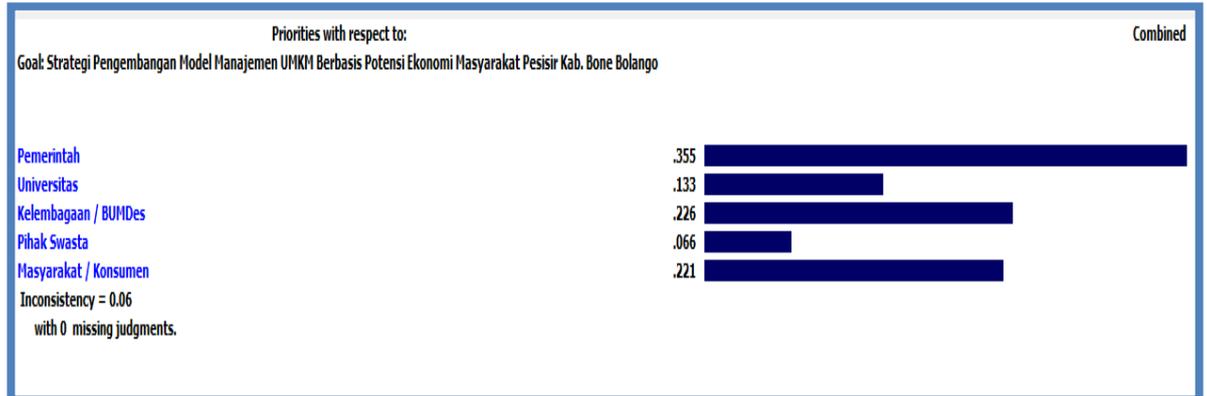
No	Skor Pernyataan								Kriteria
	F1	F2	F3	F4	F5	Aktual	Ideal	%	
D-1	0	5	17	10	11	156	215	72.56%	Cukup Efektif
D-2	0	5	17	9	12	157	215	73.02%	Cukup Efektif
D-3	2	3	17	10	11	154	215	71.63%	Cukup Efektif
D-4	7	5	12	9	10	139	215	64.65%	Kurang Efektif
D-5	4	4	8	14	13	157	215	73.02%	Cukup Efektif
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>22</b>	<b>71</b>	<b>52</b>	<b>57</b>	<b>763</b>	<b>1,075</b>	<b>70.98%</b>	<b>Cukup Efektif (Tantangan)</b>

#### 5. KELEMBAGAAN

No	Skor Pernyataan								Kriteria
	F1	F2	F3	F4	F5	Aktual	Ideal	%	
E-1	0	2	6	19	16	178	215	82.79%	Cukup Efektif
E-2	3	2	11	10	17	165	215	76.74%	Cukup Efektif
E-3	0	1	14	16	12	168	215	78.14%	Cukup Efektif
E-4	0	4	10	14	15	169	215	78.60%	Cukup Efektif
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>41</b>	<b>59</b>	<b>60</b>	<b>680</b>	<b>860</b>	<b>79.07%</b>	<b>Cukup Efektif (Tantangan)</b>

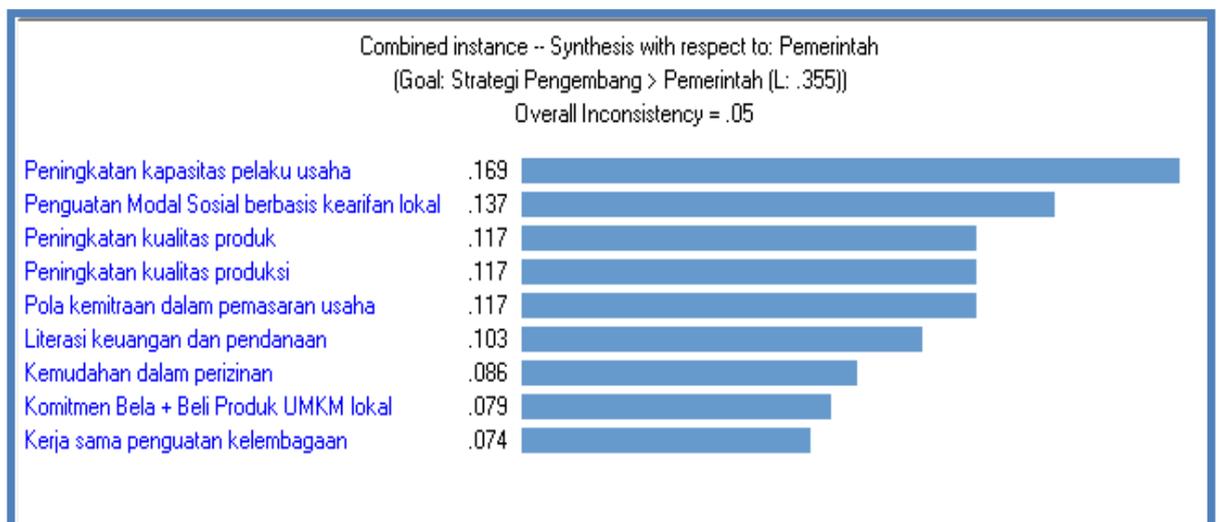
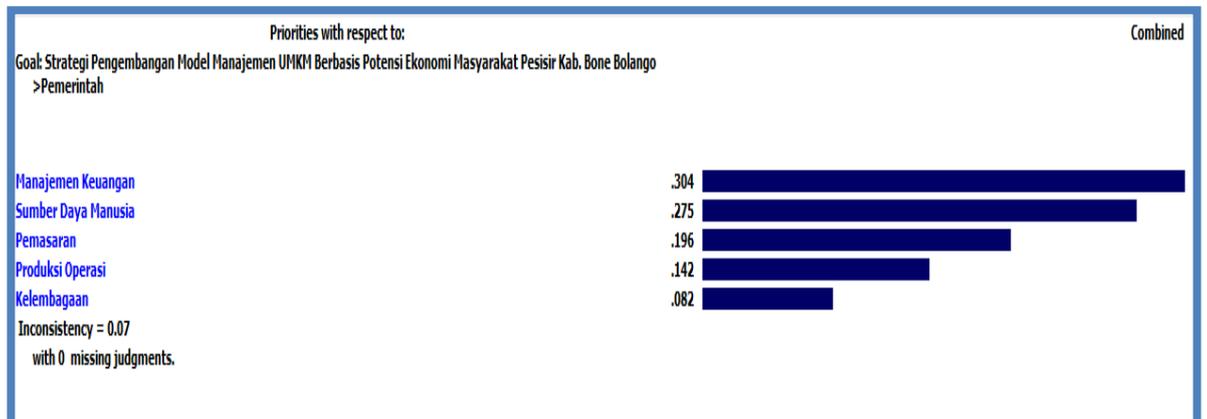
## LAMPIRAN 5 : HASIL ANALISIS AHP

### 1. PERBANDINGAN ELEMEN AKTOR

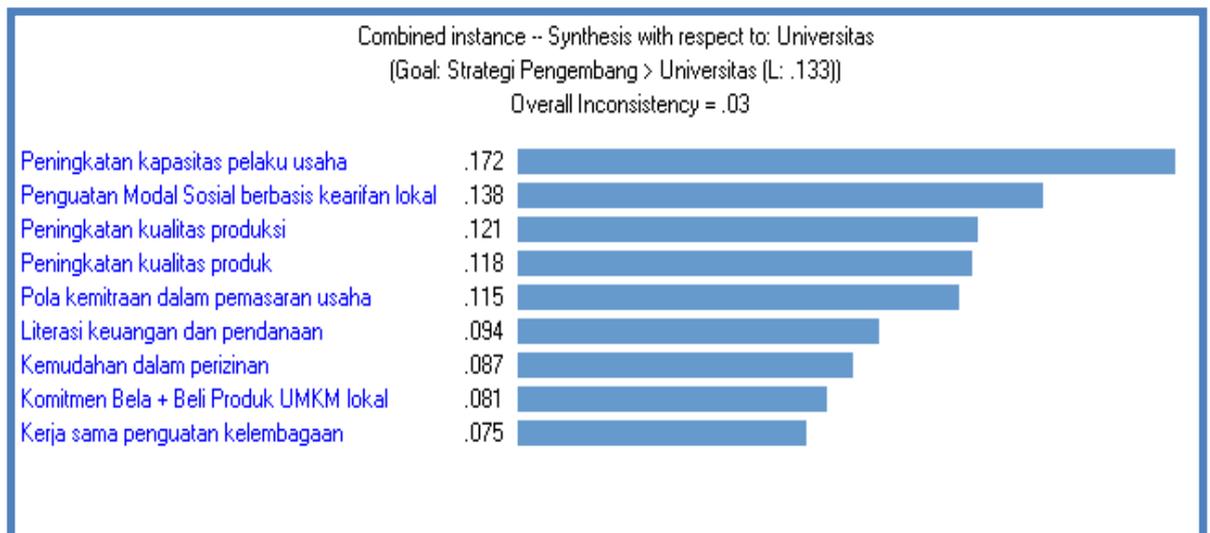
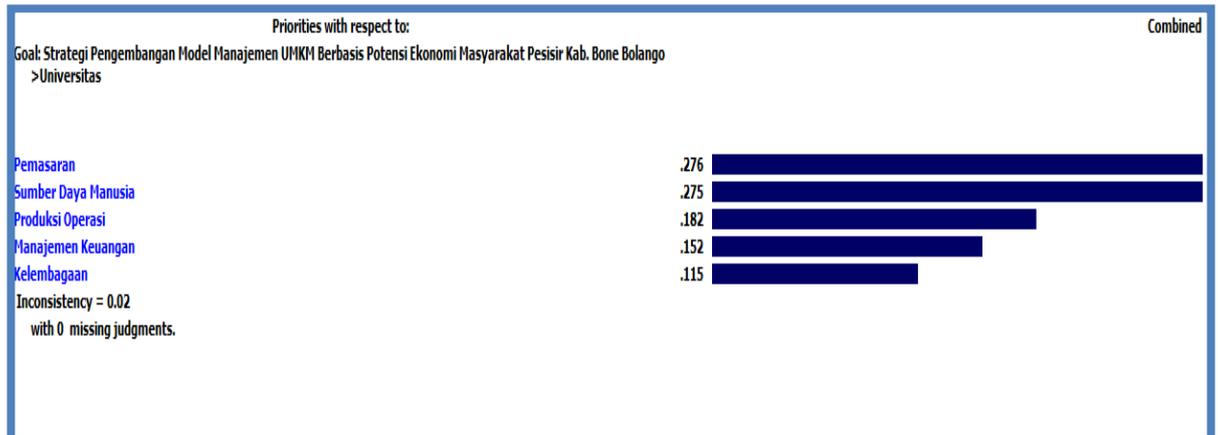


### 2. PERBANDINGAN ELEMEN FAKTOR

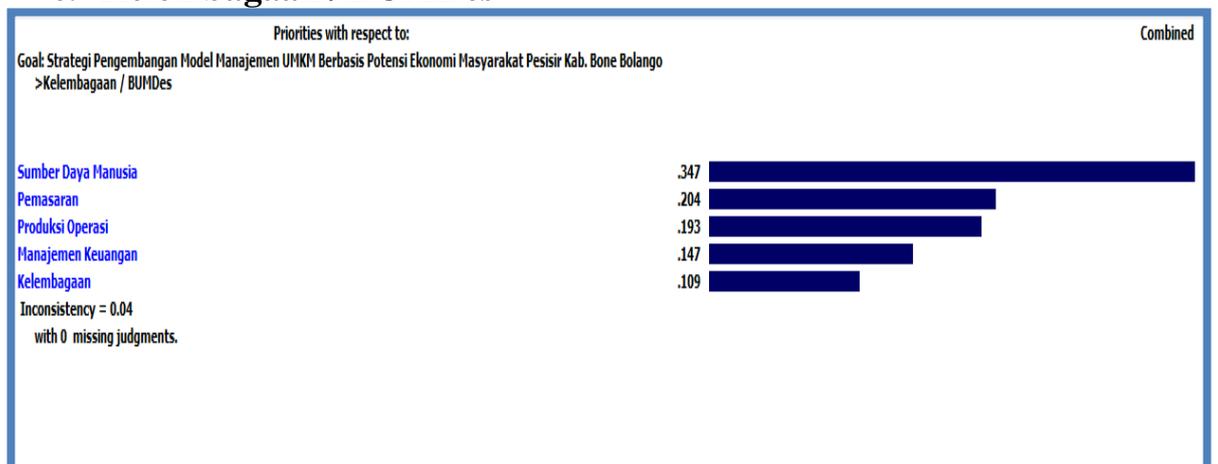
#### a. Pemerintah

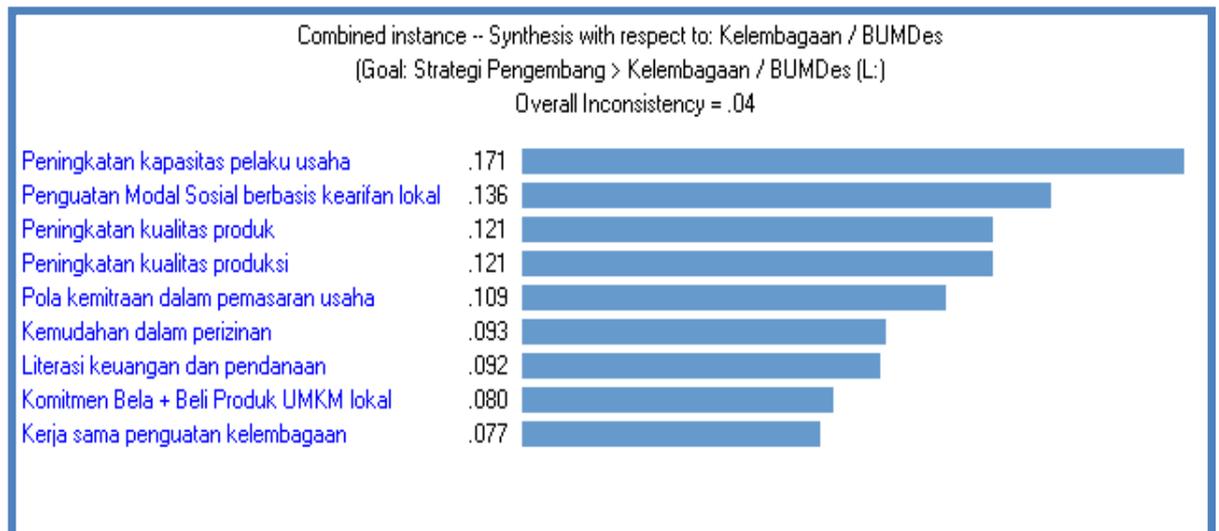


## b. Universitas

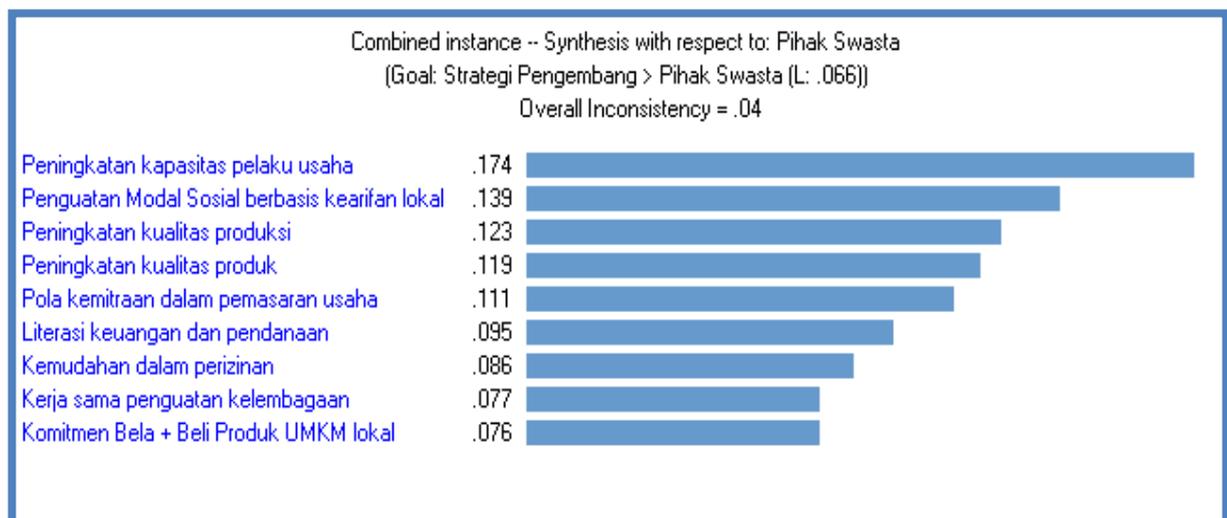
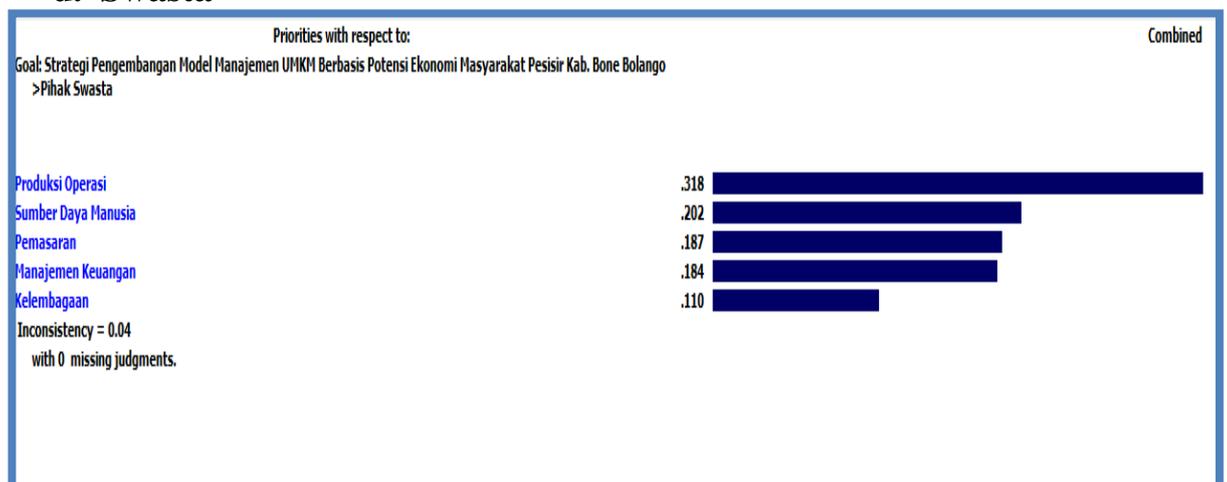


## c. Kelebagaan / BUMDes

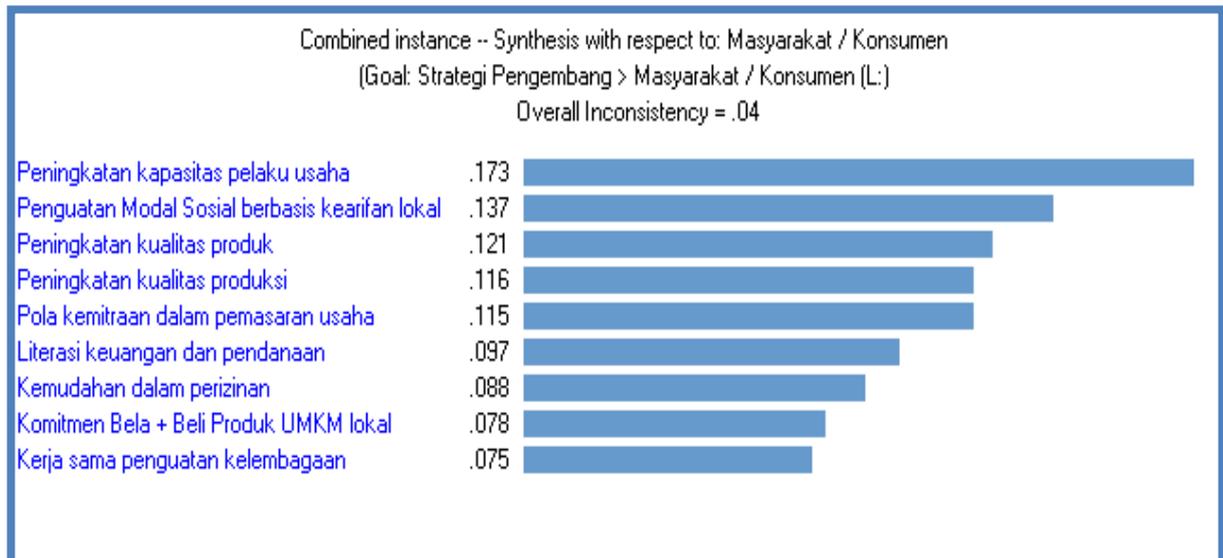
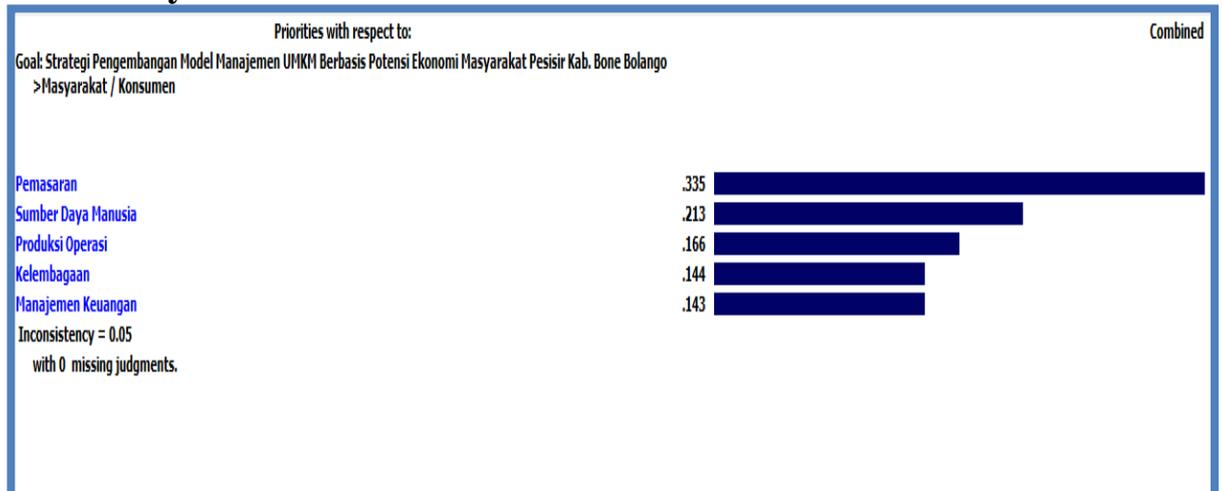




### d. Swasta



### e. Masyarakat / Konsumen



### 3. PERBANDINGAN ELEMEN STRATEGI

### Combined instance – Synthesis with respect to:

Goal: Strategi Pengembangan Model Manajemen UMKM Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat Pesisir Kab. Bo...

Overall Inconsistency = .05

