

**ANALISIS STRATEGI PROGRAM KAMPUNG UKM DIGITAL
TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM)**
(Studi Kasus di Sanggar Prima Batik Pringgading Guwosari Pajangan Bantul)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Agama Islam
Universitas Alma Ata Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh:

SUPARDAN
NIM: 132200064

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA
2017**

ABSTRAK

SUPARDAN: Analisis Strategi Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Sanggar Prima Batik Pringgading Guwosari Pajangaan Bantul. Skripsi : Program Sarjana Starta Satu Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2017.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi (dampak) program kampung UKM digital perkembangan usaha kecil menengah khususnya di Sanggar Prima Batik, obyek dari penelitian ini adalah owner dan karyawan yang terlibat di sanggar tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan datanya dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik validitas data dengan triangulasi sedangkan analisis datanya menggunakan model analisis yang dikembangkan oleh Miler dan Huberman yang mencakup tiga komponen yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan penelitian, program kampung UKM digital mulai di luncurkan pada tanggal 24 November 2017, meskipun tergolong baru program ini sudah cukup memberikan dampak positif bagi pengrajin batik kayu khususnya bagi sanggar Prima Bataik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi perkembangan UKM melalui program kampung UKM digital sangat menguntungkan terbukti dengan melihat tiga segi, yaitu: 1) dari segi permodalan mengalami peningkatan/penguatan modal. 2) dari segi strategi penjualan, pangsa pasar semakin meluas. 3) peningkatan hasil penjualan.

Kata Kunci: *strategi program kampung UKM dalam meningkatkan perkembangan UKM*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi adalah hal yang sangat penting dalam suatu negara, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan rakyatnya. Indonesia telah menikmati masa pertumbuhan ekonomi yang tinggi dalam jangka waktu yang panjang, hingga datangnya krisis multi dimensi yang dimulai akhir tahun 1997.

Ketika terjadi krisis ekonomi tahun 1998, hanya sektor UKM yang bertahan dari kolapsnya ekonomi, sementara sector yang lebih besar justru tumbang oleh krisis. Krisis ini telah mengakibatkan kedudukan posisi pelaku sektor ekonomi berubah. Usaha besar satu persatu pailit karena bahan baku impor meningkat secara drastis, biaya cicilan utang meningkat sebagai akibat dari nilai tukar rupiah terhadap dollar yang menurun dan berfluktuasi. Sektor perbankan yang ikut terpuruk turut mempengaruhi sektor industri dari sisi permodalan. Banyak perusahaan yang tidak mampu lagi meneruskan usaha karena tingkat bunga yang tinggi. Berbeda dengan UKM yang sebagian besar tetap bertahan, bahkan cenderung bertambah.¹

Perekonomian suatu negara sangat ditunjang oleh berkembangnya usaha kecil dan menengah (UKM) yang produktif yang mampu menggerakkan roda perekonomian. Munculnya usaha-usaha kecil menengah akan mampu menyerap tenaga kerja. Kemanapun penyerapan

¹ Ade Raselawati, *pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor ukm di Indonesia* (Studi Kasus Pada Sektor UKM di Indonesia), Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah 2011, hlm.1

tenaga kerja yang besar ini akan dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Selain itu UKM juga mempunyai potensi yang masih dapat dikembangkan baik dalam produktivitas maupun daya saing. UKM juga dapat berfungsi untuk menciptakan teknologi, produk, dan jasa baru, pendukung pertumbuhan ekonomi, serta menciptakan perubahan dan kompetisi pada pasar. Keberadaan UKM tersebut dapat digunakan sebagai penggerak utama dalam mempercepat pemilihan perekonomian Indonesia. Selain itu UKM juga berfungsi bagi si usahawan sendiri dimana ia dapat meningkatkan kemakmuran hidupnya.²

Sektor Usaha Kecil Menengah merupakan himpunan dari sektor usaha informal justru lebih tangguh dan tahan uji menghadapi badai krisis moneter yang terjadi. UKM mampu bertahan ditengah badai krisis dikarenakan, *pertama* tidak mempunyai utang di luar negeri, *kedua* tidak mempunyai utang di perbankan karena mereka dianggap *unbankable*, *ketiga* menggunakan input lokal tapi outputnya berorientasi ekspor. Sehingga pada akhirnya UKM yang mampu menyelamatkan perekonomian bangsa saat ini.³

Perkembangan UKM pada dasarnya tergantung dari tekad dari pengusaha sendiri, ada beberapa UKM yang dapat berkembang dan kemudian menjadi sukses, namun tak sedikit yang mengalami kegagalan bahkan tak beroperasi. Berdasarkan penelitian sebelumnya di Jogjakarta

² Kristiningsih dan Andrianto T, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada UKM di Wilayah Surabaya)*, Surabaya: Universitas Wijaya Kusuma, 2014, hlm. 142

³ Mudradjad Kuncoro, *Harian Bisnis Indonesia* edisi, 21 Oktober 2008

dikemukakan bahwa kesuksesan UKM dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian tersebut menemukan bahwa pemasaran, teknologi, serta modal mempengaruhi kesuksesan bisnis secara positif, dan legalitas mempengaruhi kesuksesan bisnis secara negatif. Penemuan lain yang menarik adalah usahawan yang berpendidikan tinggi (lulusan universitas) kurang sukses dibandingkan usahawan yang hanya berijazah SD, SMP, dan SMA.⁴

Pembangunan ekonomi di Indonesia, UKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peran penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern.

Permasalahan yang sering dijumpai selain masalah permodalan adalah pemasaran, yaitu memasarkan produk usaha ke pasar yang lebih luas, banyak syarat-syarat yang dibutuhkan untuk dapat memasarkan suatu produk usaha ke pasar yang lebih besar namun para pelaku UKM masih belum memahami bagaimana cara memenuhi syarat tersebut.⁵

Strategi pemasaran adalah sebuah program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dalam strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peran aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi. Definisi lain

⁴ Kristiningsih dan Andrianto T, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah* (Studi Kasus Pada UKM di Wilayah Surabaya), Surabaya: Universitas Wijaya Kusuma, 2014, hlm. 142

⁵ Sadar Pratama, peran program kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia dalam Mengembangkan Mitra Binaan Sanggar Seni Desa Wisata Krebet Kabupaten Bantul: etd.repository.ugm.ac.id/index.php?...penelitian..penelitian_detail, pada tanggal 23 Februari 2017 pukul 13:45

dari strategi adalah sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu.⁶

Pernyataan strategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang akan diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain.⁷

Permasalahan berikutnya adalah penjualan produk atau jasa. Penjualan disini terkait dengan penentuan harga dan penentuan pasar, agar menciptakan peluang atau keuntungan/laba sesuai keinginan perusahaan atau organisasi. Dimana Penjualan merupakan suatu metode terencana dan terorganisir untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan demikian yang diperlukan adalah membuat produk dan jasa tersedia secara kuantitas dengan tetap memperhatikan kuantitas barang atau jasa yang dihasilkan.

Kesuksesan dalam memasarkan atau menjual suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harga secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung

⁶ Fandi tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ed. Ke-III (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2008), hlm.3.

⁷ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ed. Ke-III (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2008), hlm.4.

harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang dikeluarkan atau ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi.⁸

Kota Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar, kota wisata, dan pusat sentra kerajinan seperti batik tulis, batik kayu, gerabah, kulit, tanduk, perak, tembaga, serar-seratan bambu dan dusun pringgading merupakan salah satu dari tempat pembuatan kerajinan batik kayu, yaitu di Sanggar Prima Batik.

Sanggar Prima Batik merupakan salah satu tempat pembuatan kerajinan batik kayu, yang berada di lokasi Desa Guvosari Pajangan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Prima Batik dan Desa Krebet merupakan salah satu alternatif pilihan untuk pembuatan kerajinan batik dengan media kayu. Hasil kerajinan batik kayu Di Sanggar Prima Batik antara lain wayang kayu, berbagai peralatan rumah tangga, berbagai hiasan kayu dan gantungan kunci. Kerajinan ini dapat dijadikan sebagai koleksi dan oleh-oleh yang menarik khas Jogja. Sanggar Prima Batik berlokasi di Dusun Pringgading Guvosari Pajangan Bantul. Mayoritas penduduk desa bekerja sebagai pengrajin batik kayu, tidak dapat dipungkiri bahwa batik kayu memberikan peningkatan perekonomian bagi penduduk sekitar.

Dari latar belakang di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau meneliti tentang perkembangan UKM melalui program kampung UKM digital yang ada di Dusun Pringgading Guvosari Pajangan

⁸ *Ibid*, Hlm.151.

Bantul khususnya di Sanggar Prima Batik milik Bapak Mangku Wibowo, dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PROGRAM KAMPUNG UKM DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN UKM STUDI KASUS DI SANGGAR PRIMA BATIK PRINGGADING PAJANGAN BANTUL”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas dapat dikemukakan rumusan masalah yang akan dibahas:

1. Bagaimana Strategi Program Kampung UKM digital di Desa Guvosari Pajangan Bantul khususnya di Sanggar Prima Batik?
2. Bagaimana dampak dari strategi program kampung UKM digital (modal usaha, strategi pemasaran, dan penjualan) terhadap perkembangan UKM di Desa Guvosari Pajangan Bantul khususnya di Sanggar Prima Batik?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian pokok diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui strategi program kampung UKM digital di Desa Guvosari Pajangan Bantul khususnya di Sanggar Prima Batik
2. Mengetahui dampak program kampung UKM digital (modal usaha, strategi pemasaran, dan penjualan) terhadap perkembangan UKM di Desa Guvosari Pajangan Bantul khususnya di Sanggar Prima Batik.

D. Manfaat penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian untuk beberapa pihak adalah sebagai berikut:

1. Bagi Usahawan

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan perkembangan usahanya, sehingga penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam upaya mendukung strategi perkembangannya di masa yang akan datang.

2. Bagi Pembaca

Sebagai sumber informasi dan sebagai tambahan keustakaan yang berhubungan dengan UKM bagi penelitian-penelitian yang akan datang, serta memberi kontribusi keilmuan bagi semua aktivitas akademik dalam bidang pengembangan UKM atau usahanya.

3. Bagi Penulis

Bagi penulis, dengan melakukan penelitian ini, penulis dapat memperoleh ilmu pengetahuan dan pengalaman tentang UKM. Selain itu penelitian ini juga tidak lain adalah sebagai wujud representasi dari ilmu pengetahuan yang telah dipelajari dan di dapatkan selama di bangku perkuliahan dan sebagai wujud apresiasi penulis kepada orang-orang yang penulis cintai dan hormati, sebagai pengabdian kepada masyarakat, dan sebagai sarana bagi penulis untuk berbagi ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal dan Skripsi:

- Arikunto. (2006), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta:Rineka Cipta).
- Arikunto.(2009), *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*. (Bandung:Alfabeta,).
- Fandi tjiptono. (2008), *Strategi Pemasaran*, ed. Ke-III (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET,)
- Gunawan Sumodiningrat. (1998), *Membangun Perekonomian Rakyat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,)
- Haris Herdiansyah. (2010), *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. (Jakarta:Salemba Humanika
- Jhingan. (2007), *ekonomi pembangunan dan perancangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.)
- Kamus Besar Bagasa Indonesia. (2005), Jakarta:Balai Pustaka
- Kotler dan Keller,Manajemen Pemasaran Edisi Ke 13 Jilid 1 (Jl. H. Baping Raya No.100 Ciracas, Jakarta: Erlangga)
- Lexy J Moleong. (2011), *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. (Bandung:Remaja Rosda Karya).
- Mudradjad Kuncoro, *Harian Bisnis Indonesia* edisi, 21 Oktober 2008
- Najmudin, *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar'iyah Modern*, (Jl. Beo 38-40, CV ANDI OFFSET)
- Nanang Faatah.(2015), *Manajemen Stratejik Berbasis Nilai*. (Bandung:PT Remaja Posdaya
- Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayan Dan Kalilondo Salatiga (Endang Purwanti)
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller.(2009), *manajemen pemasaran* (Jakarta:Eelangga) edisi 13 jilid 1,

- Prof. Dr Sugiyono. (2011), *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandug:ALFABETA CV) cetakan ke-14
- Rivai, DKK. (2010). “Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan:Bank Syariah Vs Bank Konvensional”. Jurnal: Sumatera barat.
- Siti Khomsah Mahmudah. (2006), pengaruh harga, Merek, dan komunikasi dari Mulut ke Mulut terhadap Keputusan Penggunaan Produk Share (Yogyakarta :UIN Sunsan Kali Jaga)
- Suarsono Muhammad. (2015), *Manajemen Strategik Konsep dan Alat Analisis*. (Yogyakarta:Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPK
- Sugiyono. (2007), *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. (2015), *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. (Bandung:Alfabeta)
- Suhardjono, *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil Dan Menengah*, (Yogyakarta: UMP APP YKPN)
- Suharsimi Arikunto. (2002), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta,)
- Suharsimi Arikunto. (2006), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta:Renika Cipta).
- Suryadi Prawirosentono. (2002), *Pengantar Bisnis Modern*. (Jakarta:Bumi Askara).
- Tim mitra bestari,dasar-dasar pemasaran (surya sarana grafika. Jl. Menteri Supano No. 42Yogyakarta)
- Tulus Tambunan, *usaha mikro kecil dan menengah*,penerbit LP3ES (jl.S.Parman81, Jakarta 11420)
- Kotler P. (2005), *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, (Jakarta:Gramedia).
- Rambat Lupiyoadi. (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta:Salemba Empat).

- Muhammad Fauzinhasan. (2016), *Penentuan Rute Distribusi Terpendek Menggunakan Metode Saving Mix Dan Cluster Firs-Route Second*, (yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga).
- Basu Swastha. (1999), *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*, (Yogyakarta:Liberty) Cetakan Ke-7
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. (2001), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa oleh Damos Sihombing (Jakarta:Erlangga
- Suwarsono Muhammad. (2013), *Manajemen Strategik Konsep Dan Alat Analisis*, (Yogyakarta:UPP STIM YKPN).
- Achmad Fauzan Guntur, 2014, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Gas Elpidji 3 Kg Pada Pt.Putra Sinbar Gas Di Kabupaten Sijunjung* (Makassar:Universitas Hasanuddin)
- Ade Raselawati. (2011), *pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor ukm di Indonesia (Studi Kasus Pada Sektor UKM di Indonesia)*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Al Amin. (2012), *pengaruh...” dalam Musyafiq Hasim, Analisa Pengaruh Pendidikan dan Pekerjaan terhadap Pengeahuan Produk Perbankan Syariah*. (Yogyakarta: Prodi Ekonomi Syariah, UAA)
- Berman Surriadi, *Pemberdayaan UKM Di Kota Surabaya* (study kasus di paguyuban jajan pasar di kecamatan tandes), jurnal AdBispremeur Vol. 1, No. 1, April 2016
- Comelius dan Daru Purnomo. (2014), *Evaluasi Pogram Pemberdayaan Masyarakat*, dalam Skripsi Miftahul Hikmawati Universitas Alma Ata
- Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan. (1995), *Dampak Pengembangan Ekonomi (Pasar) Terhadap Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat* (Yogyakarta:Depdikbud)
- Hilarius Puspamela Anggoro Djati, Dkk (2015), *Laporan Pelaksanaan Kuliah Kerja Profesi (KKP) Angkatan XXVIII*, (Universitas Ekonomi Universitas Sanata Dharma)
- Kristiningsih dan Andrianto T. (2004), *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada UKM di Wilayah Surabaya)*, Surabaya: Universitas Wijaya Kusuma,

Nicolous Pramudya, Dkk. (2015), *Laporan Pelaksanaan Kuliyah Kerja Profesi (KKP) Angkatan XXVII*. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma

Sadar Pratama, peran program kemitraan PT.Telekomunikasi Indonesia dalam Mengembangkan Mitra Binaan Sanggar Peni Desa Wisata Kreet Kabupaten Bantul: etd.repository.ugm.ac.id/index.php?...penelitian..penelitian detail, pada tanggal 23 Februari 2017

Sigit budiyanto. (2016), *Analisis Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Mudharabah*, (yogyakarta:universitas alma ata) skripsi

WEB:

Bantul Luncurkan Kampung UKM Digital, di akses dari <http://www.mediaindonesia.com/news/read/80187/bantul-luncurkan-kampung-ukm-digital/>, pada tanggal 20 Maret 2017, pada pukul 16.15 WIB

Diakse di www.gurupendidikan.com, pada tanggal 30 mei 2017 pada pukul 09:46 WIB

Dikases di www.kajianpustaka.com>*ekonomi* pada tanggal 31 mei 2017, pada pukul 11:40 WIB

Hubungan UKM dan ekonomi Indonesia, <http://finance.detik.com/read/20017/10/02/60638>, diakses pada tanggal 23 april 2017, pada pukul 10:49 WIB

Penelitian Terdahulu Tentang Perkembangan UKM, http://www.academia.edu/10851841/BAB_II_TINJAUAN_PUS_TAKA_2.1_Hasil_Penelitian_Terdahulu, Diakses Pada Tanggal 23 Apri 2017, Pada Pukul 14:25 WIB

UKM Bantul: Sentra Kerajinan Kreet Jadi UKM Digital, *M.Harianjogja.Com*. Diakses Pada Tanggal 06 Juni 2017, Pada Pukul 14:10 WIB

WAWANCARA:

Mangku Wibowo, Pemilik Sanggar Prima Batik, Wawancara, Pada Tanggal 24 Mei 2017, Pada Pukul 13: 45 WIB

Mba Atik, Wawancara sekedar ngobrol seputar pendapatan/gaji, Pada Tanggal 07 Juni 2017, Pada Pukul 09:25 WIB

Suratini, *Selaku Istri Pemilik Sanggar Prima Batik*, Wawancara Pada Tanggal 24 Mei 2017, Pada Pukul 15.45 WIB