

STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) IN DELTA CITY

Ahmad Riyadh Umar Balahmar

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

E-mail : riyadh_ub@umsida.ac.id

ABSTRACT

The MSME sector in Indonesia has an important role in driving economic activity. Sidoarjo Regency is known as Sidoarjo Regency is known as one of the areas known as the center of MSMEs in Indonesia. This research aims to analyze and explain MSME development strategies in Delta City. This qualitative research uses a purposive sampling technique and collects data through interviews, observation and documentation. Data analysis was carried out using the interactive approach of Miles, Huberman, and Saldana. The research results show that the development of MSMEs in Sidoarjo Regency involves several aspects. First, within the framework of corporate support resources, focus is given to the best service providers through coaching, development and mentoring activities for business actors. Second, the strategy program is realized through efforts to assist business actors carried out by the Sidoarjo Regency Cooperatives and Micro Enterprises Service. Third, the resource support strategy involves collaboration with the Head of Economic Affairs in the District, the District Coordinator, and the Association Coordinator as a group of business actors to improve their quality. Fourth, institutional strategy involves the implementation of institutional strategies by the Sidoarjo Regency Government Cooperatives and Micro Enterprises Service through outreach, seminars and business inspiration. However, there are several obstacles in developing MSMEs in Sidoarjo Regency, such as the quality of human resources (HR), capital, and optimization of program strategies that need to be overcome.

Keywords: strategy, MSME development, business actors

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) KOTA DELTA

ABSTRAK

Sektor UMKM di Indonesia memiliki peran penting dalam menggerakkan kegiatan ekonomi. Kabupaten Sidoarjo dikenal sebagai Kabupaten Sidoarjo dikenal sebagai salah satu daerah yang dijuluki sebagai pusat UMKM di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan strategi pengembangan UMKM di Kota Delta. Penelitian kualitatif ini dengan teknik purposive sampling dan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi. Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan interaktif Miles, Huberman, dan Saldana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo melibatkan beberapa aspek. Pertama, dalam kerangka *resource support corporate* fokus diberikan pada penyedia layanan terbaik melalui upaya kegiatan pembinaan, pengembangan, dan pendampingan kepada para pelaku usaha. Kedua, *program strategy* diwujudkan melalui upaya pendampingan pelaku usaha yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. Ketiga, *resource support strategy* melibatkan kolaborasi dengan Kasi Perekonomi di Kecamatan, Koordinator Kecamatan, serta Koordinator Asosiasi sebagai kelompok pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas diri. Keempat, *institusional strategy* melibatkan implementasi strategi kelembagaan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Pemerintah Kabupaten Sidoarjo melalui sosialisasi, seminar, dan *inspring bussines*. Namun, terdapat beberapa kendala dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo, seperti kualitas sumber daya manusia (SDM), permodalan, dan optimalisasi strategi program yang perlu diatasi.

Kata kunci: strategi, pengembangan UMKM, pelaku usaha

PENDAHULUAN

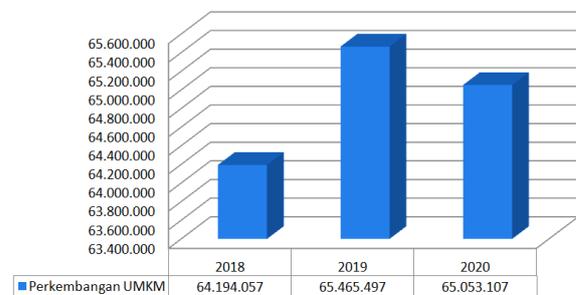
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik seseorang/badan perorangan yang dapat berkembang dan menjadi penopang dalam perekonomian nasional (Arizqi, 2023; Halim, 2020; Safriana & Samatan, 2022; Syaiful, 2021). Hadirnya UMKM bertujuan untuk mempertahankan kearifan lokal, membangun kreatifitas, serta menciptakan kesejahteraan masyarakat (Anggraeni et al., 2017; Fadilah et al., 2021; Setiani et al., 2020). Kegiatan ekonomi ini juga berkontribusi cukup besar sejalan dengan upaya menyerap tenaga kerja dan mengurangi jumlah pengangguran (Faqir, 2020; Mardiyono, 2013; Pemerintah Indonesia, 2020; Zahrah & Wijaya, 2019). Dari sisi penciptaan lapangan kerja, UMKM mampu menyediakan pekerjaan bagi 119,56 juta orang atau sebesar 96,92% dari total tenaga kerja di Indonesia (Basuki, 2023). Selain itu, UMKM tentu memerlukan strategi untuk dapat berkembang sesuai dengan tujuan dan harapan (Alansori & Listyaningsih, 2022; Ichsana Nur et al., 2022; Ikhsani & Santoso, 2020). UMKM juga dapat berkembang melalui dukungan infrastruktur seperti adanya digitalisasi UMKM (Harianto & Sari, 2021).

Strategi adalah serangkaian kegiatan guna mencapai rencana yang mampu menyelaraskan manfaat strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan (Sedarmayanti, 2014). Terdapat 4 jenis strategi menurut Salusu (2006) diantaranya *corporate strategy* (strategi organisasi), *program strategy* (strategi program), *resources support strategy* (strategi pendukung sumber daya) serta *institusional strategy* (strategi kelembagaan). *Corporate Strategy* (strategi organisasi) adalah strategi yang berfokus pada misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif strategi baru. *Program Strategy* (strategi program) adalah strategis yang berfokus pada implikasi dari suatu sasaran program tertentu. *Resources Support Strategy* (strategi pendukung sumber daya) adalah strategi yang berfokus pada sumber daya meningkatkan kualitas kinerja organisasi. *Institusional Strategy* (strategi kelembagaan) adalah strategi yang berfokus pada pengembangan kemampuan organisasi untuk mengimplementasi suatu strategi.

Beragam strategis yang dimiliki sektor ini, namun UMKM juga dihadapkan oleh banyaknya permasalahan (Bahri et al., 2019). Permasalahan

tersebut, diantaranya dari segi pembinaan, aspek permodalan, teknologi, investasi, kemampuan manajemen, dan kualitas sumber daya manusia pengelolanya yang kurang baik (Afrizza, 2018; Ilmi, 2021; Syukri & Sunrawali, 2022). Hal itu senada dengan penelitian yang dilakukan Amri (2015) dan Munandar (2016) bahwa kendala yang dihadapi oleh sektor UMKM adalah akses permodalan, kompetensi sumber daya manusia (SDM), dan teknologi. Kemudian penelitian Fadzillah (2020) mengungkapkan bahwa kendala sektor UMKM meliputi pembinaan maupun pelatihan para pelaku sektor ini belum sepenuhnya berjalan optimal.

Gambar 1. Pengembangan UMKM di Indonesia Tahun 2018-2020



Sumber : diolah peneliti, 2022

Gambar 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2018, jumlah UMKM di Indonesia sebesar 64.197.057 unit/ 99.99 persen dari total usaha yang berjalan. Situasi ini juga stabil dan jumlah unit UMKM di Indonesia pada tahun 2019 bertambah sebanyak 65.465.497 unit/98.67 persen dari sektor UMKM itu sendiri. Pada tahun 2020, jumlah usaha mikro dan kecil menurun menjadi 412.39 ribu akibat pandemi Covid-19 sehingga mengakibatkan sektor UMKM terganggu (Reonaldi, 2021; Sasongko, 2020). Pasca pandemi COVID-19, UMKM harus mampu membangun model bisnis yang adaptif dengan pasar digital dan menerapkan strategi-strategi untuk *survive* (Karneli et al., 2022).

Sejalan dengan perkembangan jumlah UMKM di Indonesia, pemerintah juga berupaya guna mempertahankan eksistensi sektor ini meskipun sempat mengalami penurunan pada saat pandemi (Mahsuni & Wahono, 2023). Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki

mengharapkan bahwa sinergitas antar Kepala Daerah dapat diperkuat dalam pengembangan UMKM di tingkat daerah (Humas, 2021). Kementerian Koperasi dan UKM bekerjasama sebagai upaya guna meningkatkan UMKM Indonesia menjadi lebih unggul (Humas, 2023). Salah satu contoh kolaborasi tersebut, Kemenkop UKM dan BPOM dalam hal meningkatkan pelayanan perizinan dan keamanan produk (Nurhidayat, 2021).

Sidoarjo merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki julukan “Kabupaten UMKM” dan mendapat perhatian nasional (Arofah et al., 2022; Karinayah, 2018). Kabupaten Sidoarjo memiliki ratusan ribu UMKM di sejumlah bidang (Humana, 2023). Pengembangan UMKM di Sidoarjo untuk memajukan UMKM dan dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah di Kabupaten Sidoarjo.

Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo dalam memberikan pelatihan serta pemberdayaan dalam meningkatkan potensi pada sektor UMKM terdapat dua strategi, yaitu Pertama, Program Dana Bergulir. Strategi selanjutnya yang dimiliki oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo melalui Klinik UMKM yang berada di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo.

Strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo bertujuan untuk mempersiapkan UMKM yang unggul. Strategi yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro yang pertama, dengan adanya program dana bergulir. Program ini merupakan dana pemerintah yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Sidoarjo yang secara teknis disalurkan melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro yang bergerak dalam usaha produktif dengan jangka waktu tertentu dan selanjutnya digulirkan kepada usaha mikro lainnya.

Strategi yang kedua yaitu melalui layanan konsultasi secara gratis melalui Klinik Usaha Mikro di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. Layanan klinik ini, akan membantu permudahan akses bagi para pelaku usaha khususnya calon pelaku usaha/wirausaha baru untuk menggali informasi serta

mendapatkan berbagai pelatihan guna meningkatkan kompetensinya.

Namun hingga saat ini, strategi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Delta belum maksimal dan terdapat beberapa permasalahan terkait pengembangan UMKM. Permasalahan yang pertama, minimnya modal bagi pelaku UMKM di Kota Delta. Kedua, Sumber Daya Manusia (SDM) belum bergabung sebagai pelaku UMKM binaan Klinik Usaha Mikro, sehingga situasi ini menyebabkan program yang diberikan tidak dapat berjalan optimal. Berdasarkan permasalahan yang ditemui penulis, tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan menjelaskan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Kota Delta.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Strategi merupakan suatu cara dimana organisasi akan mencapai tujuan-tujuannya, sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan internal organisasi. Menurut Effendy (2004) strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan yang telah di tentukan.

Menurut Kotten (1991) dalam Salusu (2008) tipe-tipe strategi meliputi: (1) Strategi Organisasi (*Corporate Strategy*) berkaitan dengan apa yang menjadi perumusan suatu misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif-inisiatif strategi yang baru. Pembatasan-pembatasan yang diperlukan, yaitu apa yang ingin dilakukan dan untuk siapa hal tersebut, (2) Strategi Program (Program Strategi) Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategis dari suatu program tertentu. Apa kira-kira dampaknya apabila suatu program dilancarkan atau diperkenalkan, apa dampaknya bagi sasaran organisasi tersebut, (3) *Resource Support Strategy* (strategi pendukung sumber daya). Strategi sumber daya ini memusatkan perhatiannya pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya penting yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja sebuah organisasi. Sumber daya itu dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi, dan sebagainya. (4) Strategi Kelembagaan (*Institutional Strategy*)

fokus dari strategi kelembagaan yaitu mengembangkan kemampuan sebuah organisasi untuk melaksanakan atau menjalankan inisiatif/inisiatif strategi. Pada umumnya bentuk-bentuk strategi yang telah dikemukakan di atas, secara garis besar menjelaskan hal yang sama yakni tingkatan atau tipe-tipe strategi apa saja yang dapat digunakan untuk mengembangkan sebuah organisasi. Menurut Siagian (2007), manajemen strategi merupakan serangkaian tindakan dan keputusan yang mendasar dibuat oleh seluruh jajaran suatu organisasi yang dalam hal ini untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut. Sedangkan menurut Vuljoen (1994) dalam Henne (2010) mengemukakan bahwa manajemen strategi yaitu suatu proses dari memilih, pengidentifikasian dan pengimplementasian aktivitas-aktivitas yang dapat memperbaiki kinerja dalam jangka panjang dari suatu organisasi, melalui penentuan arah dan disertai dengan melanjutkan komitmen ataupun penyesuaian antara keterampilan internal dengan sarana-sarana dari organisasi berikut pula dengan keadaan evolutif yang dimana organisasi itu beroperasi.

Menurut Houthoofd (2001) dalam Heene (2010) manajemen strategis didefinisikan sebagai suatu proses di mana organisasi menata diri demi tercapainya tujuan-tujuan keorganisasian melalui cara: (1) Analisis strategi yang proporsional (2) Perumusan strategi yang dijadikan keunggulannya, (3) Pengimplementasian strategi yang akurat; dan (4) Pengevaluasian kontinum terhadap kinerjanya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM didefinisikan secara berbeda-beda tergantung pada aspek-aspeknya. Di Indonesia, terdapat beberapa definisi UMKM berdasarkan lembaga yang mendefinisikannya, diantaranya:

a. Berdasarkan UU No.20 Tahun 2008 pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah :

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil 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 Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

b. Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan penggunaan jumlah tenaga kerja pada setiap unit usaha yaitu:

1) Usaha kecil merupakan unit usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja lima sampai dengan 19 orang.

2) Usaha menengah merupakan unit usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi yang melekat pada aktivitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Dengan adanya karakteristik ini dapat dijadikan sebagai ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skalanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. Lokasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan yaitu banyak pelaku UMKM masih belum teridentifikasi. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan penelitian ini diantaranya yaitu Kasi Bina Usaha Mikro, Manajer Klinik Usaha Mikro, Staf dan Konsultan Klinik Usaha Mikro, dan dua pelaku UMKM binaan Klinik Usaha Mikro.

Jenis data berasal dari data primer dan data sekunder serta menggunakan observasi, wawancara mendalam, dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Pedoman wawancara

disusun atas dasar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada key informan maupun informan. Fokus penelitian adalah *corporate strategy* yang berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif strategi baru dalam strategi UMKM di Kota Delta

Model analisis data yang peneliti gunakan adalah interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014: 12-14). Menurut, Miles, Huberman, dan Saldana :

1. Kondensasi data

Kondensasi data adalah rangkaian penyaringan, memfokuskan, merampingkan, mengabstraksi dan mentransformasikan data dalam penelitian sebagai catatan lapangan.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah suatu mengorganisasi, menyatukan, dan informasi yang tersimpul. Penyajian data berfokus guna memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data secara mendalam.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah proses mengikhtisarkan data serasi dengan rumusan masalah yang peneliti kaji hingga tahap akhir dan membahas secara menyeluruh data yang telah diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo

a. *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi)

Komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik melalui kegiatan pembinaan, pengembangan, dan pemberdayaan pelaku usaha dalam mengembangkan usaha yang dimilikinya. Dari visi Bupati Sidoarjo yaitu mewujudkan Sidoarjo yang sejahtera, inovatif, berkarakter dan berkelanjutan. Maka Dinas Koperasi dan Usaha Mikro merumuskan misi untuk mencapai visi tersebut dalam kerangka organisasi ini. Hal ini juga dikuatkan dengan pernyataan Manajer Klinik Bapak Irviandi Yudhitomo :

“Dari 17 (tujuh belas) program skala prioritasnya Bupati Gus Muhdlor, ada 4 (empat) program yang melekat dengan dinas kita. Ada bantuan permodalan untuk kelompok usaha mikro perempuan, bedah warung, UMKM naik level, dan fasilitasi pembiayaan serta perijinan.” (wawancara, 6 Januari 2023)

Misinya adalah mewujudkan tata kelola

yang bersih, transparan, dan fleksibel melalui digitalisasi untuk meningkatkan kualitas layanan publik dan kemudahan berusaha. Misi selanjutnya adalah membangkitkan pertumbuhan ekonomi yang menekankan kemandirian daerah yang berbasis pada usaha mikro, koperasi, pertanian, perikanan, jasa dan industri untuk menciptakan lapangan kerja dan mengurangi kemiskinan serta membangun sumber daya manusia yang kualitas unggul.

Gambar 2. Dokumentasi Program Sedekah Ilmu



Sumber : Diskopda.sidoarjo.go.id, 2023

Dari visi dan misi di atas, bahwa strategi organisasi yang dilakukan dengan adanya strategi baru untuk membantu pelaku usaha. Strategi guna memperoleh informasi dan pengetahuan sebagai pelaku usaha dapat mengikuti program sedekah ilmu. Program sedekah ilmu adalah suatu program yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo yang bertujuan untuk memberikan wawasan, peningkatan kompetensi, serta pengetahuan seputar dunia bisnis antar pelaku usaha mikro. Mengingat jumlah pelaku UMKM di Sidoarjo sebanyak 200 ribu serta pelaku UMKM sebagai binaan di Klinik Usaha Mikro mencapai 1500 pelaku UMKM. Dengan itu, sangat memerlukan program sedekah ilmu untuk membantu mengembangkan usaha dan meningkatkan kompetensi para pelaku usaha tersebut. Berikut penuturan Ibu Erna Kusumawati selaku Kepala Bidang Usaha Koperasi dan Usaha Mikro yaitu:

“Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo menggelar acara program sedekah ilmu. Atasi masalah usahamu dengan sedekah. Sedekah ilmu merupakan suatu program untuk menambah jangkauan pembinaan kepada para pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan ini merupakan kegiatan favorit yang selalu dinantikan oleh

para pelaku usaha di Kabupaten Sidoarjo. Para narasumber dan peserta yang hadir semuanya datang secara sukarela.” (wawancara, 6 Januari 2023)

b. Program Strategy (Strategi Program)

Dalam strategi program (*strategic program*), fenomena perumusan kebijakan/program unggulan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo untuk menjawab kebutuhan serta kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha. Khususnya bagi pelaku komersial yang belum teridentifikasi dan terdaftar sebagai klinik usaha mikro.

Gambar 3. Dokumentasi Program Sedekah Ilmu



Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten. Sidoarjo, 2023

Bentuk dari strategi program dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo adalah pendampingan kepada pelaku usaha. Pendampingan dalam pengembangan UMKM diantaranya program pembentukan wirausaha baru (WUB), program pelatihan-pelatihan, program bimtek untuk pelaku usaha, , program fasilitasi perijinan, program klinik usaha mikro, dan program pembiayaan melalui kredit usaha rakyat daerah sidoarjo gemilang (KURDA SAYANG),. Hal ini dikuatkan dengan penuturan Kasi Bina Usaha Mikro Bapak Mochamad Machfud.

“Terdapat program Pak Bupati yang pertama bantuan permodalan UMKM perempuan lima juta sampai lima puluh juta yang sedang berproses KURMA. Kedua ada fasilitas pembiayaan melalui Kurda Sayang yaitu kredit usaha rakyat daerah sidoarjo gemilang yang disingkat Kurda Sayang”. (wawancara: 3 Januari 2023)

Skema program “Kurda Sayang” bertujuan untuk memulihkan perekonomian saat pandemi.

Dampak positif dari program Kurda Sayang ini membantu pelaku UMKM untuk bangkit dari keterpurukan pasca pandemi. Sinergi antar Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo dengan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo ini menjadi apresiasi yang dapat dipertahankan.

Beberapa program pengembangan UMKM di atas telah menghasilkan wawasan dan pengalaman yang luas bagi para pengusaha mikro yang memiliki pengetahuan dalam pengembangan UMKM. Dengan itu, transformasi program-program inovatif yang dirumuskan oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dapat memiliki daya tarik tersendiri dan dapat menjadi contoh bagi kabupaten untuk mengadopsi strategi tersebut.

Afrizza (2018) dalam penelitiannya juga mengemukakan bahwa Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM memiliki strategi diantaranya program penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar. Strategi tersebut dilakukan untuk dapat mengembangkan usaha para pelaku UMKM secara kompleks.

Fenomena diatas apabila dikaitkan dengan teori jenis-jenis strategi menurut Kooten (1991) dalam Salusu (2006), program strategi lebih mementingkan kemungkinan atau impikasi strategi suatu program. Sasaran organisasi dari keseluruhan strategi program merupakan sarana untuk mencapai sasaran pengembangan UMKM. Hal itu, dibuktikan dengan identifikasi data pelaku UMKM dan pendampingan di Kabupaten Sidoarjo melalui program yang dijalankan oleh Klinik Usaha Mikro dan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo.

Penyampaian informasi melalui kegiatan berbagi informasi bisnis yang dilakukan oleh Klinik Bisnis Mikro selain menjalankan program 5 (lima) jenis layanan bagi pelaku UMKM. Klinik Bisnis Mikro juga memberikan pengetahuan kepada para pelaku usaha melalui kanal YouTube Koperasi Mikro Usaha Mandiri Kreatif yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat luas. kanal YouTube tersebut untuk menambah wawasan pengetahuan bisnis para pelaku UMKM Sidoarjo. Video profil usaha pelaku UMKM, diharapkan dapat memberikan motivasi dan referensi ide usaha bagi calon pelaku usaha baru di Sidoarjo.

Dapur Keinda merupakan salah satu UMKM unggulan di Kabupaten Sidoarjo. Dapur Keinda juga memperoleh beberapa penghargaan diantaranya Finalis AKI 2021 Kemenprakerf, Juara 1 Youthfest 2021, UMKM Tangguh Sidoarjo serta menjadi UMKM Favorit pada event BRILIANpreneur 2021. Penghargaan ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi pengusaha dan owner Dapur Keinda. Namun juga memotivasi para pelaku usaha lainnya untuk terus berinovasi dan meningkatkan produk usaha menjadi UMKM Unggul dan Populer.

c. *Resources Support Strategy* (Strategi pendukung sumber daya)

Gambar 4. Pameran Produk UMKM di Mal Suncity Kabupaten Sidoarjo



Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo, 2021

Strategi ini memaksimalkan pelaku dalam meningkatkan kualitas diri dengan berkolaborasi dengan Kasi Perekonomian di Kecamatan, Koordinator Kecamatan, serta Koordinator Asosiasi yaitu sebagai kelompok pelaku usaha. Dalam upaya tersebut, adanya kegiatan pameran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk Pelaku UMKM di setiap daerah sehingga dapat meningkatkan kreatifitas pengusaha dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat. Selanjutnya penuturan Bapak Mochamad Machfud selaku Kasi Bina Usaha Mikro.

“Setelah dilakukan pelatihan-pelatihan, kita fasilitasi untuk promosi produk melalui pameran. Dalam hal promosi kita ikutsertakan mereka-mereka yang produknya sudah bersertifikasi dan pamerannya kita laksanakan di dalam daerah maupun luar daerah.” (wawancara: 3 Januari 2023)

Penelitian Astari (2019) juga menegaskan bahwa strategi pendukung sumber daya dalam

pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan cara memasarkan dan memperkenalkan produk-produk UMKM melalui penyelenggaraan promosi produk UMKM/pameran. Pada penelitian sebelumnya dan artikel saat ini, keduanya menerapkan strategi dukungan sumber daya, yaitu pada artikel sebelumnya dan artikel saat ini peningkatan sumber daya dicapai dengan menyelenggarakan kegiatan pameran. Salah satu kegiatan pameran sebagai upaya pengembangan UMKM termasuk dalam pesta HUT Kabupaten.

Fenomena dilapangan jika dikaitkan dengan teori strategi Kooten (1991) dalam Salusu (2006) sebagai sumber daya yang memusatkan perhatian dan memaksimalkan sumber daya penting yang tersedia untuk meningkatkan kinerja organisasi. Sumber daya ini dapat berupa tenaga, keuangan, dan manusia. Dengan demikian, pemanfaatan sumber daya yang strategis ini diwujudkan dalam rangka peningkatan kualitas organisasi masyarakat atau pelaku usaha di Kabupaten Sidoarjo.

d. *Institusional Strategy* (Strategi Kelembagaan)

Gambar 5. Tag-Line Sidoarjo Kota UMKM Indonesia



Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo, 2022

Dalam strategi kelembagaan, strategi ini mengembangkan kapasitas organisasi untuk mengimplementasikan inisiatif strategis. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Pemerintah Kabupaten Sidoarjo mengimplementasikan strategi kelembagaan berupa sosialisasi, seminar, dan *inspiring business*. Dengan strategi kelembagaan, pemerintah dapat melibatkan masyarakat atau para ahli dibidangnya yang dapat menawarkan ilmunya kepada pelaku usaha

untuk meningkatkan pengetahuan, pengetahuan dan pemahamannya, serta mengembangkan UMKM dan informasi terkait melalui strategi kelembagaan.

Diharapkan dengan strategi tersebut dapat memaksimalkan peluang yang dimiliki Kabupaten Sidoarjo untuk meningkatkan kualitas masyarakatnya, mengingat Kabupaten Sidoarjo merupakan kabupaten yang dijuluki sebagai kota UMKM Indonesia. Bagi Pemerintah Kabupaten Sidoarjo khususnya Dinas Koperasi dan Usaha Mikro untuk mencapai tujuan yang diinginkan yaitu mengembangkan UMKM di Kabupaten Sidoarjo.

Strategi kelembagaan yang dilaksanakan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo, dengan melibatkan masyarakat dalam sosialisasi mengenai pengetahuan tertentu yang dikemas dalam program sosialisasi BPOM dan Halal, sosialisasi P-IRT, workshop *digital marketing*, workshop bahan pengawet makanan serta program *inspiring business*. Program yang diberikan, bertujuan untuk memberikan pengetahuan pengusaha terkait panduan teknis sertifikasi halal, BPOM, P-IRT, *digital marketing* serta metode pengawet makanan yang baik. Penelitian Afrizza (2018) terkait strategi Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM dalam pengembangan sektor usaha kecil dan menengah mengemukakan bahwa Pemerintah kabupaten dalam melaksanakan sosialisasi tentang pengurusan Hak Kekayaan Intelektual (HaKi), dan *cleaner production*.

Penjelasan strategi kelembagaan di atas, memiliki satu kesamaan dengan strategi yang diterapkan, yaitu sosialisasi. Namun demikian, terdapat perbedaan antara Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo dengan Dinas UKM dan Koperasi Dagang Kabupaten Demak, terutama dalam hal strategi kelembagaan yang diangkat. Strategi kelembagaan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo meliputi program sosialisasi, workshop, pelatihan serta program *inspiring business*. Berbeda dengan Strategi kelembagaan yang dimiliki Dinas UKM dan Koperasi Dagang Kabupaten Demak hanya berupa sosialisasi saja.

Fenomena yang terjadi di lapangan jika dikaitkan dengan teori jenis strategi Kooten (1991) dalam Salusu (2006) bahwa tujuan dari

Institusional Strategy (strategi kelembagaan) adalah untuk mengembangkan kapasitas organisasi untuk melaksanakan ide-ide strategis inisiatif. Kelembagaan tidak hanya pada sektor pemerintahan saja namun juga yang ada pada instansi lain dan partisipasi masyarakat. Hal ini akan menciptakan hubungan kerja sama yang baik antara para pihak, sehingga dengan mudah mencapai tujuan yang diinginkan.

Kendala-Kendala Pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo

Ketika mengimplementasikan sebuah strategi tentu saja akan menemui beberapa permasalahan yang dapat menghalangi keberhasilan strategi. Strategi pengembangan UMKM di Sidoarjo bertujuan untuk para pelaku dapat mengembangkan usaha beserta kompetensi secara lebih unggul dan berkarakter. Dalam *corporate strategy* (strategi organisasi) permasalahan yang dihadapi adalah minimnya pelaku usaha yang bergabung menjadi binaan dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo.

Permasalahan dari strategi melalui kegiatan dan program yang diselenggarakan guna pengembangan UMKM adalah terbatasnya kuota yang ditetapkan untuk diikuti oleh pelaku usaha secara keseluruhan. Hal itu, disebabkan kuota yang dialokasikan untuk setiap pelatihan maksimal 50 peserta. Kuota tersebut juga diisi oleh para pelaku usaha yang telah bergabung sebagai binaan Klinik Usaha Mikro.

Selain permasalahan minimnya kuota yang diberikan, keterbatasan pola pikir pelaku UMKM dan keterbatasan SDM juga menjadi permasalahan utama sektor UMKM. Banyak pelaku UMKM yang masih ragu untuk mengikuti rangkaian kegiatan dan program yang dicanangkan. Pelaku usaha saat ini masih memiliki pola pikir yang belum minat menjadi wirausaha. Berikutnya, minimnya SDM untuk dapat mengakomodir seluruh program yang akan dilaksanakan maupun untuk memenuhi kebutuhan pihak UMKM pada umumnya, khususnya anggota binaan Klinik.

Oleh karena itu, *resources support strategy* (strategi pendukung sumber daya) termasuk sumber daya manusia dari pihak Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo harus ditambah jumlahnya agar lebih dapat

memberikan pelayanan dan merespon permasalahan para pelaku UMKM secara cepat dan merata. Selain itu, SDM Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Sidoarjo diharapkan mampu mengelola sumber daya keuangan (anggaran) pemerintah dengan sebaik-baiknya.

Kegiatan terkait kelembagaan dalam Strategi Kelembagaan yaitu keterbatasan kegiatan seperti sosialisasi dan seminar yang tidak dapat dilakukan secara bersamaan dan dengan satu tema kegiatan. terutama mengingat masih banyaknya pelaku UMKM yang bergabung menjadi binaan Klinik Usaha Mikro atau yang belum teridentifikasi dan terdaftar sebagai orientasi anggota klinik.

Pada penelitian terdahulu oleh Fadzillah (2020) terkait kendala dalam pelaksanaan program yang dimiliki yaitu minimnya kreatifitas dalam meningkatkan sebuah produk serta minimnya promosi produk yang dimana kegiatan promosi dilakukan secara mandiri tanpa adanya pendampingan dari pihak dinas. Berbeda dengan penelitian saat ini terdapat permasalahan yaitu lebih banyak permasalahan yang dihadapi tidak hanya berasal dari minimnya kreatifitas dan promosi produk. Permasalahan tersebut diantaranya dari aspek kualitas sumber daya manusia (SDM), permodalan, dan strategi program yang belum sepenuhnya berjalan optimal.

SIMPULAN

Strategi Organisasi (*Organizational Strategy*) dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Sidoarjo dengan berkomitmen mendukung pelaku usaha dalam hal pengembangan. Perkembangan ini terjadi melalui misi, tujuan, nilai, dan inisiatif strategis baru. Program Ilmu Sedekah adalah inisiatif strategis baru Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. Program ini ditawarkan secara gratis oleh klinik usaha mikro kabupaten Sidoarjo bagi para pelaku UMKM. Permasalahan pada implementasi strategi pengembangan UMKM yang dihadapi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Pemda Sidoarjo bersumber dari keterbatasan pola pikir pelaku UMKM dan keterbatasan SDM juga menjadi permasalahan utama sektor UMKM ini. Terbatasnya kuota pelatihan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro kepada para pelaku UMKM, khususnya para peserta pelatihan UMKM binaan. Pelatihan yang diberikan juga sering

dilakukan oleh pelaku ekonomi yang kuota dan dananya sangat terbatas. Pelaku UMKM yang belum teridentifikasi juga menjadi kendala Dinas dalam mengimplementasikan program-program yang ada. Hal tersebut mengakibatkan, tujuan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Pemda Sidoarjo untuk memberikan beberapa bentuk dukungan kepada UMKM secara merata belum tercapai.

Program sedekah ilmu sebagai inisiatif strategis baru dan program unggulan diharapkan dapat dilestarikan keberadaannya dengan memetakan pelaku UMKM unggulan dan sedapat mungkin memberikan pengetahuan yang mendalam kepada pelaku UMKM. Selain itu melakukan pemantauan berkala dengan mengukur pelaksanaannya agar kualitas program sedekah ilmu terus ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizza, W. A. (2018). *Strategi Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM dalam Pengembangan Sektor Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak* [UNSFISIP].
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/59553/Strategi-Dinas-Perdagangan-Koperasi-dan-UKM-dalam-Pengembangan-Sektor-Usaha-Kecil-dan-Menengah-Kabupaten-Demak>
- Alansori, A., & Listyaningsih, E. (2022). The Impact of MSME Performance on MSME Welfare. *AdBispreneur*, 7(1), 39–53.
- Amri, F. (2015). Permasalahan UMKM: Strategi dan Kebijakan. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Pluralisme Dalam Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(9), 368–380.
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2017). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286–1295.
<https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Arizqi, D. A. K. (2023). the Role of Agile Leadership and Strategic Agility Planning in Improving Sme'S Performance in West Papua Indonesia Province. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(1), 105–123.
- Arofah, E. N., Indartuti, E., & Hartono, S. (2022). *Peran Dinas Koperasi dan Usaha*

- Kecil Mikro dalam Mengembangkan UMKM di Kabupaten Sidoarjo (Studi Kasus UMKM Sandal dan Sepatu Wedoro).* <http://repository.untagsby.ac.id/id/eprint/16831>
- Bahri, A., Mulbar, U., & Suliana, A. (2019). Kajian Pemberdayaan UMKM Kota Makassar Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Pelaku Usaha. *Jurnal Inovasi dan Pelayanan Publik Makassar*, 1(1), 37–53. <https://bppd-makassar.ejournal.id/inovasi-dan-pelayanan-publik/article/download/47/33/>
- Basuki, B. P. (2023). *UMKM Goes Digital*. djp.kemenkeu.go.id. <https://djp.kemenkeu.go.id/kanwil/ntt/id/data-publikasi/artikel/2886-umkm-goes-digital.html>
- diskopda.sidoarjokab.go.id. (2023). *Dokumentasi Kegiatan Sedekah Ilmu*. diskopda.sidoarjokab.go.id. <https://diskopda.sidoarjokab.go.id/?page=v-berita&id=1686991509>
- Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Fadzillah, N. (2020). *Strategi Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan Kota Banda Aceh dalam Meningkatkan Perkembangan Industri Kreatif Bagi UMKM* [Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam - Banda Aceh]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/10996/1/NurulFadzillah,150802061,FISIP,IAN,085371837696.pdf>
- Faqir, A. A. (2020). *Menkop Teten Sebut Persaingan Usaha di Sektor UMKM Tinggi Saat Pandemi*.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Hariato, R. A., & Sari, P. N. (2021). Strategic Digitalization of UMKM Business As An Alternative To Survive The COVID-19 Pandemic. *Linguistics and Culture Review*, 5(S1), 617–623. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5ns1.1446>
- Heene, A., Desmidt, S., Afiss, F., & Abdullah, I. (2010). *Manajemen Strategi Keorganisasian*. Bandung: Refika Aditama
- Humana, D. (2023). *Kabupaten Sidoarjo memiliki ratusan ribu UMKM di sejumlah bidang*. Surabaya.tribunnews.com. <https://surabaya.tribunnews.com/2023/02/26/dukung-umkm-terus-tumbuh-berkembang-pemkab-sidoarjo-serahkan-ratusan-sertifikat-tanah>
- Houthoofd, J. (2001). *Strategic management: A multi-disciplinary perspective* (2nd ed.). Ghent, Belgium: Ghent University Press.
- Humas. (2021). *Teten Masduki: Tumbuh Pesat, 12 Juta UMKM Hadir dalam Ekosistem Digital*. Setkab.Go.Id. <https://setkab.go.id/teten-masduki-tumbuh-pesat-12-juta-umkm-hadir-dalam-ekosistem-digital/>
- Humas. (2023). *Menteri Koperasi dan UKM Ajak IKA UNDIP Tingkatkan Rasio Kewirausahaan Indonesia*. kemenkopukm.go.id. https://jdih.kemenkopukm.go.id/berita/detail/berita-26-v_berita
- Ichsan Nur, M., Juana, T., Ningrum, E. W., & Sutisna, S. (2022). Collaborative Governance In The UMKM Juara Program As An Effort To Increase The Competence Of West Java Enterprises. *Adbispreneur*, 91(5), 328–341. <https://doi.org/10.2207/jjws.91.328>
- Ikhsani, M. M., & Santoso, S. E. B. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Banyumas. *Seminar Nasional LPPM-Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 452–457.
- Ilmi, N. A. N. (2021). Peran UMKM dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat dan Strategi UMKM ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 96–107. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i1.2790>
- Karinayah, D. (2018). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di

- Kabupaten Sidoarjo. *Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Airlangga*, 1(1), 1–13. https://repository.unair.ac.id/74627/3/JURNAL_Fis.AN.61_18_Sup_p.pdf
- Karneli, O., Harlen, Heriyanto, M., Febrian, A. F., & Andini, F. K. (2022). Creating Sustainable Competitive Advantages Of Culinary Msmes To Face The Vuca Era The Amidst Covid-19 Pandemic. *AdBispreneur*, 7(3), 201–217.
- Kooten, J. (1991). *Strategic Management in Public and Nonprofit Organizations*. New York: Praeger Publishers
- Mahsuni, A. W., & Wahono, B. (2023). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perekonomian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kripik Singkong Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(7). [http://repository.uisu.ac.id/bitstream/123456789/1160/1/Cover%2C Bibliography.pdf](http://repository.uisu.ac.id/bitstream/123456789/1160/1/Cover%2C%20Bibliography.pdf)
- Mardiyono, A. (2013). Pengaruh Faktor Lingkungan Bisnis Eksternal dan Faktor Manajerial terhadap Perencanaan Strategik untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Industri Kecil Makanan Wingko Babat Di Kota Semarang). *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah*, 60–72.
- Munandar, A. (2016). The Strategy Development and Competitive Advantages Of Micro Small Medium Enterprise Business Institution Toward Regional Development. *AdBispreneur*, 1(2), 103–112. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v1i2.10233>
- Nurhidayat, D. (2021). Kemenkop UKM Gandeng Badan POM Tingkatkan Perizinan Produk UMKM. *mediaindonesia.com*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/413692/kemenkop-ukm-gandeng-badan-pom-tingkatkan-perizinan-produk-umkm>
- Pemerintah Indonesia. (2020). *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/149750/uu-no-11-tahun-2020>
- Reonaldi. (2021). UMKM Berkah Jaya Salem, Lahir dan Berkembang di Tengah Pandemi Covid-19. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/wy9nq>
- Safriana, S., & Samatan, N. (2022). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Indozone.id Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z dalam Memperoleh Informasi. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(1), 17–25. <https://doi.org/10.24167/jkm.v2i1.3601>
- Salusu. 2006. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: Grasindo.
- Sasongko, D. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. djkn.kemenkeu.go.id. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. PT. Refika Aditama.
- Setiani, D. D., Nivanty, H., Lutfiah, W., & Rahmawati, L. (2020). Fintech Syariah: Manfaat Dan Problematika Penerapan Pada UMKM. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1), 75–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesy.v3i1.132>
- Syaiful. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing. *E-jurnal.nobel.ac.id*, 13(3). <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/download/75/79/>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Kinerja : Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- Viljoen, John. (1994). *Strategic Management: Planning and Implementing Successful Corporate Strategies*. (2nd Ed), Melbourne: Longman Cheshire
- Zahrah, A., & Wijaya, P. A. (2019). *Manfaat Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah*

(UMKM) terhadap Unemployment Rate.
Society ; Jurnal Jurusan Tadris IPS, 10(2),
110–116.

<https://doi.org/10.20414/society.v10i2.178>

3