

TUGAS AKHIR
STRATEGI PEMBERDAYAAN SUMBER DAYA MANUSIA
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI D'QUEEN



ASMAK SHOLEKAH

17001325

AKADEMI MANAJEMEN ADMINISTRASI

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Strategi Pemberdayaan SDM Di UMKM D'Queen

Nama : Asmak Sholekah

Nim : 17001325

Program Studi : Manajemen Administrasi

Konsentrasi : Manajemen Administrasi Perkantoran

Tugas Akhir ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir Program
Studi Manajemen Administrasi AMA YPK Yogyakarta pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 22, Agustus 2020

Mengetahui

Dosen pembimbing

Dwi Wahyu Pril Ranto, S.E.,M. M

NIK. 10600102

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan pada Akademik Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta untuk memenuhi persyaratan akhir pendidikan pada Program Studi Manajemen Administrasi :

Disetujui dan disahkan pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 22, Agustus 2020

TIM PENGUJI

Ketua

Anggota

Ir. Edi Cahyono, M.M.

Sarjita, S.E, M.M.

Mengetahui

Direktur AMA YPK

Anung Pramudyo, S.E., M.M.

NIP . 1978024 200501 1002

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asmak Sholekah

Nim : 1700125

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemberdayaan SDM UMKM D'Queen

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil karya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun kecuali tersebut dalam refrensi dan bukan merupakan hasil karya orang lain sebagai maupun secara keseluruhan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum.

Yogyakarta, Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan

Asmak Sholekah

MOTTO

1. Jangan mudah putus ASA
2. Bangkit dan teruslah berjuang untuk meraih semua impian
3. Belajar dari kegagalan untuk mencapai keberhasilan
4. Jangan pernah merasa menjadi orang yang paling berat beban hidupnya
5. Adanya kegagalan itu hanya terjadi jika kita menyerah
6. Optimis itu penting
7. Kesabaran merupakan sumber kekuatan untuk diri sendiri
8. Hidup adalah sebuah perjuangan
9. Keberhasilan akan diraih dengan cara belajar
10. Selama ada kepercayaan dan keyakinan semua akan menjadi mungkin

PERSEMBAHAN

Yang Utama Dari Segalanya “Sujud syukur kepada Allah SWT. Karena rahmat dan Hidayah-Nya telah memberikan saya kekuatan dan ketabahan, membekali saya dengan ilmu serta memperkenalkan saya dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya Tugas Akhir yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW”

Saya persembahkan Tugas Akhir ini, kepada kedua Orang tua dan saudara-saudara saya yang telah menjadi motivasi dan inspirasi yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan do'anya".

Terimakasih yang tak terhingga untuk Almamater Kampus AMA YPK Yogyakarta, Dosen-dosen, terutama Dosen Pembimbing yang tak pernah lelah serta sabar dalam memberikan bimbingan dan arahnya”

Terimakasih juga saya persembahkan kepada my future “Satria Dirgantara” yang senantiasa menjadi penyemangat dan selalu memberikan nasehat serta motivasi disetiap hariku”

Teruntuk sahabat dan semua teman-teman yang selalu ada di setiap keadaanku baik susah maupun senang, saya ucapkan terimakasih banyak karena tanpa kalian hari-hari yang saya lalui di kota Yogyakarta ini tidak akan berwarna. “Tiada hari yang indah dan sempurna tanpa kalian”

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah, saya ucapkan kehadiran Allah Swt, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Pemberdayaan SDM UMKM D'Queen” sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan selama menempuh kuliah program DIII di Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta serta guna memperoleh gelar Akademik Ahli Madya (A.Md.).

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak lupa saya ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu saya, baik secara material maupun moral yang berupa support dan sumbangan pikiran terutama kepada:

1. Allah Swt, yang senantiasa memberikan kesehatan dan pertolongan serta perlindungan-Nya kepada saya.
2. Kedua orang tua saya tercinta serta keluarga besar saya yang telah memberikan do'a dan support selama ini baik secara material maupun moral.
3. Bapak Anung Pramudyo, S.E., M.M. selaku Direktur Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta.
4. Bapak Dwi Wahyu Pril Ranto, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama menyusun Tugas Akhir ini.

5. Seluruh jajaran Dosen dan Staff Karyawan Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta yang telah memberikan berbagai ilmu pengetahuan kepada saya.
6. Para sahabat terdekat, my future dan semua teman-teman di AMA YPK Yogyakarta angkatan tahun 2017 atas support, nasehat, dan bantuan kalian telah kalian berikan selama ini.
7. Seluruh pihak yang terkait yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, pengarahan dan kerjasama dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, saya menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna perbaikan penulis dimasa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat bagi penulis maupun pembaca. Amiiin

Yogyakarta, Agustus 2020

Asmak Sholekah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGASAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang.....	1
B.Rumusan Masalah.....	5
C.Tujuan Penelitian.....	5
D.Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Konsep strategi	
1.Defenisi Strategi.....	7
2.Tipe-Tipe Strategi.....	10
3.Tahap Formulasi.....	11
4.Formulasi Strategi Dalam Analisis SWOT	14
B. Konsep Pemberdayaan	
1.Pengertian Pemberdayaan.....	19
2. Prinsip - Prinsip Pemberdayaan Masyarakat.....	19
3. Landasan Hukum.....	26
4. Kerangka Pikir.....	26
C. Konsep MSDM	

1. Definisi MSDM.....	28
2. Perencanaan MSDM.....	28
3. Fungsi – Fungsi MSDM.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	30
B. Objek Penelitian.....	30
C. Fokus Penelitian.....	30
D. Narasumber atau Informan.....	31
E. Sumber Data.....	31
F. Teknik Pengumpulan Data.....	32
G. Teknik Analisis Data.....	32

BAB IV. GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	
1. Sejarah UMKM D'Queen.....	33
2. Struktur Organisasi.....	38
3. Visi dan Misi UMKM D'Queen.....	42
4. Sumber Daya Manusia di D'Queen.....	42
B. Pembahasan	
1. Strategi Pemberdayaan SDM di UMKM D'Queen.....	41
2. Alur Strategi Pemberdayaan SDM di UMKM D'Queen.....	42
3. Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Pelaksanaan Strategi Pemberdayaan SDM di UMKM D'Queen.....	44

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	43
B. Saran.....	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi UMKM D'Queen

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto Bagian admin atau CS di UMKM D'QUEEN

Lampiran 2 Foto Bagian cutting dan finishing

Lampiran 3 Foto Tempat Pemotongan Kain Dan Pengukuran

ABSTRAK

Keberadaan UMKM di Indonesia ternyata mampu menyerap tenaga kerja dan menyumbang PDB negara dengan presentase yang cukup signifikan. Salah satu jenis UMKM yang ikut berperan dalam perekonomian negara adalah UMKM produsen fashion muslim Sleman. Meskipun sudah banyak UMKM pakaian muslim di Sleman, akan tetapi dalam perjalanannya masih menuai kendala, diantaranya adalah aspek permodalan, kurangnya promosi dan terkendala internal SDM yang kurang terampil. Padahal, SDM adalah partner organisasi untuk mencapai daya saing bisnis. SDM yang berkualitas akan mampu menghasilkan ide, kreativitas, ketrampilan memimpin dan keberanian membuka peluang potensi UMKM pakaian Sleman untuk menembus pasar global. Akan tetapi, masalah SDM ini lebih sering dikesampingkan oleh UMKM, mengingat metode pengelolaan UMKM yang cenderung masih tradisional. Tidak menutup kemungkinan bahwa masalah SDM ini akan menjadi gunung es yang muncul di kemudian hari. Sehingga, diperlukan integrasi strategi bisnis UMKM pakaian Sleman dengan perencanaan SDM yang baik.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian dunia yang semakin mengglobal sering dengan perdagangan bebas akan membawa banyak pemain untuk terlibat didalamnya. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan menjadi salah satu pemain yang penting. Terutama di negara berkembang, seperti Indonesia, sektor UMKM adalah pendorong utama pertumbuhan ekonomi (economic growth). Hal tersebut dikarenakan keberadaan UMKM telah banyak menyediakan sumber daya kewirausahaan (entrepreneurial resources) dan kesempatan kerja yang luas (employment opportunities) bagi masyarakat [3].

Paul Almeida, Profesor dari Georgetown University menyatakan bahwa, keberadaan UMKM memainkan peran yang unik, aktif dan kritis dalam proses inovasi, melalui kemampuannya dalam menemukan teknologi baru dan mengembangkan IT. Pernyataan ini didukung dari hasil penelitian selama 10 tahun yang menemukan bahwa kemampuan yang dimiliki UMKM, baik formal maupun informal adalah alat yang vital untuk proses inovasi UMKM. Disisi lain, daya kreatifitas menjadi dasar kesuksesan dan keberlangsungan hidup UMKM[7]. Hal ini dibuktikan dari sebagian besar UMKM tetap bertahan hidup saat krisis ekonomi Indonesia tahun 1997. Hal tersebut dikarenakan struktur permodalannya yang lebih banyak bergantung pada dana sendiri (73%).

Untuk melaksanakan peran tersebut, UMKM Indonesia harus terus memperbaiki diri dengan menciptakan daya saing globalnya. Akan tetapi, UMKM dalam perkembangannya masih menghadapi berbagai persoalan yang perlu mendapat perhatian. Oleh karena itu, pembinaan pada UMKM perlu terus dilakukan, terutama pembinaan dari sisi internal. Dua faktor yang bersifat internal adalah pertama, kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), etos kerja, jiwa kewirausahaan dari naluri bisnis. Kedua, aspek manajemen yang meliputi kemampuan planning, organizing, actuating dan controlling[6].

Beberapa masalah pengelolaan SDM yang dihadapi UMKM, diantaranya adalah kesulitan dalam proses rekrutmen, penetapan aturan kepegawaian (termasuk aturan mempertahankan dan memberhentikan karyawan), mengikat karyawan (job engagement), mengembangkan kompetensi karyawan, menentukan reward dan punishment, serta menghadapi tuntutan karyawan[2]. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh[8] mengenai strategi pengembangan UMKM adalah masalah pengelolaan SDM.

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. Hal itu dikarenakan selain dipengaruhi secara tidak langsung krisis global tadi, UMKM harus pula menghadapi persoalan domestik yang tidak kunjung terselesaikan seperti masalah upah buruh, ketenagakerjaan dan pungutan liar, korupsi dan lain-lain

(Sudaryanto, Ragimun, dan Rina Wijayanti : Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean).

Bahkan beberapa hasil penelitian (Nurhajati : 2005, hal 7) menyebutkan bahwa persoalan yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga sulit berkembang antara lain ketidakmampuan dalam manajemen, lemahnya kemampuan dalam pengambilan keputusan, kurang berpengalaman, dan lemahnya pengawasan keuangan.

Menghadapi persoalan-persoalan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah dikemukakan di atas, pemerintah sebagai pihak penyelenggara negara telah melakukan berbagai upaya yang sekaligus menunjukkan komitmen untuk meningkatkan kinerja dan daya saing ekonomi Indonesia. Komitmen tersebut secara institusi ditunjukkan melalui pembentukan kementerian yang menangani Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sejak zaman pemerintah orde baru. (Nursalam, Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM): 2010, hal 4). Selain itu, secara yuridis komitmen Pemerintah ditandai dengan adanya Undang-undang Nomor: 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yang bertujuan antara lain untuk mewujudkan peran usaha kecil sebagai tulang punggung serta memperkuat struktur perekonomian nasional. Undang-undang tersebut ditindaklanjuti dengan Peraturan Pemerintah Nomor: 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan sebagai salah satu bentuk upaya penciptaan iklim usaha melalui kerjasama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) dengan

Usaha Besar. (Nursalam:2010 hal 5-6).Oleh karena itu, dalam praktek Usaha Kecil dan Menengah (UKM) seringkali berada dalam posisi yang lemah, maka Pemerintah berupaya untuk memperbaiki situasi ini secara yuridis melalui Undang-undang Nomor: 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pembentukan dan peran serta Kamar Dagang dan Industri (KADIN) baik ditingkat pusat maupun daerah dalam membina dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga merupakan salah satu wujud komitmen Pemerintah terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Kebijakan perkreditan yang khusus diperuntukan bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengatasi kelemahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh akses terhadap sumber-sumber permodalan juga sudah banyak yang dilakukan. Banyak upaya yang sudah dilakukan Pemerintah yang bertujuan meningkatkan kinerja dan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). (Nursalam : 2010, hal 7).

Upaya-upaya diatas secara garis besar menjadi bagian dari strategi pemerintah dalam meningkatkan perekonomian sekaligus kesejahteraan masyarakat. Strategi sebagai sebuah alat yang digunakan untuk menciptakan dan mengembangkan sumber daya dalam pencapaian tujuan organisasi, oleh karena itu penerapan strategi dapat menentukan hasil yang akan dicapai.

Dengan demikian penulis tertarik mengambil judul “STRATEGI PEMBERDAYAAN SDM UMKM D'QUEEN KABUPATEN Sleman”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka permasalahan yang diangkat adalah Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di D'Queen?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana strategi pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) oleh D'Queen.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adaalah sebagai berikut

1. Bagi Mahasiswa

Memberikan manfaat dalam penerapan teori – teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan praktek yang nyata di dunia kerja dan masyarakat serta melatih diri dan menambah pengalaman untuk beradaptasi dengan dunia kerja.

2. Bagi Tempat Penelitian UMKM D'Queen

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi UMKM D'Queen untuk lebih meningkatkan pelayanan dan tetap menjaga kualitas produknya supaya semakin berkembang lagi

usahanya dan menjadi besar sehingga dapat membantu menciptakan lapangan pekerjaan lebih banyak lagi.

3. Bagi AMA YPK Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan berguna bagi perkembangan ilmu manajemen administrasi, sehingga dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa selanjutnya dan mempererat kerja sama antara akademi dengan perusahaan atau instansi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Strategi

1. Defenisi Strategi

Strategi pertama kali digunakan dalam dunia militer, sedangkan organisasi baru mulai. Guna memahami konsep strategi terkait dengan penelitian ini, maka berikut beberapa defenisi mengenai strategi : Strategi itu sendiri berasal dari istilah Yunani, *strategos*, memiliki arti mengadopsinya pada pertengahan tahun 60-70an. Salah satu alasan mengapa pentingnya mempelajari strategi adalah strategi sebagai suatu kerangka kerja (*frame work*) dapat digunakan untuk menyelesaikan setiap masalah yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama yang berkaitan dengan persaingan harfiah “jenderal”. Sehingga, secara harfiah pula, strategi dimaknai sebagai seni berperang para jenderal yang memimpin suatu peperangan. Sebagaimana dikatakan oleh Robert Ernest Wood, Ketua Dewan Komisaris Sears, Roebuck & Co, dalam satu segi, bisnis atau usaha merupakan medan pertempuran.

Dalam pengertian kekinian, strategi terkait erat dengan bagaimana manajemen puncak suatu organisasi atau perusahaan yang harus mengatur siasat sedemikian rupa sehingga persaingan yang ketat mampu dimenangkan. Begitu pula yang ditegaskan oleh Chandler (1962:13) yang pertama kali mendefenisikan strategi menyebutkan bahwa “Strategi adalah tujuan jangka

panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”.

Learned, Christensen, Andrew, dan Guth (1965) menyatakan bahwa strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.

Argyris (1985), Mintzberg (1979), Steirner dan Miner (1977) menyatakan strategi merupakan respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.

Andrew (1980), Chaffe (1985) mengemukakan strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders, seperti stakeholders, debtholders, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Hammel dan Prahalad (1995) menyatakan strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola

konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Dari pengertian-pengertian strategi yang dikemukakan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi adalah tindakan yang diambil dari beberapa pilihan yang kemudian diputuskan oleh perusahaan atau organisasi secara terus-menerus guna mencapai tujuan perusahaan atau organisasi.

2. Tipe-tipe Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.

a. Strategi Manajemen Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

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, misalnya, strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

3. Tahap Formulasi Strategi

Tahap formulasi atau pelaksanaan strategi diawali oleh perumusan visi, misi dan nilai. Kemudian dilanjutkan menentukan dengan menganalisis/melakukan pencermatan lingkungan internal dan eksternal. Aplikasi untuk menentukan strategi utam berdasarkan konsep Fred R. Daviddilakukan melalui pemakaian beberapa matriks dengan tiga tahap pelaksanaan sebagai berikut:

a. Tahap 1: The Input Stage (tahap masukan) Semua informasi dasar mengenai faktor internal dan eksternal perusahaan yang dibutuhkan dalam merumuskan strategi dirangkum oleh pembuat strategi. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan dua teknik formulasi strategi, yaitu :

1. Matriks External Factor Evaluation (EFE) Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal perusahaan. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal menyangkut persoalan: ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, persaingan di pasar industri di mana perusahaan berada. Hal ini penting

karena faktor eksternal berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap perusahaan.

2. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Data dan informasi aspek internal perusahaan dapat digali dari beberapa fungsional perusahaan, misal dari aspek: manajemen, keuangan, SDM, pemasaran. Pada prinsipnya tahapan kerja IFE matriks sama dengan EFE matriks.

b. Tahap 2: The Matching Stage (tahap pencocokan) Pembuat strategi melakukan identifikasi alternatif strategi dengan mencocokkan informasi input berupa faktor eksternal dan internal yang diperoleh pada tahap input. Pada tahap pencocokan ini, dilakukan identifikasi hanya dengan menggunakan matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threat). Matriks Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths (TOWS) penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu :

1. Strengths-Opportunities (SO) : mengembangkan strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk mengambil manfaat dari peluang (O) yang ada.

2. Weaknesses-Opportunities (WO) : mengembangkan strategi dalam memanfaatkan peluang (O) untuk mengatasi kelemahan (W) yang ada.
3. Strengths-Threats (ST) : mengembangkan strategi dalam memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman (T).
4. Weaknesses-Threats (WT) : mengembangkan strategi dalam mengurangi kelemahan (W) dan menghindari ancaman (T)

c. Tahap 3: Decision Stage (tahap kelanjutan)

Metode yang dipakai adalah menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). QSPM merupakan teknik yang secara obyektif dapat mendapatkan strategi alternatif yang diprioritaskan.

Metode ini adalah alat yang direkomendasikan bagi para ahli strategi untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor kunci kesuksesan internal-eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Secara konseptual, tujuan metode ini untuk menetapkan kemenarikan relatif dari strategi yang bervariasi yang telah dipilih, untuk menentukan strategi mana paling baik untuk diimplementasikan. Komponen utama dari QSPM terdiri dari : Key Factors, Strategic Alternatives, Weights, Attractiveness Score (AS), Total Attractiveness Score (TAS), dan Sum Attractiveness Score.

4. Formulasi Strategi Dalam Analisis SWOT

Siapa pun yang sudah bisa berkecimpung dalam kegiatan perumusan strategi perusahaan dan menjadi pelaku dalam proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi pasti mengetahui bahwa analisis “SWOT” merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat.

Telah diketahui pula secara luas bahwa “SWOT” merupakan akronim untuk kata-kata “Strengths,” (Kekuatan), “Weaknesses,” (Kelemahan), “Opportunities,” (Peluang), “Threats,” (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam tubuh suatu organisasi termasuk satuan bisnis tertentu sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan atau satuan bisnis yang bersangkutan. Jika dikatakan bahwa analisis “SWOT” dapat merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategik, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan kedua hal tersebut dengan tepat, biasanya upaya untuk memilih dan menentukan strategi yang efektif membuahkan hasil yang diharapkan (Sondang P.Siagian, 2004 (hal:172-174)).

Faktor-faktor Berupa Kekuatan. Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber, keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan. Contoh - contoh bidang-bidang keunggulan itu antara lain ialah kekuatan pada sumber keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan di pasar, hubungan dengan pemasok, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan para berbagai pilihan yang berkepentingan.

Faktor-faktor Kelemahan. Jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai. Faktor Peluang, Definisi sederhana tentang peluang ialah “berbagai situasi lingkungan

yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.” Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain ialah: a) kecenderungan penting yang terjadi di kalangan pengguna produk , b) identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian, c) perubahan dalam kondisi persaingan, d) perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang e) membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha, f) hubungan dengan para pembeli yang “akrab,” dan. g) hubungan dengan pemasok yang “harmonis.”

Faktor Ancaman. Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman “adalah factor - faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis.” Jika tidak diatasi, ancaman akan mnejadi “ganjalan” bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan. Berbagai contoh, antara lain adalah: a) masuknya pesaing baru di pasar yang sudah dilayani oleh satuan bisnis, b) pertumbuhan pasar yang lamban, c) meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan, d) menguatnya posisi tawar pemasok bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan untuk proses lebih lanjut menjadi produk tertentu, e) perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai, f) perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang sifatnya restriktif.

Gambar 2.1 Matriks Swot

Sumber : Freddy Rangkuti (Analisis SWOT:1997 hal19-20)

- Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy).
- Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip Question Mark pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang

dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri Microcomputer.

- Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

B. Konsep Pemberdayaan

1. Pengertian 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).

Judistira K Garna (2000:3) mengemukakan penggunaan istilah pemberdayaan dan memberdayakan dari bahasa Inggris Empowerment dan empower mengandung dua arti pengertian pertama adalah to give power or authority to dan pengertian kedua berarti to give ability to or enable.

Dalam pengertian pertama diartikan sebagai memberi kekuasaan, mengalihkan kekuasaan atau mendelegasikan otoritas ke pihak lain, sedangkan dalam pengertian kedua sebagai upaya untuk memberikan kemampuan atau keberdayaan. Karenanya, ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan seringkali dikaitkan dengan kemampuan kita untuk membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka. Ilmu sosial tradisional menekankan bahwa kekuasaan berkaitan dengan

pengaruh dan kontrol. Pengertian ini mengasumsikan bahwa kekuasaan sebagai sesuatu yang tidak berubah atau tidak dapat dirubah. Kekuasaan sesungguhnya tidak terbatas pada pengertian di atas. Kekuasaan tidak vakum dan terisolasi. Kekuasaan senantiasa hadir dalam konteks relasi sosial antar manusia. Kekuasaan tercipta dalam relasi sosial. Karena itu, kekuasaan dan hubungan kekuasaan dapat berubah. Dengan pemahaman kekuasaan seperti ini, pemberdayaan sebagai sebuah proses perubahan kemudian memiliki konsep yang bermakna. Dengan kata lain, kemungkinan terjadinya proses pemberdayaan sangat tergantung pada dua hal :

- a. Bahwa kekuasaan dapat berubah. Jika kekuasaan tidak dapat berubah, pemberdayaan tidak mungkin terjadi dengan cara apapun.
- b. Bahwa kekuasaan dapat diperluas. Konsep ini menekankan pada pengertian kekuasaan yang tidak statis, melainkan dinamis.

Masih tentang konsep pemberdayaan, Sumodiningrat (1996), mengemukakan “Ada dua pengertian pemberdayaan yang saling terkait, masyarakat yang belum berkembang sebagai pihak yang harus dibedayakan, dan pihak yang menaruh kepedulian sebagai pihak yang memberdayakan. “Pembangunan yang berorientasi pada pemberdayaan memberikan kesempatan kepada setiap anggota masyarakat untuk ikut serta dalam proses pembangunan dengan mendapatkan kesempatan yang sama dan menikmati hasil pembangunan tersebut sesuai kemampuannya.” Upaya pemberdayaan dapat dilihat dari tiga sisi : Pertama, menciptakan

suasana iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Kedua, memperkuat potensi ekonomi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat, upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf pendidikan dan derajat kesehatan serta akses kedalam sumber-sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, lapangan pekerjaan dan pasar. Ketiga, pemberdayaan melalui pengembangan ekonomi rakyat berarti mencegah dan melindungi masyarakat dari kesenjangan ekonomi serta menciptakan kebersamaan dan kemitraan antara yang sudah maju dengan yang belum berkembang.

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). Dengan pemahaman seperti itu, pemberdayaan dapat diartikan sebagai proses terencana guna meningkatkan skala/upgrade utilitas dari obyek yang diberdayakan.

Apabila berpijak pada kebijakan pemerintah yang mengacu pada Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil, pemberdayaan

didefinisikan sebagai suatu upaya yang dilakukan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat dalam bentuk penumbuhan iklim usaha, pembinaan dan pengembangan sehingga usaha kecil mampu menumbuhkan dan memperkuat dirinya menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Iklim usaha ini dimaksudkan adalah kondisi yang diupayakan pemerintah berupa penetapan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijaksanaan di berbagai aspek kehidupan ekonomi agar usaha kecil memperoleh kepastian, kesempatan yang sama, dan dukungan berusaha seluas-luasnya sehingga berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Sedangkan pembinaan dan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

2. Prinsip-prinsip Pemberdayaan Masyarakat

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:

1. 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. Dinamika yang dibangun adalah hubungan kesetaraan dengan

mengembangkan mekanisme berbagai pengetahuan, pengalaman, serta keahlian satu sama lain. Masing-masing saling mengakui kelebihan dan kekurangan, sehingga terjadi proses saling belajar.

2. Partisipasi Program pemberdayaan yang dapat menstimulasi kemandirian masyarakat adalah program yang sifatnya partisipatif, direncanakan, dilaksanakan, diawasi, dan dievaluasi oleh masyarakat. Namun untuk sampai pada tingkat tersebut perlu waktu dan proses pendampingan yang melibatkan pendamping yang berkomitmen tinggi terhadap pemberdayaan masyarakat.

3. 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 kemampuan sedikit (the have little). Mereka memiliki kemampuan untuk menabung, pengetahuan yang mendalam tentang kendala-kendala usahanya, mengetahui kondisi lingkungannya, memiliki tenaga kerja dan kemauan, serta memiliki norma-norma bermasyarakat yang sudah lama dipatuhi. Semua itu harus digali dan dijadikan modal dasar bagi proses pemberdayaan. Bantuan dari orang lain yang bersifat materiil harus dipandang sebagai penunjang, sehingga pemberian bantuan tidak justru melemahkan tingkat keswadayaannya. Prinsip “mulailah dari apa yang mereka punya”, menjadi panduan untuk mengembangkan keberdayaan masyarakat. Sementara bantuan teknis harus secara terencana

mengarah pada peningkatan kapasitas sehingga pada akhirnya pengelolaannya dapat dialihkan kepada masyarakat sendiri yang telah mampu mengorganisir diri untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi.

4. Berkenlanjutan 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.

Selain prinsip tersebut, terdapat beberapa prinsip pemberdayaan menurut perspektif pekerjaan sosial. Pemberdayaan adalah proses kolaboratif, karenanya pekerja sosial dan masyarakat harus bekerja sama sebagai partner. Adapun prinsip tersebut adalah:

1. Proses pekerjaan sosial menempatkan masyarakat sebagai aktor atau subyek yang kompeten dan mampu menjangkau sumber - sumber dan kesempatan kesempatan.
2. Masyarakat harus melihat diri mereka sendiri sebagai agen penting yang dapat mempengaruhi perubahan.
3. Kompetensi diperoleh atau dipertajam melalui pengalaman hidup, khususnya pengalaman yang memberikan persaan mampu pada masyarakat.
4. Solusi-solusi, yang berasal dari situasi kasus, harus beragam dan menghargai keberagaman yang berasal dari faktor-faktor yang berada pada situasi masalah tersebut.

3. Landasan Hukum

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah memiliki landasan hukum berupa Undang-Undang, yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan berdasarkan dari TUPOKSI masing-masing dan PP RI Nomor 17 Tahun 2013 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha, Kecil, dan Menengah. Koperasi diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dengan dasar hukum pasal 33 ayat 1 Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 terdiri atas 11 bab dan 44 pasal yang membahas antara lain tentang ketentuan umum, asas dan tujuan, prinsip dan tujuan pemberdayaan, kriteria, penumbuhan iklim usaha, pengembangan usaha, pembiayaan dan penjaminan, kemitraan, koordinasi dan pengendalian pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah, serta sanksi administratif dan ketentuan pidana, ketentuan penutup.

4. Kerangka Pikir

Kerangka pikir ialah penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan. Kerangka konsep disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Kerangka pemikiran ini melihat strategi D'QUEEN dalam memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Selain itu juga mengacu pada konsep Pranarka dan

Priyono tentang tiga fase yang harus dilakukan dalam memberdayakan masyarakat atau kelompok. Pemberdayaan (empowerment) pada dasarnya mengacu pada usaha menumbuhkan keinginan kepada seseorang dan pemberian peluang serta kesempatan bagi bawahan untuk mengaktualisasikan diri, meningkatkan potensi dan kemampuan yang dimiliki, serta memberikan pengalaman psikologis yang membuat seseorang merasa berdaya. Pemberdayaan yang harus dilakukan adalah bagaimana pemerintah dan stakeholdes lainnya mampu bersinergi dalam merencanakan program, melaksanakan, dan mengawasi. Menciptakan masyarakat berdaya menuju masyarakat mandiri merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah, swasta maupun masyarakat melalui mekanisme kemitraan yang serasi dan seimbang. Ide dasar kemitraan tersebut dimunculkan sebagai kritik pendekatan pembangunan yang bersifat top-down, yang kemudian memposisikan pemerintah sebagai aktor dominan, dan membiarkan sikap ke-acuh-tak acuhan pihak swasta terhadap proses pemberdayaan kaum lemah. Pemberdayaan masyarakat seharusnya mempunyai nilai kesetaraan, bahwa masyarakat juga harus diberi kesempatan dalam proses pengambilan keputusan mulai dari tahap identifikasi, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, monitoring dan evaluasi, sehinggamasyarakat dapat memelihara keberlanjutan kegiatan dan dapat mempertanggungjawabkan secara terbuka apa yang telah diputuskan bersama.

C. Konsep MSDM

1. DeFinisi MSDM

Manajemen SDM adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan / pengendalian dari pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan, dan pemberhentian tenaga kerja dengan maksud untuk membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

2. Peranan MSDM

MSDM bertugas untuk mengatur dan menetapkan program kepegawaian yang mencakup masalah – masalah sebagai berikut :

- a. Menetapkan jumlah, kualitas dan penempatan tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- b. Menetapkan penarikan, seleksi dan penempatan karyawan.
- c. Menetapkan program kesejahteraan, pengembangan, promosi, dan pemberhentian.
- d. Meramalkan penawaran dan permintaan SDM pada waktu yang akan datang.
- e. Memperkirakan keadaan perekonomian dan perkembangan perusahaan.
- f. Memonitor UU pemburhan dan kebijakan pemberian kompensasi perusahaan – perusahaan sejenis.
- g. Memonitor perkembangan serikat buruh.

- h. Melaksanakan pendidikan, pelatihan dan penilaian prestasi kerja karyawan.
 - i. Mengatur mutasi karyawan (vertical maupun horizontal).
 - j. Mengatur pension, pemberhentian dan pesangon.
3. Fungsi – Fungsi MSDM
- a. Perencanaan : merencanakan tenaga kerja secara efektif dan efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
 - b. Pengorganisasian : kegiatan untuk mengorganisasi semua karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, pendelegasian wewenang, integrasi dan koordinasi dalam bagan organisasi.
 - c. Pengarahan : kegiatan mengarahkan semua karyawan agar mau bekerjasama dan bekerja secara efektif dan efisien dalam membantu mencapai tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.
 - d. Pengendalian / pengawasan : mengamati dan membandingkan pelaksanaan dan rencana kerja, mengoreksinya apabila terdapat penyimpangan, atau kalau perlu menyesuaikan kembali rencana yang telah dibuat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti atau penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri atau satu variabel, yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti belum memiliki gambaran akan defenisi atau konsep penelitian. Penelitian akan mengajukan what untuk menggali informasi yang lebih jauh.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di D'QUEEN Produsen fashion yang mengfokuskan ke pembuatan hijab dan jubah pria.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan penjelasan dari kerangka pemikiran. Adapun fokus dalam penelitian ilmiah ini adalah menggunakan pendekatan strategi dalam melakukan kajian tentang UMKM. Kemudian strategi yang dimaksud adalah strategi pemberdayaan yang diorientasikan pada pengembangan usaha kecil, mikro dan menengah. Strategi pemberdayaan akan ditentukan dengan pendekatan sasaran/tujuan dan berangkat dari pemikiran yang dikemukakan oleh Pranaka dan Priyono.

Sasaran dan tujuan dari penelitian ini adalah dengan melihat kondisi saat ini, dan kondisi di masa lalu dengan menggunakan pendekatan

deskriptif. Adapun yang menjadi indikator dalam proses pemberdayaan pada tahapan ini, yaitu :

- Pelatihan Pelatihan adalah investasi organisasi yang penting dalam sumber daya manusia. Pelatihan melibatkan segenap sumber daya manusia untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan pembelajaran sehingga mereka akan segera menggunakannya dalam pekerjaan. Pada dasarnya pelatihan dilakukan karena adanya kesenjangan antara keterampilan yang dimiliki pekerja dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menempati posisi baru.
- Penyuluhan Penyuluhan adalah penyampaian informasi kepada pekerja atau masyarakat terkait dengan program kerja baru atau mengenai fasilitas baru sehingga tidak terjadi kesalahan dalam pelaksanaan program atau tidak terjadi kesalahan dalam penggunaan fasilitas.
- Kebijakan Ultimatum atau aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait untuk mengatur program kerja dari tiap divisi atau organisasi dibawahnya agar tidak bertentangan dengan tujuan dari pemerintahan itu sendiri. Kebijakan ini bisa berupa bantuan modal, kelengkapan sarana dan prasarana.

D. Narasumber/ Informan

Merupakan orang-orang yang berpotensi memberikan informasi mengenai pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM). Adapun informan dalam penelitian ini yaitu Pemilik Usaha UMKM di D'QUEEN.

E. Sumber Data

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan cara terjun langsung ke lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan pengamatan (observasi) langsung pada informan.

2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, literatur, dokumen/catatan, tulisan-tulisan karya ilmiah dari berbagai media dan laporan penelitian yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Wawancara Wawancara yaitu suatu cara untuk mendapatkan dan mengumpulkan data melalui tanya jawab dan dialog atau diskusi dengan informan yang dianggap mengetahui banyak tentang obyek dan masalah penelitian.

2. Observasi Observasi yaitu pengamatan secara langsung di lokasi penelitian guna memperoleh keterangan data yang lebih akurat mengenai hal-hal yang diteliti terkait dengan.

G. Teknik Analisis Data

Untuk menghasilkan dan memperoleh data yang akurat dan objektif sesuai dengan apa yang menjadi tujuan dalam penelitian ini, maka analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif dengan cara analisis konteks dari telaah pustaka dan analisis pernyataan dari hasil wawancara dari informan. Dalam melakukan analisis data peneliti mengacu pada beberapa tahapan yang terdiri dari beberapa tahapan antara lain:

1. Pengumpulan informasi melalui wawancara terhadap ke informan yang compatible terhadap penelitian kemudian observasi langsung ke lapangan untuk menunjang penelitian yang dilakukan agar mendapatkan sumber data yang di harapkan.

2. Reduksi data (data reduction) yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerderhanaan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan di lapangan selama meneliti.

3. Penyajian data (data display) yaitu kegiatan sekumpulan informasi dalam bentuk teks naratif, grafik jaringan, tabel dan bagan yang bertujuan mempertajam pemahaman penelitian terhadap informasi yang dipilih kemudian disajikan dalam tabel ataupun uraian penjelasan.

Pada tahap akhir adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi (conclusion drawing/ verifcaion), yang mencari arti pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi. Penarikan kesimpulan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan di lapangan sehingga data-data di uji validitasnya.

BAB IV

GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Berdirinya UMKM D'Queen

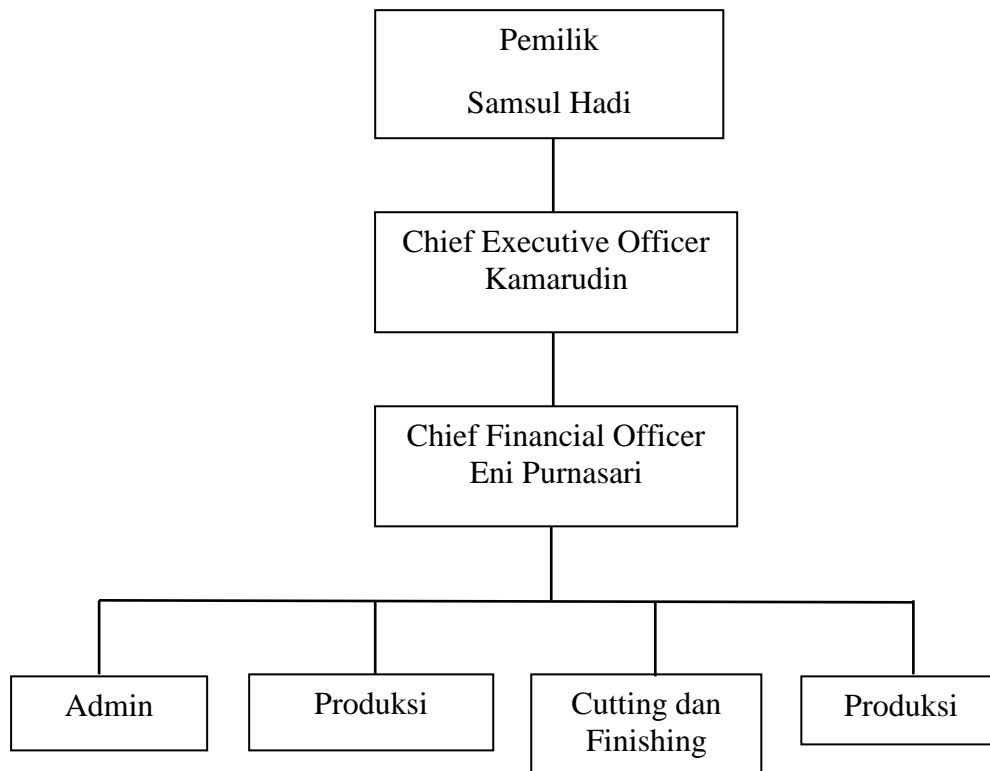
UMKM D'Queen merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi pakaian muslim. Usaha D'Queen di dirikan pada 19 januari 2016 Oleh Bapak Samsul Hadi di jl. Jodi Pati, Jetis, Wedomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584.

Sejarah awal D'Queen itu awalnya belum ada namanya. D'Queen adalah sebagai reseller salah satu produk busana muslim dan semakin berkembang, jadi D'Queen termasuk seller terbesar hampir dari produsen itu pihak D'Queen menjual sampai 70% semua produk dari produsen. Jadi ke khawatiran produsen itu D'Queen bisa mengelola di harga akhirnya terjadi. Jadi D'Queen bisa mengelola harga dari produsen itu sampai produsen itu juga kebingungan. Penjualanya itu hanya sekitar 30% sedangkan D'Queen dapat menjual sekitar 70%, akhirnya ada konflik. Setelah ada konflik itu pihak D'Queen memutuskan membuat brand sendiri dan muncullah nama Quality Hijab sekitar tahun 2017. Lalu D'Queen fokus di produk Jilbab berbahan Jercy.

Awalnya D'Queen memproduksi sendiri itu di daerah Gresik, Jawa Timur di tetangga, kemudian suplay yang datang itu kurang memenuhi kapasitas penjualan dari Jogja. Sehingga di tekan untuk membuat skala yang lebih besar, di daerah Gresik ternyata belum mampu. Dan akhirnya pihak D'Queen membuka

sendiri untuk produksi di area Jogja di tempat sendiri, awalnya dengan 2-3 penjahit. Namun dari Gresik tetap menurun daya kapasitas produksinya tidak bisa continew, akhirnya di kat off yang di Gresik. Lalu semuanya di fokus produksi di Jogja, produksi Jilbab-Jilbab berbahan Jersy. Kemudian Manajemen di tata semua dari mulai CS, suplay-suplay can untuk bahan baku, kemudian dari segi Finishing, branding, fotografi, editing dari produksi di tata semua. Dan akhirnya jalan normal seperti biasa dan hampir 90% D'Queen menggunakan online dalam pemasarannya. Kemudian pada tahun 2019/2018 akhir D'Queen memproduksi Jubah. Jubah itu di produksi awalnya dari ide yang sederhana Bapak Samsul yang melihat Bapak Mertuanya yang sekarang sudah Almarhum itu setiap waktu sholat apapun pekerjaannya beliau sendiri langsung berangkat sholat ke Masjid. Walaupun beliau saat itu dalam keadaan kotor segala macam beliau langsung mandi dan memakai pakaian lalu ke Masjid. Dan ini menjadi ide buat Pak Samsul namun ide Jubah itu tidak langsung jadi seperti yang ada sekarang ini. Jadi perlu proses desain yang sangat lama sekali untuk membuat Jubah versi Arab Saudi karena bagus dalam segi jahitannya. Dalam proses pembuatan untuk bisa mendapatkan hasil yang pas itu melalui hampir 20x revisi. Kemudian dalam prosesnya itu D'Queen mengembangkan kapasitas produksi. Kalau tahun 2019 kemarin D'Queen sampai mengcancel sampai sekitar 500 paket dan ada kerugian itu sekitar 35 Jutaan itu karena kapasitas tidak mencukupi.

2. Struktur Organisasi UMKM D'Queen



Gambar 4.1 Struktur Organisasi UMKM D'Queen

UMKM D'Queen adalah usaha yang bergerak dalam bidang produksi pakaian muslim, usaha industri rumahan yang sudah memiliki pasar yang cukup luas, dalam ketercapaian tersebut tidak lepas dari kerja keras pemilik usaha beserta keluarganya. Untuk itu dibuatlah struktur organisasi beserta masing – masing tugasnya agar setiap bagian mengetahui apa yang seharusnya di kerjakan.

b. tugas dan fungsi dari setiap bidang.

1. Pemilik UMKM D'Queen

2. Chief Executive Officer

CEO atau Chief Executive Officer adalah jabatan untuk jajaran tertinggi dalam suatu perusahaan. Posisi CEO adalah posisi yang penting dalam perusahaan, tetapi juga harus bisa memimpin perusahaan dengan baik. CEO adalah wajah dari perusahaan karena seorang Chief Executive Officer adalah orang yang memajukan suatu perusahaan.

Tugas – tugas CEO dalam perusahaan

- a. Sebagai pemimpin : Tugas utama seorang CEO adalah memimpin perusahaan. Dalam hal ini, CEO harus mampu bertanggung jawab atas perusahaan yang ia pimpin.
- b. B. Sebagai komunikator
- c. Sebagai eksekutor : Eksekutor adalah orang yang berani mengeksekusi sebuah ide atau gagasan.
- d. Sebagai pengelola : Tidak hanya memimpin, seorang CEO harus mampu menjadi pengelola perusahaan. Pengelolaan ini juga penting untuk berjalannya perusahaan.

3. Chief Financial Officer

CFO adalah eksekutif senior yang bertanggung jawab untuk mengelola keuangan sebuah perusahaan. Dalam sebuah perusahaan tugas CFO adalah melacak arus kas dan perencanaan keuangan sebuah perusahaan. Selain itu, CFO juga bertugas menganalisis kekuatan, kelemahan keuangan perusahaan serta mengusulkan tindakan korektif pada perusahaan.

Tugas CFO

- a. Mengelola keuangan
- b. Membuat akuntansi keuangan perusahaan (historical financial) : Selain memastikan arus modal, tugas tim CFO yang lain adalah menyelesaikan buku akuntansi secara tepat waktu.
- c. Analisis : Tak hanya mengurus soal keuangan saja, CFO juga harus mampu melakukan analisis yang mendalam dan tajam, tentang hal – hal strategis yang dapat menguntungkan perusahaan.
- d. Kreditur : Tantangan terbesar dari CFO adalah tentang bagaimana mereka mampu menyelesaikan utang perusahaan.
- e. Penghubung
- f. Berkomunikasi dengan mitra bisnis

4. CS / Admin

Tugas seorang admin di UMKM D'Queen yaitu :

- a. Mempromosikan produknya di berbagai media sosial baik dengan mempromosikan di akun D'Queen sendiri maupun melalui promosi berbayar lewat iklan yang sudah disediakan dari setiap aplikasi.
- b. Menjawab semua pertanyaan dari calon pembeli.
- c. merekap alamat lengkap pemesan serta memilah produk pesanan pembeli untuk di bawa ke ruang cutting dan finishing untuk di packing.

5. Produksi

Perusahaan yang bergerak di bidang industri memiliki salah satu bagian proses penting, yaitu produksi. Dalam proses produksi ini, berbagai elemen di dalamnya sangat saling berkaitan, termasuk antara manusia dengan mesin.

Penggunaan mesin pada kegiatan produksi tentu hal yang mutlak dibutuhkan apalagi bagi industry menengah dan besar. Berkaitan dengan penggunaan mesin tersebut, peranan manusia tetap di butuhkan sebagai pengendalinya. Sumber Daya Manusia yang memegang kendali mesin pada kegiatan produksi inilah yang disebut sebagai operator produksi atau bisa juga disebut operator mesin.

5. Cutting

Briefing akan menjadi modal untuk menjalankan kegiatan operasional. Dalam briefing harian contohnya, akan dibahas rencana kerja hari tersebut, target, pembagian tugas, pembagian tempat kerja, dan mengulas pekerjaan di hari sebelumnya.

- b. Mengoprasikan mesin
- c. Melakukan setting program mesin produksi
- d. Memonitor kondisi mesin produksi
- e. Menjaga produktivitas
- f. Menjaga kualitas produksi
- g. Memastikan delivery produk ke proses selanjutnya
- h. memelihara media kerja
- i. bekerja sesuai target
- j. Memberi informasi saat pergantian shift
- k. Memastikan lingkungan kerja terpelihara baik
- l. Membuat laporan.

7. Finishing

Finishing merupakan tahapan akhir dari proses produksi pakaian. Finishing dilakukan setelah tahap penjahitan pakaian selesai. Pada tahap ini dilakukan pengecekan hasil produksi jahitan pakaina, seterti membersihkan pakaian, memotong dan merapikan benang, tahap pengecekan kualitas atau quality control, sehingga pakaian yang lolos proses finishing ini adalah pakaian yang benar – benar memiliki kualitas seperti yang diinginkan.

Proses finishing diantaranya ;

- a. Lubang kancing : Membuat lubang kancing pada bagian yang telah diberi tanda, dengan menggunakan mesin button hole.
- b. Memasang kancing : Merupakan tahap memasan kancing pada bagian yang telah diberi tanda untuk memasang kancing.
- c. Membersihkan benang ; Pada bagian ini merupakan tahap pembersihan sisa – sisa benang yang belum bersih dari bagian jahit.
- d. QC (Quality Control) : tugas pokok pada bagian ini yaitu memeriksa cacat atau kesalahan yang mungkin ditemukan pada setiap produk pakaian, disamping itu juga mengecek standar ukuran, pada setiap cacat/ kesalahan diber tanda sehingga memudahkan untuk memperbaiki atau mengelompokkan setiap jenis kesalahn, lalu dibawa ke bagian repairing. Apabila pakaian tersebut tidak cacat, langsung dibawa ke bagian pressing dan ironing.
- e. Memperbaiki ; Pada bagian repairing disediakan beberapa mesin jahit lainnya seperti gunting, jarum, sikat, alat pembersih minyak / kotoran dan

sebagainya. Peralatan tersebut digunakan untuk memperbaiki pakaian yang cacat dari bagian inspection.

- f. Menyetrika dan mengepres
- g. Size sorting : Memilih pakaian sesuai dengan ukuran yang telah ditentukan, misalnya lingkaran pinggang, lingkaran panggul sesuai atau tidak dengan ukuran standar.
- h. Memasukkan ke polybag : Memasang atau menyisipkan macam – macam asesoris, label, merk dan lainnya. Pemasangan label sesuai dengan pesanan buyer atau perusahaan itu sendiri.
- i. Menyortir
- j. packin

3. Visi dan Misi UMKM D'Queen

- a. Terciptanya keindahan dalam beribadah dengan menginovasi produk.
- b. Mempercepat suplycin barang.
- c. Meningkatkan kreatifitas konten kreator.
- d. Melakukan perbaikan secara komprehensif.

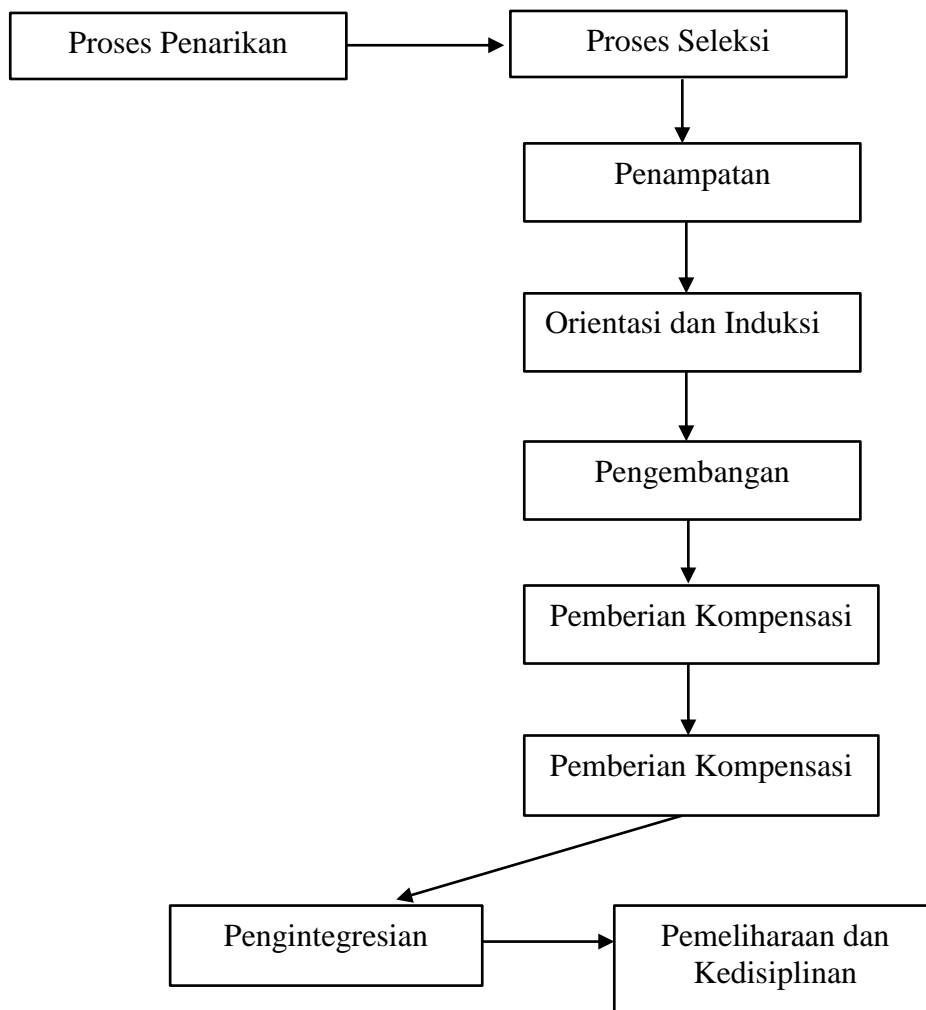
B. Pembahasan

1. Strategi Pemberdayaan SDM di UMKM D'Queen

Stratgi pemberdayaan SDM di UMKM D'Queen dilakukan dengan satu cara yaitu perekrutan calon karyawan melalui beberapa tahap yang cukup ketat untuk

mendapatkan karyawan yang berkualitas baik. Agar bisa membantu lebih meningkatkan UMKM tersebut.

2. Alur Sistem Pemberdayaan SDM di UMKM D'Queen



Terdapat satu alur strategi pemberdayaan SDM di UMKM D'Queen yaitu sebagai berikut :

- a. Proses penarikan : D'Queen akan membuka lapangan pekerjaan dengan cara mengumumkan di sosial media agar supaya dapat dijangku oleh orang banyak.
- b. Proses seleksi : pihak D'Queen akan menyeleksi calon karyawan agar supaya dapat menemukan calon karyawan yang sesuai dengan yang diperlukan.
- c. Penempatan : karyawan yang sudah terpilih akan di tempatkan di tempat yang sesuai dengan posisi yang di masuki.

4. Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Pelaksanaan Strategi Pemberdayaan SDM di UMKM D'Queen.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi strategi pemberdayaan SDM di D'Queen diantaranya :

- a. Komitment dari pemilik UMKM D'Queen

Faktor yang mempengaruhi strategi pemberdayaan SDM pakaian muslim adalah komitmen dari pemilik UMKM D'Queen. Komitmen awal yaitu guna untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan membantu mengurangi pengangguran dengan membuka lowongan kerja.

- b. Dukungan masyarakat

Dukungan masyarakat adalah faktor yang berpengaruh terhadap strategi pemberdayaan SDM. Hal ini, disebabkan karena masyarakat dapat memberikan bantuan, semangat, dukungan, perhatian sehingga bisa meningkatkan strategi pemberdayaan SDM di D'Queen yang lebih baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang penulis lakukan, maka penulis mengetahui bahwa pemberdayaan UMKM D'Queen Yogyakarta yang telah dibahas penulis dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan pengelolaan SDM sudah dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, akan tetapi hasilnya belum maksimal karena dapat dilihat dari penanganan skala besar terkadang masih terbatas.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasannya, penulis mengajukan saran-saran dengan harapan untuk dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan di bagian pengelolaan SDM di UMKM Yogyakarta dalam rangka meningkatkan pengelolaan SDM, antara lain:

1. Dalam penanganan pesanan atau paket perlu di tambah lagi SDMnya untuk mengembangkan kapasitas produksi agar saat menangani pesanan skala besar bisa teratasi dengan baik, sehingga tidak sampai mencancel paket.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU REFERENSI

Andi Umar, Husein, (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers.

Baroto Ihsan, 2019. <https://termialkaos.com/proses-finishing-produksi-pakaian>.

Dewi Maharani, 2020. <https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/apa-itu-ceo-bagaimana-tugas-ceo-sebuah-perusahaan>.

Edi, 2009. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat : Kajian Strategi Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial. Bandung : PT Refika Adiatma.

Fahmi, Irham, (2013). Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi. Bandung : ALFABETA.

Fatmawati. 2014. Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pedagang Padar Tradisional di Kabupaten Maros. Makasar. UNHAS . Skripsi.

Hardjana, Agus M. (1998). Empowering People (Pemberdayaan Sumberdaya Manusia). Yogyakarta : Kanisius

Hunger, David dan L Wheelen. (2003). Manajemen Strategis. Yogyakarta.

Kartasmita, Ginanjar, (1996). Pemberdayaan Masyarakat : Konsep Pembangunan yang Berakar pada Masyarakat. Jakarta : Bappenas.

Mardikanto, Totok, dan Soebianto, Poerwoko. (2013). Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik. Bandung : ALFABETA.

,Martina,2019.<https://ukirama.com/blogs/berikut-12-tugas-dan-tanggung-jawab-operator-produksi>.

Nurhajati. 2005. Paradigma Baru Pengembangan Usaha Kecil Menengah untuk Meningkatkan Daya Saing Ekonomi. Malang : UNISMA. Skripsi.

Nursalam. 2010. Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Masyarakat Desa Melalui Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri. Malang. Skripsi.

Kurniawan, Fitri Lukiasturi dan Hamdani, Muliawan, (2008). Manajemen Strategi dalam Organisasi. Yogyakarta : Media.

Pasolong, Harbani, (2012). Metode Penelitian Administrasi Publik. Bandung : ALFABETA.

Presindo, Siagian, Sondang P (2004). Manajemen Strategi. Jakarta : Bumi Aksara.

Rangkuti, Freddy, (1997). Analisis SWOT : Teknik MEMBEDAH Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21. Jakarta ; Gramedia Pustaka Utama.

Sedarmayati, (2014). Manajemen Strategi. Bandung : PT Refika Aditama.

Sudaryanto, Ragumin, dan Rina Wijayanti. 2014. Strategi Pemberdayaan UMKM Mengadapi Pasar Bebas Asean. Pusat Kebijakan Ekonomi Makro, BKF.Skripsi.

Sumodiningrat, Gunawan. (1996). Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Social. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Tripomo, Tedjo&Udan, (2005). Manajemen Strategi. Bandung : Rekayasa Sains.

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Umar, Husein, (2010). Desain Penelitian Manajemen Strategi : Cara Mudah Meneliti Masalah – Masalah Manajemen Strategi untuk Skripsi, Tesis, dan Praktis Bisnis. Jakarta : Rajawali Pers.

Wahyuni R, Sri. 2013. Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Sidrap(Studi Kasus :Pemberdayaan Koperasi Pertanian). Makassar : UNHAS.Skripsi.

Yogi, dkk, (2007). Manajemen Strategi Terapan : Pabduan Cara Menganalisis Industri dan Pesaing. Jakarta : Poliyama Widya Pustaka.

LAMPIRAN

Lampiran Gambar

