

Strategi Bertumbuh (Scale Up) Pelaku Usaha UMKM Kabupaten Lombok Barat Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Kesejahteraan

Sulhan Hadi¹, Alfian Eikman², Salmin³

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Mataram
hadispslmb@gmail.com

ABSTRAK

Kata kunci:

Variasi Bahasa,
Transaksi E-
Commerce,
Tokopedia,
Komunikasi Digital

Keywords:

Language Variations,
E-Commerce
Transactions,
Tokopedia, Digital
Communication

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variasi bahasa terjadi pada komunikasi digital pada transaksi e-commerce di situs jual beli Tokopedia. Penelitian ini hanya membatasi pada kajian variasi bahasa dari sudut pandang penuturnya. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk variasi bahasa dan mengelompokkan kedalam jenisnya. Sumber data penelitian ini adalah kumpulan teks dialog diskusi transaksi pada situs jual beli online Tokopedia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai variasi bahasa dari aspek penutur yaitu Dialek bahasa daerah di Indonesia, Register yang khas pada kegiatan jual beli online, model model sosiolek berdasarkan kelompok masyarakat, dan variasi bahasa kronolek.

This study aims to find out how language variations occur in digital communication in e-commerce transactions on the Tokopedia buying and selling site. This research is limited only to the study of language variation from the point of view of its speakers. This research method is descriptive qualitative aims to identify forms of language variation and group them into types. The source of this research data is a collection of transaction discussion dialogue texts on the Tokopedia online buying and selling site. The results of this study show that there are various language variations from the aspect of speakers, namely regional language dialects in Indonesia, typical registers in online buying and selling activities, sociolect model models based on mayarakat groups, and chronolek language variations.

*Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](#).
This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.*

PENDAHULUAN

Globalisasi Ekonomi yang ditandai oleh liberalisasi dibidang ekonomi telah membuat aktivitas dan dunia bisnis menjadi multilateral yang disertai dengan terjadinya kesepakatan perjanjian ekonomi lintas negara (Aristeus, 2014). Dampak yang muncul dari kesepakatan itu adalah persaingan akan semakin terbuka serta akan adanya tuntutan bagi pemerintah untuk memperkuat sektor ekonomi (Handayani, 2015). Karena ketika pemerintah lengah dalam membenahi sektor ini maka beberapa tahun kedepan masyarakat akan hanya menjadi pangsa pasar dan bukan pelaku pasar. Perlu adanya sebuah langkah dan konsep yang jelas dan tertuang secara sistematis dalam sebuah dokumen perencanaan pembangunan yang teruji, holistik dan berkesinambungan (Ilyas et al., 2015).

Saat ini, banyak pembangunan yang justru menyebabkan masyarakat setempat hanya menjadi penonton, bahkan menjadi korban dari perubahan yang terjadi diwilayahnya, ini terjadi karena disebabkan oleh minimal tiga hal yakni :

- Masyarakat tidak menyadari pembangunan yang akan dijalankan sejak awal
- Perubahan yang ada tidak bisa diikuti oleh potensi ekonomi yang dimiliki masyarakat
- Ketiadaan rencana pembangunan yang komperhensif yang melibatkan masyarakat sebagai bagian dari model perubahan yang terjadi.

Perlu ada upaya dari semua pihak dalam mengajak masyarakat untuk mengawal perubahan yang akan terjadi terutama dibidang ekonomi dengan mengoptimalkan peran serta dan kelembagaan ekonomi masyarakat, dalam hal ini Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang bertujuan agar pelaku usaha bisa ikut menikmati dan bisa berkontribusi dalam memanfaatkan arus investasi yang mengalir ke daerah.

Kabupaten Lombok Barat adalah Kabupaten yang terus-menerus berusaha melakukan perbaikan pembangunan dalam semua bidang, baik dalam bidang Sumber Daya manusia, ekonomi dan bidang-bidang lainnya, hal ini tercermin dari Visi Kabupaten Lombok Barat yakni “Terwujudnya Masyarakat Lombok Barat Yang Amanah, Sejahtera, Dan Berprestasi dengan Dilandasi Nilai Patut Patuh Patju,”. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Lombok Barat untuk mewujudkan visi ini, hal ini tercermin dari penyusunan RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah) Kabupaten Lombok Barat yang berfokus untuk pencapaian Visi tersebut

Sungguhpun geliat ekonomi Kabupaten Lombok Barat menunjukkan perkembangan yang positif namun dari beberapa aspek kualitas ekonomi dan pembangunan manusia ada beberapa hal yang harus diperbaiki. Sebagai contoh, jumlah penduduk miskin yang ada di Kabupaten Lombok Barat tercatat sebesar tahun 2021 adalah sebesar 105 Ribu Jiwa atau sekitar 14,47 persen sementara itu pada tahun 2022 jumlah penduduk miskin 99,1 ribu atau sekitar 13,39 persen walaupun menunjukkan penurunan tetapi masih lebih tinggi dari target RPJMN (rencana pembangunan jangka menengah nasional) yang mematok jumlah persentase penduduk miskin pada angka 7-8 persen.

Sementara itu untuk indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kabupaten Lombok Barat tercatat sebagai kabupaten yang memiliki angka pertumbuhan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) nomer 4 tertinggi di Provinsi NTB tahun 2022. Berdasarkan data BPS Provinsi NTB, pertumbuhan IPM Lombok Barat dari tahun 2021 adalah sebesar 68,61 menjadi 69,41 atau ada kenaikan sebesar 0,80 poin.

Kondisi kondisi tersebut diatas harus segera diperbaiki, apalagi mengingat Kabupaten Lombok Barat adalah salah satu satunya Kabupaten yang paling dekat dengan Kota Mataram yang menjadi pusat Kemajuan di Nusa Tenggara Barat.

Dengan pesatnya pembangunan dipulau Lombok terutama dibidang Pariwisata seharusnya Kabupaten Lombok Barat bisa mendapat angin segar dari sector tersebut karena jumlah Obyek wisata di Kabupaten Lombok Barat bisa dikatakan lebih banyak daripada Kabupaten-kabupaten lainnya di Nusa Tenggara Barat. Akan tetapi seperti yang telah disebutkan diatas bahwa sering kali masyarakat tidak sadar akan perkembangan dan perubahan yang ada didaerah mereka sehinggaantisipasi mereka untuk mengambil bagian dari perkembangan daerahnya sendiri sangatlah kecil. Salah satu indikator untuk melihat hal tersebut adalah tercermin dari jumlah pelaku usaha yang ada didaerah tersebut, semakin banyak pelaku usaha yang ada disuatu daerah maka tingkat kesejahteraan akan semakin meningkat dan begitu pula sebaliknya. Karena satu-satunya cara untuk meningkatkan kesejahteraan adalah dengan menggerakkan roda perekonomian melalui usaha-usaha mandiri ditengah-tengah masyarakat, begitupun juga di Kabupaten Lombok Barat. Untuk melihat jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Lombok Barat tahun 2020 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Jumlah Pelaku UMKM Kab.Lobar Per Kecamatan

No	Kecamatan	UMKM		Total
		Formal	Non Formal	
1	Batu Layar	644	99	743
2	Gunung Sari	581	175	756
3	Narmada	313	388	701
4	Kediri	264	792	1056
5	Labuapi	578	758	1336
6	Gerung	541	1010	1551
7	Kuripan	256	418	674
8	Lembar	382	312	694
9	Sekotong	205	153	358
10	Lingsar	214	279	493
Jumlah		3978	4384	8362

Dari Data diatas bisa dilihat Total Jumlah UMKM di Kabupaten Lombok Barat adalah 8362 (delapan ribu tigaratus enampuluhdua) yang terdiri dari 3978 yang masuk dalam katagori usaha formal (mempunyai ijin usaha dll) dan 4384 yang termasuk pengusaha informal, adapun yang masuk katagori pengusaha skala menengah adalah 18 pelaku usaha, jika dipersentasekan maka jumlah pengusaha UMKM di Kabupaten

Lombok Barat adalah sebesar 1,153 persen dari Total Jumlah penduduk (Berdasarkan data BPS; total jumlah penduduk Kab.Lobar sebesar 724.744 jiwa), secara konsensus, jumlah ideal pelaku usaha di suatu wilayah jika ingin maju adalah harus lebih dari 8 persen dari rasio Jumlah penduduknya. Dari data diatas juga bisa ketahui bahwa total pelaku usaha yang berada pada katagori usaha formal lebih sedikit dari usaha non formal, ini adalah pekerjaan rumah yang harus dipikirkan dengan serius karena setelah berhasil menumbuhkembangkan jumlah pelaku usaha, berikutnya adalah bagaimana membuat para pelaku usaha tersebut bisa naik kelas (*scale up*) sehingga serapan tenaga kerja bisa lebih banyak dan tentu saja para pelaku usaha ini bisa bersaing di tingkat nasional maupun internasional.

Dari beberapa fakta di atas, memberi gambaran bahwa ada persoalan yang menjadi penghambat dari berkembangnya UMKM yang ada di Kabupaten Lombok Barat sehingga belum maksimal menggerakkan perekonomian masyarakat secara luas, sehingga dapat keluar dari lingkaran kemiskinan. Atau ada potensi lokal serta peluang lain yang belum maksimal digerakan untuk kemajuan ekonomi lokal sehingga belum dapat menggerakkan ekonomi masyarakat.

Menggeliatnya pembangunan di daerah Lombok Barat yang seharusnya bisa memicu lahirnya pengusaha-pengusaha UMKM yang baru untuk dapat bertumbuh dengan cepat, karena dengan meningkatnya jumlah pengusaha UMKM otomatis juga akan mampu mendongkrak pendapatan asli daerah (PAD), maka diperlukan kerjakeras dari semua pihak sehingga cita-cita yang terangkum dalam Visi Kabupaten Lombok Barat bisa terealisasi sehingga pembangunan ekonomi yang ada di daerah ini bisa dirasakan oleh semua masyarakat. Berdasarkan Latar Belakang diatas maka dirasa perlu untuk melakukan penelitian dengan tema “Strategi Bertumbuh (*scale up*) Pelaku Usaha UMKM Kabupaten Lombok Barat dalam Upaya Untuk Meningkatkan Kesejahteraan”

Adapun ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah pada alternatif strategi-strategi yang bisa dilakukan oleh Pelaku UMKM Kabupaten Lombok Barat agar mereka bisa bertumbuh (*scale Up*) dalam rangka untuk meningkatkan kesejahteraannya. Adapun Tujuan Penelitian ini adalah untuk Mengetahui Bagaimana Startegi Bertumbuh (Scale Up) Pelaku Usaha UMKM Kabupaten Lombok Barat dalam upaya untuk meningkatkan Kesejahteraan.

Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sendiri memiliki beberapa versi. menurut Undang-Undang Nomer 20 Tahun 2008, Klasifikasi UMKM Didasarkan atas kekayaan dan hasil penjualan selama satu tahun. Kriteria Usaha kecil sebagai berikut :

- a. Usaha mikro adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300.000.000 (tigaratus juta)
- b. Usaha Kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000, sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan dan Memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- d. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000.,00 (dua Milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00(Lima puluh milyar rupiah).

Definisi UKM yang lain dikembangkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. Kedua Lembaga ini menggunakan tenaga kerja sebagai dasar klasifikasi. Usaha Kecil adalah Usaha yang memiliki tenaga kerja 5 hingga 19 Orang. Sedangkan uaha menengah adalah usaha yang memperkerjakan 20 sampai 99 orang. Hal tersebut terjadi mengingat klasifikasi UKM yang didasarkan pada jumlah tenaga kerja lebih mudah dihitung daripada kekayaan maupun hasil penjualan, maka klasifikasi ini lebih banyak digunakan (Fitriani, Muhammad Ali, et al., 2021).

1. Asas Dan Prinsip Pemberdayaan

Berdasarkan perundang-undangan, UMKM dalam menjalankan kegiatan pemebrdayaan usahanya didasari oleh asas-asas sebagai berikut :

- a. Asas Kekelurgaan, yaitu asas yang melandasi upaya pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasarkan atas dasar demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan, kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional untuk kesejahteraan seluruh rakyat indonesia
- b. Asas Demokrasi Ekonomi, yaitu pemberdayaan UMKM diselenggarakan sebagai kesatuan dari pembangunan ekonomi nasional untuk mewujudkan kemakmuran rakyat
- c. Asas Kebersamaan, yaitu asas yang mendorong peran seluruh UMKM dan dunia usaha secara bersama-sama dalam kegiatannya untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat

- d. Asas efisiensi berkeadilan, yaitu asas yang mendasari pelaksanaan pemberdayaan UMKM dengan mengedepankan efisiensi berkeadilan dalam usaha untuk mewujudkan iklim usaha yang adil, kondusif dan berdaya saing
- e. Asas berkelanjutan, yaitu asas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pemberdayaan UMKM yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri
- f. Asas berwawasan lingkungan, yaitu asas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup
- g. Asas Kemandirian, yaitu asas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap menjaga dan mengedepankan potensi, kemampuan dan kemandirian UMKM
- h. Asas Keseimbangan kemajuan, adalah asas pemberdayaan UMKM yang berupaya menjaga keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional
- i. Asas kesatuan Ekonomi Nasional, adalah asas pemberdayaan UMKM yang merupakan bagian dari pembangunan ekonomi nasional.

2. Peran dan Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian

Peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia dapat dilihat dari kedudukannya saat ini dalam dunia usaha, Urata membagi kedudukan UMKM sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi berbagai sektor, penyedia lapangan kerja terbesar, pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi daerah dan pemberdayaan masyarakat, serta pencipta pasar baru dan inovasi (Windi Ulfa, 2021). Di Indonesia UKM, memiliki peran yang sangat penting masyarakat menyadari daya tahan UKM terhadap krisis ekonomi tahun 1998 misalnya. Hal ini terjadi karena sifat UKM yang sangat fleksibel dibandingkan dengan perusahaan besar. (Fitriani, Ali, et al., 2021) menyebut UKM mampu menghadapi turbolensi ekonomi makro maupun perubahan kondisi ekonomi dengan baik. Lebih jauh, peran-peran penting UKM di Indonesia. Beberapa perannya yaitu :

- a. Penyedia kesempatan kerja
- b. Pemain penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengembangan masyarakat
- c. Pencipta pasar dan inovasi melalui fleksibilitas dan sentivitasnya serta keterkaitan dinamis antar kegiatan perusahaan.
- d. Memberikan kontribusi terhadap ekspor non migas.

Berbagai peran UKM tersebut tentu saja tidak terpisah satu sama lain lainnya, akan tetap saling terkait, sebagai contohnya, peran UKM dalam penyerapan tenaga kerja tentu saja tidak dapat dipisahkan dari pengembangan ekonomi lokal. Begitu juga UKM yang mampu melakukan ekspor, tentu saja pelaku UKM tersebut akan memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal secara tidak langsung (Fathoni, 2020)

3. Karakteristik UMKM

Usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut (Barakah, 2021).

Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharap untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
- g. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.

Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahan-kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah (Hidayani & Sagara, 2022). Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.

4. Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- a. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia
- b. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
- c. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
- d. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya
- e. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

1) Faktor Internal

Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:

- a. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
- b. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
- c. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil.
- d. Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih. Dari kedua faktor tersebut muncullah kesenjangan diantara faktor internal dan eksternal, yaitu disisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping lainnya sudah siap dengan pemberian kredit, tapi UMKM mana yang diberi, karena berbagai ketentuan yang harus dipenuhi oleh UMKM. Disisi lain UMKM juga mengalami kesulitan mencari dan menentukan lembaga mana yang dapat membantu dengan keterbatasan yang mereka miliki dan kondisi ini ternyata masih berlangsung meskipun berbagai usaha telah diupayakan untuk memudahkan bagi para pelaku UMKM memperoleh kredit, dan ini telah berlangsung 20 tahun. Pola yang ada sekarang adalah masing-masing lembaga/institusi yang memiliki fungsi yang sama tidak berkoordinasi tapi berjalan sendiri-sendiri, apakah itu perbankan, BUMN, departemen, LSM, perusahaan swasta. Disisi lain dengan keterbatasannya UMKM menjadi penopang perekonomian menjadi roda perekonomian menjadi kenyataan

5. Scale Up

Scale up secara bahasa dapat diartikan sebagai meningkatkan, menaikkan atau mengembangkan. Scale up merupakan lanjutan dari start up (El Amady, 2021). Hugo Messer menyebutkan bisnis tak hanya butuh start up, tapi juga scale up. Memulai bisnis (start up) jauh lebih mudah, daripada membesarkan bisnis itu sendiri (scale up). Scale Up dalam bisnis adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (MAKKULAU, 2022). Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Tahapan Scale Up dalam melakukan scale up atau pengembangan usaha bisnis, pada umumnya akan melakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Memiliki Ide Bisnis Bisnis apapun yang akan dilakukan scale up oleh seorang wirausaha muslim, pada mulanya berasal dari suatu ide bisnis, ide usaha bisnis yang dimiliki oleh seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Salah satunya dapat dilakukan dengan cara pengamatan terhadap keberhasilan bisnis orang lain.
- b. Penyaringan Ide/ Konsep Bisnis Ide bisnis masih merupakan gambaran yang kasar mengenai bisnis yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha. Pada tahap selanjutnya, wirausaha muslim harus menerjemahkan ide bisnis tersebut kedalam kondep bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide usaha-usaha

- tersebut dapat dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide bisnis secara formal (malalui studi kelayakan) maupun yang dilakukan secara informal (misalnya melalui focus group discussion)
- c. Scale Up Rencana Bisnis (Business Plan) Wirausaha muslim sebagai orang yang mampu menggunakan sumber daya ekonomi (uang, tenaga kerja, material, dan lain sebagainya) untuk memperoleh keuntungan harus bisa mengembangkan bisnisnya dalam perhitungan proyeksi rugi-laba (proforma income statement) dari bisnis yang akan di jalankan. Proses penyusunan scale up, harus ada penambahan perbedaan yang jelas antara apa yang ingin dicapai dari rencana bisnis hingga proses scale up bisnis
 - d. Implementasi Scale Up dan Pengendalian Bisnis. Scale Up bisnis yang telah dibuat, baik secara rinci maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan, rencana scale up bisnis menjadi panduan seorang wirausaha muslim dalam bertindak. Pengendalian bisnis menjadi bagian penting dari implementasi scale up, dimana dengan adanya evaluasi bisnis target dari seorang wirausaha dapat diketahui.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif. Fokusnya adalah penggambaran secara menyeluruh tentang bagaimana alternatif-alternatif strategi untuk bertumbuh atau scale up bagi pelaku usaha UMKM yang paling sesuai di Kabupaten Lombok Barat. Hal ini sejalan dengan pendapat Bogdan dan Taylor (Wandasari, 2017) yang menyatakan "*metodologi kualitatif*" sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dengan kata lain, penelitian ini disebut penelitian kualitatif karena merupakan penelitian yang tidak mengadakan perhitungan. Bogdan dan Taylor menambahkan (Moleong, 2010) metode deskriptif adalah berupa kata-kata tertulis atau lisan dari fenomena sosial yang diamati baik dengan observasi, wawancara maupun dokumentasi yang relevan.

Penelitian deskriptif dimaksudkan dalam membuat deskripsi mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian di lapangan. (SUMAH et al., 2020) menjelaskan penelitian deskriptif sebagai penelitian yang berusaha menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi penelitian ini juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Penelitian tidak sampai mempersoalkan jalinan hubungan antar *variable* yang ada; tidak dimaksudkan untuk menarik generalisasi yang menjelaskan asosiasi variabel-variabel yang menyebabkan sesuatu gejala atau kenyataan sosial (Wibawa et al., 2021).

Berdasarkan uraian tersebut dapat dikemukakan bahwa penelitian kualitatif berusaha mendeskripsikan objek penelitian terkait bagaimana strategi pertumbuhan dan pengembangan yang sesuai di Kabupaten Lombok Barat berdasarkan data dan fakta sebenarnya, serta berupaya menganalisisnya melalui konsep-konsep yang telah dikembangkan sebelumnya. Peneliti dalam hal ini bertindak sebagai insturmendalam memecahkan permasalahan penelitian.

Objek penelitian adalah pelaku usaha sentra (klaster) UMKM yang ada di Kabupaten Lombok Barat berdasarkan fakta dan data serta berusaha menghubungkan kejadian-kejadian atau objek penelitian sekaligus menganalisa berdasarkan konsep-konsep yang telah dikembangkan sebelumnya sehingga memudahkan peneliti dalam memecahkan masalah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Lombok Barat adalah Kabupaten yang mentikberatkan pendapatannya dari sektor Pariwisata, hal ini mengingat bahwa banyak sekali spot-spot wisata yang dimiliki oleh Kabupaten ini, ada bebrapa tempat wisata yang sangat terkenal sampai ke Manca Negara seperti kawasan wisata Senggigi dan Sekotong, tetapi pada kenyataannya sektor pariwisata adalah sektor yang paling sensitive terhadap situasi seperti bencana Alam, pandemi maupun isu keamanan. Sehingga Kabupaten Lombok Barat tidak boleh terlalu bergantung pada sektor ini, salah satu sektor yang berpeluang memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian Lombok Barat adalah UMKM, tetapi masalah yang sering terjadi adalah banyak dari pelaku mikro dan kecil tersebut itu tidak berhasil naik kelas / scale up.

Dari penelitian yang dilakukan ada beberapa hal yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha mikro dan Kecil untuk bisa scale up diantaranya adalah :

1. Peran aktif pemerintah Daerah Lombok Barat

Setelah melakukan pengamatan dan mewancarai beberapa pelaku Usaha Mikro, kecil dan menengah kami mendapatkan bahwa peran aktif pemerintah daerah untuk mengembangkan para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah masih dirasakan sangat minim, terbukti dari sedikitnya pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah Daerah Lombok Barat ditingkat RT, RW, Dusun Maupun Desa. Selama ini walaupun ada pelatihan untuk para pelaku usaha lebih banyak dilakukan oleh perguruan tinggi itupun intensitasnya sangat jarang, sekitar 4 bulan sekali.

Selain itu intervensi dalam rangka memberikan perlindungan oleh Pemerintah Daerah terhadap para pelaku usaha masih dirasakan sangat minim, ditengah gempuran toko retail modern seperti Indomart dan

Alfamart dari sekian barang-barang yang dijual berupa makanan ringan (snack) tidak ada satupun dari makanan ringan tersebut yang diproduksi oleh pelaku UMKM di daerah Kabupaten Lombok Barat. Padahal Pemerintah bisa saja membuat aturan bagi para Retail Modern tersebut, misalnya retail modern bisa masuk kewilayah Lombok Barat dengan persyaratan dari sekian produk makanan ringan yang dijual 20 persenya harus produk Lokal setempat. Kemitraan retail modern dengan UMKM harus benar-benar dilaksanakan, sehingga hadirnya banyak retailnya modern bisa memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM Lombok Barat.

2. Membangun Ekosistem Entrepreneur

Salah satu prasyarat kedua untuk membuat pelaku UMKM adalah dengan membangun ekosistem kewirausahaan. minat generasi muda untuk terjun ke dunia usaha di Kabupaten Lombok Barat masih kecil, sehingga semua kalangan harus mampu membangun ekosistem wirausaha dengan baik. ekosistem kewirausahaan” adalah bersatunya berbagai komponen, baik itu SDM (Sumber Daya Manusia), fasilitas, regulasi dan berbagai hal lainnya dalam membentuk sebuah kultur bisnis dan berjalan dalam sebuah sistem ekonomi bertumbuh. Pentingnya membangun Ekosistem Kewirausahaan itu adalah untuk memberikan pengaruh kepada generasi muda Kabupaten Lombok Barat agar supaya pola pikir atau mindset para generasi muda yang kebanyakan berorientasi menjadi PNS maupun Karyawan beralih menjadi Wirausahawan. Jika minat para generasi muda untuk berwirausaha semakin meningkat dengan sendirinya UMKM Lombok Barat bisa Scale up karena anak-anak muda mempunyai tenaga, pikiran dan inovasi yang lebih kreatif dibandingkan dengan orang tua.

3. Penguasaan Teknologi Digital

Berdasarkan pengamatan kami dilapangan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kabupaten Lombok Barat didominasi Oleh Masyarakat dalam kelompok Umur 40-65 tahun, tentu saja ini membuat Scale up usaha menjadi terhambat, karena pada saat umur 40 tahun ke atas secara manusiawi sulit bagi para pelaku usaha untuk bisa belajar dengan maksimal hal-hal yang bersifat teknologi baru. Sedangkan kita mengetahui para saat sekarang ini, pengusahaan teknologi digital mutlak diperlukan untuk berbisnis. Penguasaan teknologi digital bukan hanya digunakan untuk mempromosikan produk, tetapi juga bisa digunakan untuk memluas pasar, membangun jaringan usaha dan tentu saja menjual produk dengan tanpa Batasan wilayah dan daerah.

KESIMPULAN

Secara makro ekonomi, Kabupaten Lombok Barat khususnya memiliki pertumbuhan ekonomi yang cukup baik. Daerah Lombok Barat memiliki berbagai potensi ekonomi yang dapat digerakan untuk mensejahterakan masyarakat secara lebih luas melalui usaha UMKM selain itu juga, secara geografis Kabupaten Lombok Barat memiliki kualitas dan kapasitas kawasan pariwisata yang memadai dan pembangunan sedang dipacu Disamping itu juga banyak sekali hasil alam yang bisa berpotensi untuk dikembangkan, hasil alam itu berupa berbagai jenis sayur-sayuran, buah-buahan, sumber laut yang kaya dengan jenis ikan, mutiara, rumput laut dan lain sebagainya.

Adapun kesimpulan yang kami dapatkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Dalam meningkatkan kualitas UMKM, kendala yang dihadapi adalah kurang tersedianya mentor yang bersedia membimbing bisnis bagi calon pengusaha baru. Pemerintah baru sekedar melakukan pelatihan bisnis belum dilakukan pengawalan secara mendalam.
2. Belum bersinerginya antara pelaku usaha dengan pemerintah berkaitan dengan program peningkatan kapasitas usaha.
3. Belum terbentuknya *informal leader* yang mampu merubah mind set berpikir masyarakat. Informal leader dalam konteks ini adalah tokoh-tokoh agama (tuan guru) dan tokoh masyarakat, untuk mendorong perilaku maju masyarakatnya.

Dalam meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan UMKM perlu dilakukan beberapa hal sebagai berikut :

1. Sinergi antara pemerintah dan pelaku usaha dalam mengelola potensi sumber daya yang dimiliki, sinergi ini bisa berbentuk peraturan yang bisa mengintegrasikan antara pelaku usaha besar dengan pelaku usaha UMKM
2. Pelatihan dan Pembinaan serta pendampingan para pelaku usaha UMKM dengan konsisten demi meningkatnya kualitas produk yang berdaya saing dan bisa menembus pasar yang lebih luas
3. Perlu peran lebih jauh lembaga-lembaga pendidikan maupun *informal leader* dalam merubah *mind set* masyarakat terutama tentang wirausaha sehingga masyarakat mampu untuk melihat kesempatan dan peluang yang ada

4. Dalam meningkatkan jumlah pengusaha-pengusaha baru perlu diperbanyak mentor-mentor bisnis yang akan mendampingi pengusaha baru dalam membesarkan usahanya. Tidak sekedar memberi pelatihan manajemen usaha semata

REFERENSI

- Aristeus, S. (2014). Peluang industri dan perdagangan Indonesia dalam pelaksanaan masyarakat ekonomi ASEAN. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 3(2), 145–162.
- Barakah, N. M. (2021). Pengaruh Peran Pembiayaan Mudharabah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Bni Syariah Cabang Medan. *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 2(1), 1–14.
- El Amady, M. R. (2021). *Manajemen Konflik Sumber Daya Alam Penanganan Konflik Secara Detail Cepat Dan Tepat Berbasis Pengalaman 13 Tahun*. Deepublish.
- Fathoni, M. A. (2020). Potret industri halal Indonesia: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428–435.
- Fitriani, L., Ali, M., & Maniza, L. H. (2021). Efektivitas Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dimasa Pandemi Covid-19 Tahun 2020 Pada Dinas Koperasi Dan UKM Povinsi NTB. *Journal of Applied Business and Banking (Jabb)*, 2(1), 46–65.
- Fitriani, L., Muhammad Ali, & Lalu Hendra Maniza. (2021). Efektivitas Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dimasa Pandemi Covid-19 Tahun 2020 Pada Dinas Koperasi Dan Ukm Povinsi Ntb. *Journal Of Applied Business And Banking (Jabb)*, 2(1).
- Handayani, T. (2015). Relevansi lulusan perguruan tinggi di Indonesia dengan kebutuhan tenaga kerja di era global. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 10(1), 53–64.
- Hidayani, S., & Sagara, M. (2022). Analisis Peranan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal SIKAP (Solusi Ilmiah Kebijakan Dan Administrasi Publik)*, 8(02), 24–31.
- Ilyas, M., Ma'rufi, M., & Nisraeni, N. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan Matematika*. Pustaka Ramadhan.
- MAKKULAU, N. F. Z. (2022). *ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA (STUDI PADA USAHA KECIL MENENGAH SINAR MENTARI) DI KELURAHAN SUDIANG KECAMATAN BIRINGKANAYA KOTA MAKASSAR*.
- Moleong, L. (2010). J.(2000) Metodologi Penelitian Kualitatif. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- SUMAH, R. I. S., LENGKONG, F., & PLANGITEN, N. (2020). Implementasi Kebijakan Penertiban Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Taman Kesatuan Bangsa Kota Manado. *Jurnal Administrasi Publik*, 6(89).
- Wandasari, Y. (2017). Implementasi gerakan literasi sekolah (GLS) sebagai pembentuk pendidikan berkarakter. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 2(2), 325–342.
- Wibawa, A. P., Bangsa, P. G., Wahyuni, M., Karnadi, H., Hadi, U., Widyo Harsanto, P., Maharsi, I., Fx Widyatmoko, W., Ariani, A., & Setya Darmawan, Y. (2021). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL: Multi Peran Desain Komunikasi Visual Dalam Perkembangan Disiplin Ilmu dan Teknologi*. BP ISI Yogyakarta.
- Windi Ulfa, W. (2021). *Pengaruh Teknologi Informasi, Karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Perkembangan Usaha kecil Dan Menengah Di Sidoarjo*. Universitas 17 Agustus 1945.