

UMKM DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN

Buku ini berjudul UMKM dalam Perspektif Manajemen disusun untuk memberikan pengalaman praktis kepada para pelaku UMKM atau industri kreatif yang ingin mengembangkan usahanya. Buku ini bermaksud menjembatani beberapa penanganan UMKM/industri kreatif dengan memberikan tuntunan dari hasil 5 penelitian yang didanai oleh Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Program Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri Program Penelitian Desentralisasi di Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2022. Objek pembahasan lebih fokus pada UMKM atau Industri Kecil dengan topik Business Model Innovation (BMI), Entrepreneur Competency, Behavioral Finance, Entrepreneur Behavioral, Creative dan Innovative.

Sudarnice, S.Pd., M.M., CHRMP., CNCP., CLMA, dkk

UMKM DALAM PERSPEKTIF
MANAJEMEN

Penulis:
Sudarnice, S.Pd., M.M., CHRMP., CNCP., CLMA
Hendrik, S.Pd., M.M
Andry Stepahnie Titing, S.IP, M.SC
Phradiansah, S.Sos, M.M
La Sudarman, S.Pd., M.M
Supiani, S.Pd., M.M

UMKM DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN



Penerbit YPSIM

+62 8159 5168 18

ypsimbanten@gmail.com

Ypsim Banten

www.ypsimbanten.com

Kavling Muntlil Blok A. 12, Ciracas
Kota Serang Provinsi Banten



UMKM DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN

PENULIS :

Sudarnice, S.Pd., M.M., CHRMP., CNCP., CLMA

Hendrik, S.Pd., M.M

Andry Stepahnie Titing, S.IP, M.SC

Phradiansah, S.Sos, M.M

La Sudarman, S.Pd., M.M

Supiani, S.Pd., M.M



UMKM DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN

2022 I 00413

Penulis

Sudarnice, S.Pd., M.M., CHRMP., CNCP., CLMA I Hendrik, S.Pd., M.M
Andry Stepahnie Titing, S.IP, M.SC I Phradiansah, S.Sos, M.M I La
Sudarman, S.Pd., M.M I Supiani, S.Pd., M.M

Editor

Abdul Rosid, SE

ISBN: 978-623-457-072-4

Desain Sampul

Lukas Liani, S.Psi.

Layout

Asep Nugraha, S.Hum.
Cetakan Pertama Oktober 2022
vii + 79 hlm ; 17.6 x 25 cm

Penerbit

Yayasan Pendidikan dan Sosial
Indonesia Maju (YPSIM) Banten
Kavling Aji Said – Muntil Permai
Blok A.12 Lingkungan Muntil
Kota Serang Provinsi Banten
E-mail: Ypsimbanten@gmail.com
Website : www.ypsimbanten.com
WhatsApp: 0815 9516 818
ANGGOTA IKAPI No. 039/BANTEN/2020
(IKATAN PENERBIT INDONESIA)

*Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-undang Dilarang mengutip atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk
apapun juga tanpa izin tertulis dari Penulis dan Penerbit*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap Puji Syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan bimbingan hingga buku ini telah tersusun sebagaimana yang kami rencanakan. Buku ini merupakan kompilasi dari 5 artikel hasil penelitian dilaksanakan oleh beberapa dosen yang mendapatkan bantuan dana penelitian dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Program Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri Program Penelitian Desentralisasi di Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2022 Pelaksanaan penyusunan book chapter ini merupakan suatu upaya untuk senantiasa menjadi pengalaman praktis kepada para pelaku usaha atau UMKM yang ingin mengembangkan usahanya. Buku ini juga bermaksud menjembatani beberapa permasalahan pelaku usaha atau UMKM termasuk industri kreatif. Selanjutnya kami memilah gagasan dari hasil penelitian pada UMKM atau industry kecil dengan tema diantaranya yaitu *Business Model Innovation (BMI)*, *Entrepreneur Competency*, *Behavioral Finance*, *Entrepreneur Behavioral*, *Creative* dan *Innovative*. Tema ini sangat menarik untuk dijadikan referensi dalam meningkatkan kinerja UMKM atau industri kreatif.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT, sehingga buku ini pun tidaklah sempurna. Atas ketidaksempurnaan ini, kami mengucapkan permohonan maaf berikut saran dan kritik sangat kami harapkan. Terima kasih atas semua pihak yang turut berkontribusi atas terbitnya buku ini. Semoga Allah SWT melimpahkan keberkahan kepada kita semua. Amin.

Kolaka, 10 Oktober 2022

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi

BAB 1 PENINGKATAN KINERJA UMKM DI KABUPATEN BUTON SELATAN MELALUI PERAN MEDIASI ENTERPRENEUR COMPETENCY DAN BEHAVIORAL FINANCE.....	1
A. Introduction.....	1
B. Literature Review	2
C. Research Methods	6
D. Results.....	7
BAB 2 PENGEMBANGAN BUSINESS MODEL INNOVATION (BMI) PADA UKM DI KABUPATEN KALOKA DENGAN PENDEKATAN KONFIGURASI.....	15
A. Pendahuluan	15
B. Tinjauan Pustaka.....	17
C. Metodologi.....	19
D. Hasil Dan Pembahasan	20
E. Kesimpulan.....	23
BAB 3 STRATEGI PENINGKATAN UMKM KREATIF DIWILAYAH TERDAMPAK AKTIFITAS PENAMBANGAN NIKEL MELALUI PEMANFAATAN CSR PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI KECAMATAN POMALA.....	27
A. Latar Belakang	27
B. Kajian Pustaka	29
C. Metode Penelitian.....	30
D. Hasil Dan Pembahasan	31
E. Kesimpulan.....	38
BAB 4 PERAN GENDER TERHADAP ENTREPRENEUR BEHAVIOR DAN KEMUDAHAN AKSES PERMODALAN DALAM UPAYA MENDORONG KINERJA UMKM KABUPATEN MUNA.....	41
A. Introduction.....	41
B. Literature Review	43
C. Research Methods	45
D. Results.....	47

BAB 5 PERANAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGUATAN KREATIVITAS INOVASI ENTREPRENUER PADA EKONOMI KREATIF SUB SEKTOR KULINER KOTA KEDARI	55
A. Pendahuluan	55
B. Peranan Pemerintah Daerah	57
C. Metode Penelitian.....	59
D. Hasil Dan Pembahasan	61
E. Pembahasan Dan Analisis	73
F. Kesimpulan.....	76
CURICULUM VITAE	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Validitas Dan Reliabilitas Konstruk.....	8
Tabel 1.2 Result For Outher Loadings.....	8
Tabel 1.3 Nilai R – Square	9
Tabel 1.4 Hasil Path Coefficients.....	10
Tabel 2.1 Hypothesis Test And Model Fit.....	21
Tabel 2.2 Intermediate Solutions Of High BMI	22
Tabel 3.1 Daftar Nama Perusahaan Pertambangan Di Kecamatan Pomala	31
Tabel 3.2 Pemetaan Konsep Strategi.....	32
Tabel 3.3 Identifikasi Konsep Dan Strategi	33
Tabel 3.4 Analisis Penerapan Strategi	34
Tabel 3.5 Identifikasi Konsep Dan Strategi	34
Tabel 4.1 Perkembangan Jumlah UMKM Kabupaten Muna.....	42
Tabel 4.2 Validitas Dan Reliabilitas Konstruk.....	47
Tabel 4.3 Result For Outher Loadings.....	48
Tabel 4.4 Nilai R – Square	49
Tabel 4.5 Hasil Path Coefficients.....	49
Tabel 4.6 Hasil Path Coefficients Tidak Langsung Mediasi.....	51
Tabel 5.1 Ekonomi Kreatif 17 Sub Sektor Kota Kendari	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah UMKM Di Indonesia	1
Gambar 1.2 Hasil Inner Loading (Boots Strapping)	9
Gambar 4.1 Hasil Inner Loading (Boots Strapping)	48
Gambar 5.1 Beberapa Industri Kreatif Sektor Kuliner Di Kota Kendari ...	62
Gambar 5.2 Menparekraf Sandiaga Uno Di Kendari.....	73

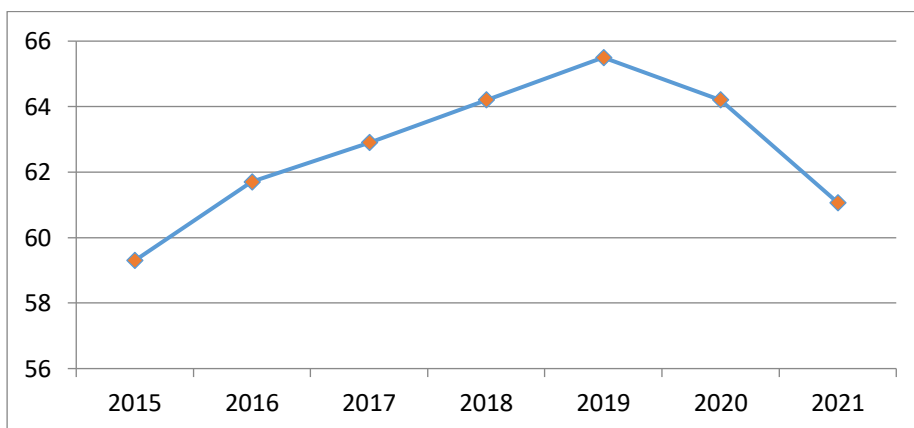
BAB 1

PENINGKATAN KINERJA UMKM DI KABUPATEN BUTON SELATAN MELALUI PERAN MEDIASI ENTREPRENEUR COMPETENCY DAN BEHAVIORAL FINANCE

A. Introduction

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang memiliki peran penting dalam peningkatan perekonomian bahkan UMKM menjadi salah satu penyokong gerak perekonomian di Indonesia. Menurut Mustikasari & Noviardy, (2020) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah tonggak perekonomian Indonesia.

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah UMKM di Indonesia



(Sumber : Kemenkop dan UKM Tahun 2022)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, bahwa jumlah total unit UMKM di Indonesia dari tahun ketahun terus bertambah, akan tetapi di tahun 2020 dan 2021 jumlah UMKM mengalami penurunan karena adanya pandemic Covid-19, sedangkan berdasarkan informasi dari Bupati Buton Selatan, data UMKM Kab. Buton Selatan mengalami perkembangan selama pandemik Covid-19 dengan jumlah 5.253 dan memiliki potensi untuk dikembangkan atas kerjasama pihak bank dan pemerintah dengan berbagai potensi sumber daya terutama pada sektor pariwisata. Selain itu kami memilih Kabupaten Buton Selatan karena Kabupaten ini merupakan Kabupaten Pemekaran Baru namun jiwa Entrepreneur Competency sangat tinggi. Oleh karena itu,

penting untuk menyelidiki pengaruh keuangan bank dan pemerintah dalam peningkatan kinerja UMKM atau ada faktor dimediasi Entrepreneur Competency dan Behavioral Finance.

Kompetensi kewirausahaan adalah “kemampuan seorang wirausahawan dalam memperoleh, menggunakan, dan mengembangkan sumber daya untuk tujuan bisnis dalam konteks tertentu”(Mitchelmore & Rowley, 2010). Kompetensi wirausaha juga dapat membantu pemilik-manajer untuk mengatasi masalah perusahaan dengan cara yang unik sehingga pengusaha dengan kompetensi tingkat tinggi dapat mengekstrak peluang dari masalah (Lau, & Chan, 2002), sehingga berkontribusi positif terhadap kinerja UMKM (Bhutta & Ali Shah, 2015).

Aribawa (2016) menyatakan bahwa kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang di capai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam perusahaan dan pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standar dari perusahaan yang individu bekerja. Dengan demikian, kinerja UMKM dalam penelitian ini diukur dari segi keuntungan, pekerjaan tambahan, anggaran sosial, dan produk nilai tambah tambahan (Sefiani, 2013).

Oleh karena itu, tujuan khusus dibahas oleh penelitian ini adalah; (1) Untuk menguji pengaruh keuangan bank terhadap kinerja UMKM; (2) Untuk mengetahui pengaruh keuangan bank terhadap kompetensi wirausaha; (3) Untuk mempelajari pengaruh kompetensi wirausaha terhadap kinerja UMKM; (4) Untuk menguji pengaruh mediasi kompetensi wirausahawan terhadap hubungan keuangan bank dengan kinerja UMKM; dan (5) Untuk menguji pengaruh mediasi keuangan perilaku pada hubungan antara dukungan pemerintah dan kinerja UMKM

Urgensi dari penelitian ini nanti akan menemukan wawasan terperinci tentang upaya peningkatan kinerja UMKM dengan mengidentifikasi kondisi yang saat ini sangat mempengaruhi UMKM yang ada di Kabupaten Buton Selatan seperti jumlah UMKM yang memperoleh pendanaan dari Bank dan Pemerintah. Oleh karena itu, studi ini membahas tentang kinerja UMKM di Kabupaten Buton Selatan melalui peran mediasi Entrepreneur Competency dan Behavioral Finance terhadap hubungan keuangan bank dan Pemerintah yang lebih mengarah pada Pengembangan UMKM.

B. Literature Review

Para peneliti di sektor UMKM membahas berbagai faktor yang menentukan kinerja. Beberapa faktor yang ditekankan dalam penelitian ini adalah layanan keuangan bank, dukungan pemerintah, kompetensi wirausahawan,

dan keuangan perilaku (Yazdanfar & hman, 2015). Mengukur ini faktor sulit sehingga variabel yang diamati harus diidentifikasi untuk menentukan setiap variabel laten. Untuk setiap variabel laten dalam studi, variabel yang diamati terkait diidentifikasi dan dikonfirmasi melalui analisis faktor. Dalam proses mencapai tujuan penelitian, tinjauan literatur yang terkait dengan variabel utama dilakukan.

1. *Entrepreneur Competency*

Menurut Kyndt & Baert (2015), ada dua arti kunci yang terkait dengan istilah kompetensi yaitu kompetensi sebagai perilaku yang seorang individu menunjukkan; dan kompetensi minimal standar kinerja. Kompetensi juga dilihat sebagai karakteristik yang mendasari seseorang yang menghasilkan tindakan yang efektif dan/atau kinerja yang unggul dalam suatu pekerjaan beberapa dari atribut yang disebutkan juga termasuk kegigihan, pengetahuan diri, ketegasan, perencanaan, kemandirian, kemampuan untuk membujuk, dan mencari peluang (Kyndt & Baert, 2015). Selain itu, pengambilan risiko dan inisiasi juga diidentifikasi sebagai: ciri-ciri kompetensi wirausahawan yang berkontribusi pada kesuksesan UMKM. Atribut yang umum digunakan untuk mendefinisikan kompetensi wirausahawan adalah pengambilan risiko, persuasi, kemandirian, dan inisiasi (Draksler & Sirec, 2018).

Setelah mengidentifikasi atribut kompetensi wirausaha, tugas menantang berikutnya adalah pengukurannya. Untuk mengukur kompetensi kewirausahaan, peneliti menyarankan teknik yang berbeda. Misalnya, Smith dan Morse (2005) menyarankan penilaian laporan diri responden pada tingkat kompetensi mereka sendiri atau tingkat persetujuan dengan pernyataan terkait kompetensi. Karena Kompetensi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Gerli, Gubitta, & Tognazzo, 2011). Selain itu, Sarwoko, Surachman, Armanu, & Hadiwidjojo (2013) menemukan efek mediasi dari wirausahawan kompetensi terhadap kinerja UMKM. Dalam kedua studi, terungkap bahwa kompetensi wirausaha memainkan peran penting berperan dalam menentukan kinerja UMKM.

2. *Behavioral Finance*

Behavioral Finance adalah “studi tentang manusia yang menafsirkan bahwa menjelaskan mengapa dan bagaimana orang membuat keputusan yang tampaknya tidak rasional atau tidak logis ketika mereka menabung dan menginvestasikan uang mereka” (Belsky & Gilovich, 2010).

Selain itu, Raveendra, Singh, Singh, & Kumar (2018) menunjukkan bahwa komponen perilaku memiliki efek langsung atau tidak langsung pada keputusan keuangan UMKM. Apalagi Jude dan Adamou (2018) menyebutkan bahwa pilihan UMKM untuk mengajukan pinjaman bank adalah sangat dipengaruhi oleh perilaku operator. Oleh karena itu, fokus pada penggabungan keuangan perilaku sangat penting bagi wirausahawan dipengaruhi oleh perilaku ketika mereka memutuskan untuk menginvestasikan mengakses dana (Zhang & Cueto, 2017).

Behavioral finance memiliki pengaruh negatif yang kuat terhadap kinerja UMKM sehingga faktor *behavioral* membatasi investor dari membuat keputusan investasi yang rasional. Oleh karena itu, keuangan yang tersedia dapat mempengaruhi perilaku pengusaha (UMKM) yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja UMKM. Oleh karena itu, menggabungkan keuangan perilaku sangat penting bahwa pengambilan keputusan adalah dipengaruhi oleh aspek perilaku pengusaha ketika mereka membuat keputusan investasi (Zhang & Cueto, 2017).

Studi yang dilakukan oleh Singh (2018) di India mengungkapkan bahwa pemilik UMKM rentan terhadap perilaku dinyatakan sebagai atribusi diri, terlalu percaya diri, dan bias keengganan kehilangan. Namun, penelitian ini gagal menemukan bukti tentang kehadiran penahan sebagai perilaku keuangan pemilik perusahaan. Dalam penelitian ini karena fokus diberikan untuk menguji pengaruh perilaku terhadap kinerja UMKM. Indikator untuk mengukur perilaku keuangan adalah atribusi diri, terlalu percaya diri, keengganan kehilangan, dan penahan (Singh, 2018).

3. Keuangan Bank

Selain kompetensi wirausahawan, keuangan bank menjadi salah satu dari fokus penelitian ini. Ibor, Offiong, & Mendie (2017) menemukan pengaruh positif dan signifikan jasa keuangan bank terhadap operasional dan pertumbuhan UMKM. Akses mudah pada layanan keuangan membantu perusahaan yang kurang beruntung dan rentan seperti UMKM. Layanan keuangan bank yang biasanya diberikan kepada UMKM adalah pinjaman, sewa, dan letter of credit (Camara & Tuesta, 2014). Untuk menganalisis pengaruh layanan keuangan bank terhadap kinerja UMKM, penelitian ini difokuskan pada pinjaman, *letter of credit*, dan sewa. Di antara alternatif sumber keuangan eksternal untuk UMKM, bank pinjaman adalah salah satu saluran yang disetujui oleh bank dengan berbagai tingkat bunga tergantung pada jenis pinjaman (Nguyen, Babat, & Ngo, 2018). Berbagai penelitian

membuktikan bahwa jumlah pinjaman yang diberikan kepada perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan kinerja UMKM.

Bentuk lain dari jasa keuangan yang diberikan oleh komersial bank adalah leasing. Meskipun ada potensi besar untuk menggunakan leasing sebagai sumber dana, ada kelangkaan literatur terutama negara berkembang untuk memahami pengaruh leasing terhadap kinerja UMKM (Kraemer-Eis & Lang, 2012). Meskipun penting untuk UMKM, leasing telah menerima sedikit perhatian dalam literatur struktur modal UMKM. Pembiayaan sewa dan hutang perusahaan dianggap sebagai pengganti dalam beberapa literatur bahwa hubungan negatif ditemukan antara utang dan pembiayaan sewa. Namun, beberapa studi empiris menunjukkan bahwa pembiayaan bank komersial memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM (Offiong, & Mendie, 2017).

4. Dukungan Pemerintah

Faktor kinerja lain yang dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah dukungan pemerintah. Dukungan pemerintah sangat penting untuk kinerja UMKM. Sehubungan dengan itu, dukungan pemerintah dapat diekspresikan dari menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif hingga memotivasi sektor ini melalui penyediaan berbagai jasa seperti tempat, fasilitas pemasaran, dan lain-lain. Kecepatan pengembangan UMKM tergantung pada tingkat dukungan pemerintah (Zindiye, Chiliya, & Masocha, 2012). Dukungan pemerintah dalam hal keringanan pajak, motivasi (insentif), dan sesuai struktur pengawasan sangat penting untuk mendorong kinerja UMKM (Sefiani, 2013). Padahal intervensi langsung pemerintah tidak bisa satu-satunya faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, salah satunya adalah faktor utama. Perusahaan membutuhkan dukungan dari pemerintah dalam berbagai bentuk yang mencakup keuangan dan dukungan non-keuangan. Pemerintah dapat mendukung pengusaha dalam membangun platform yang memotivasi UMKM untuk berinovasi bersama-sama (Mckinney, 2010).

Selain itu, dukungan pemerintah untuk UMKM dapat diekspresikan dalam menciptakan lahan yang kondusif untuk sehat kompetisi. Menurut sebuah penelitian yang dilakukan oleh Zhu et al. (2012), beberapa area pendukung pemerintah yang mempengaruhi kinerja UMKM seperti yang dirasakan oleh pemilik-manajer adalah keadilan persaingan, peraturan perundang-undangan, dan beban pajak. Struktur, sebagai salah satu atribut untuk dukungan pemerintah, adalah pedoman otoritatif untuk perilaku sosial yang mencakup sistem, aturan, dan norma. Pemerintah dapat mendukung UMKM dalam menciptakan struktur dan pengaturan kelembagaan ini yaitu

nyaman bagi UMKM. Terlepas dari kondisi ekonomi, dukungan pemerintah memainkan peran besar dalam kinerja UMKM (Zindiye et al., 2012).

C. Research Methods

1. Jenis dan Tempat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah “explanatory research” atau penelitian yang bersifat menjelaskan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dengan maksud membenarkan atau memperkuat hipotesis dengan harapan, yang pada akhirnya dapat memperkuat teori yang dijadikan sebagai pijakan. Penelitian ini menekankan pada hubungan antar variabel penelitian dengan menguji hipotesis uraiannya mengandung deskripsi tetapi fokusnya terletak pada hubungan antar variabel. Adapun lokasi penelitian adalah UKM di Kabupaten Buton Selatan Provinsi Sulawesi Tenggara.

2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh UMKM yang mendapatkan bantuan dana dari Bank dan Pemerintah sebanyak 1.549 UMKM. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan karakteristik sampel yang memiliki hubungan dengan Bank, peneliti memilih 57 UMKM.

3. Sumber dan Jenis Data

Data ini diambil berdasarkan kuisioner yang dibagikan kepada responden. Adapun yang termasuk dalam data primer adalah tanggapan responden terhadap variabel empat variabel laten dari literatur yang ditinjau untuk memenuhi tujuan dari peneliti ini. Variabel tersebut adalah Entrepreneur Competency, Behavioral Finance, dukungan Pemerintah, dan keuangan bank.

Data sekunder adalah data yang telah diolah oleh orang atau lembaga lain yang telah dipublikasikan. Data tersebut diperoleh dari majalah-majalah, laporan instansi terkait maupun dari literatur-literatur yang ada meliputi: jumlah personil, struktur organisasi, dan deskripsi jabatan dan lain-lain.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampelnya menggunakan tipe nonprobability sampling dengan metode purposive sampling berupa:

Studi pustaka, metode ini digunakan untuk memperoleh data sekunder, yaitu meliputi data jumlah UMKM, identifikasi masalah UMKM dan masalah lain yang ada di Kabupaten Buton Selatan. Penyebaran kuisisioner, merupakan pengumpulan data secara langsung yang dilakukan dengan mengajukan daftar wawancara dan pertanyaan pada responden. Kuesioner dikirimkan secara langsung secara online kepada setiap pimpinan UMKM pada Kabupaten Buton Selatan Provinsi Sulawesi Tenggara . Data yang diperoleh dengan wawancara dan pemberian kuesioner bagi manajer atau pemilik UMKM dengan kriteria: 1) UMKM produktif yang memiliki potensi untuk dikembangkan oleh pihak Bank dan pemerintah, 2) Tahun pengamatan 2019-2021. Selanjutnya dilakukan analisis faktor dengan metode Principal Component Analysis dan Struktural Equatin Modelling (SEM) dengan program Partial Least Square (PLS), (Klin, 2015)

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor dengan metode *Principal Component Analysis*, dan juga menggunakan konsep Struktural Equatin Modelling (SEM) dengan program Partial Least Square (PLS). Menurut Klin, (2015) Analisis Partial Least Square (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel devenden berganda dan variabel indeviden berganda. PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang, dan multikolinearitas.

D. Results

Berdasarkan hasil analisis penelitian menggunakan metode PLS dan dibantu dengan Software SmartPLS 3.3. Model pengukuran outer model dengan indikator reflektif yang memiliki nilai validitas dan reliabilitas (*loading diatas 0,5*) dari konstruk yang diukur dengan convergent validity dan discriminant validity, sedangkan reliability konstruk diukur dengan composite reliability. Hasil pengujian model pengukuran dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Validitas dan Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's Al...	rho_A	Reliabilitas Ko...	Rata-rata Varia...
DP	0.579	0.584	0.778	0.539
EC	0.958	0.963	0.965	0.799
FB	0.926	0.930	0.944	0.773
KB	0.875	0.877	0.923	0.800
KUMKM	0.934	0.951	0.951	0.796

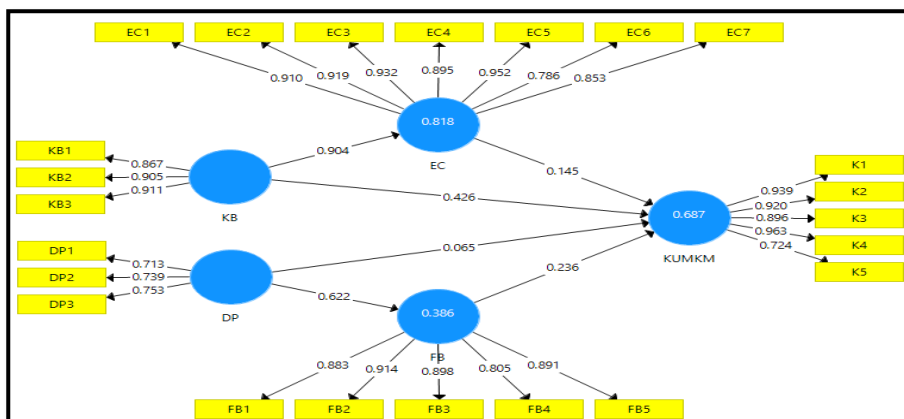
Hasil *Convergent validity* dilakukan dengan melihat item reliability (indikator valditas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor* >0,7 dikatakan valid, hasil *loading factor* dapat ditunjukkan pada tabel 1.2 berikut

Tabel 1.2 Result For Outer Loadings

	DP	EC	FB	KB	KUMKM
FB3			0.898		
FB4			0.805		
FB5			0.891		
K1					0.939
K2					0.920
K3					0.896
K4					0.963
K5					0.724
KB1				0.867	
KB2				0.905	
KB3				0.911	

Model ini dievaluasi dengan melihat r-square (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependendan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Semakin tinggi nilai r-square maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis adalah nilai *path coefficient*.

Gambar 1.2 Hasil inner loading (*bootstrapping*)



Analisis Variant (R^2) atau Uji Determinasi untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, nilai dari koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut:

Tabel 1. 3 Nilai R-square

	R Square	Adjusted R Sq...
EC	0.818	0.814
FB	0.386	0.375
KUMKM	0.687	0.663

Dari nilai r-square pada tabel 1.3 menunjukkan bahwa kontribusi yang jelaskan terhadap variabilitas kontrak kompetensi berwirausaha sebesar **81,8%**, dan sisanya sebesar **18,2%**, variabilitas kontrak perilaku keuangan sebesar **38,6%**, dan sisanya sebesar **61,4%** diterangkan oleh kontrak lainnya, dan variabilitas kontrak kinerja UMKM sebesar **68,7%**, dan sisanya sebesar **31,3%** diterangkan oleh kontrak lainnya selain yang diteliti dalam penelitian ini.

Selanjutnya untuk melihat nilai *path coefficient*, perlu dilakukan prosedur uji hipotesis dengan melakukan proses *bootstrapping*. Nilai pengujian hipotesis penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.4:

Tabel 1. 4 Hasil *Path Coefficients*

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sam...	Standar Devias...	T Statistik (j O/...
DP -> FB	0.622	0.635	0.081	7.684
DP -> KUMKM	0.065	0.056	0.160	0.407
EC -> KUMKM	0.145	0.085	0.237	0.610
FB -> KUMKM	0.236	0.288	0.213	1.111
KB -> EC	0.904	0.904	0.030	29.814
KB -> KUMKM	0.426	0.447	0.246	1.733

1. Hipotesis 1

Hipotesis pertama menguji pengaruh keuangan bank terhadap kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* keuangan bank terhadap kinerja UMKM sebesar **0,426** dan t-statistik yaitu sebesar **1,733**. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan, karena **>1.67** dengan p-value <0,05 sehingga **hipotesis pertama diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa keuangan bank memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Hipotesis kedua menguji pengaruh keuangan bank terhadap kompetensi wirausaha. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* keuangan bank terhadap kompetensi wirausaha sebesar **0.904** dan t-statistik sebesar **29,814**. Dari hasil tersebut didapatkan t-statistik signifikan, karena **>1.67** dengan p-value <0,05 sehingga **hipotesis kedua diterima**. Hal ini membuktikan bahwa keuangan bank terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kompetensi wirausaha.

Hipotesis ketiga menguji pengaruh kompetensi wirausaha terhadap kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* kompetensi wirausaha terhadap kinerja UMKM sebesar **0.145** dan t-statistik sebesar **0,61**. Dari hasil tersebut didapatkan t-statistik tidak signifikan, karena **< 1.67** dengan p-value <0,05 sehingga **hipotesis ketiga ditolak**. Hal ini membuktikan bahwa kompetensi wirausaha terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hipotesis empat menguji pengaruh mediasi kompetensi wirausahawan terhadap hubungan keuangan bank dan kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* antara variabel keuangan bank dan kinerja UMKM yang dimediasi oleh kompetensi wirausahawan sebesar **0,131** dan t-statistik sebesar **0.609** dengan p-value <0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada

pengaruh mediasi kompetensi wirausahawan terhadap hubungan keuangan bank dan kinerja UMKM.

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sam...	Standar Devias...	T Statistik (O/...	P Values
DP -> FB -> KUMKM	0.147	0.186	0.147	1.003	0.316
KB -> EC -> KUMKM	0.131	0.076	0.215	0.609	0.543

Hipotesis 5 menguji pengaruh mediasi perilaku keuangan pada hubungan antara dukungan pemerintah dan kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* antara hubungan antara dukungan pemerintah dan kinerja UMKM dan kinerja UMKM yang dimediasi oleh perilaku keuangan sebesar **0,147** dan t-statistik sebesar **1.003** dengan p-value <0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi perilaku keuangan terhadap hubungan antara dukungan pemerintah dan kinerja UMKM.

REFERENCES

1. Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Siasat Bisnis*.
2. Belsky, G., & Gilovich, T. (2010). *Why smart people make big money mistakes and how to correct them: Lessons from the life-changing science of behavioral economics*. New York: Simon and Schuster.
3. Bhutta, N. T., & Ali Shah, S. Z. (2015). Do behavioral biases impact corporate entrepreneurship, agency cost and firm performance: Evidence from developed and developing economies? *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 3, 761–798.
4. Camara, N., & Tuesta, D. (2014). Measuring Financial Inclusion: A Multidimensional Index. *BBVA Research Paper*, 14/26, 1–56.
5. Draksler, T. Z., & Sirec, K. (2018). Conceptual research model for studying students' entrepreneurial competencies. *NaÅje Gospodarstvo/Our Economy*, 64(4), 23–33.
6. Gerli, F., Gubitta, P., & Tognazzo, A. (2011). Entrepreneurial competencies and firm performance: An empirical study. *Padua: VIII International Workshop on Human Resource Management*.
7. Ibor, B. I., Offiong, A. I., & Mendie, E. S. (2017). Financial inclusion and performance of Micro, small, and medium scale enterprises in Nigeria. *International Journal of Research - Granthaalaya*, 5(3), 104–122.
8. Jude, F. A., & Adamou, N. (2018). Bank Loan Financing Decisions of Small and Medium-Sized Enterprises: The Significance of Owner/Managers' Behaviours. *International Journal of Economics and Finance*, 10(5), 231–241.
9. Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). Guilford Publications.
10. Kraemer-Eis, H., & Lang, F. (2012). The importance of leasing for SME finance. *EIF working paper No. 2012/15*.
11. Ibor, B. I., Offiong, A. I., & Mendie, E. S. (2017). Financial inclusion and performance of Micro, small, and medium scale enterprises in Nigeria. *International Journal of Research - Granthaalaya*, 5(3), 104–122.
12. Kyndt, E., & Baert, H. (2015). Entrepreneurial competencies: Assessment and predictive value for entrepreneurship. *Journal of Vocational Behavior*, 90(1), 13–25.

13. Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with a focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123–142.
14. Mckinney, P. (2010). What is the role of the government to encourage small business innovation? Retrieved on December 1, 2018, from <https://philmckinney.com/role-of-government-to-encourage-small-businessinnovation/>.
15. Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(2), 92–111.
16. Mohamad, M. R., & Sidek, S. (2013). The Role of Entrepreneurial Competencies as a mediator in the relationship between Microfinance and Small Business Growth. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 1, 21–31.
17. Mustikasari, Y., & Noviardy, A. (2020). Pengaruh Financial Technology Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Palembang. *JIBM (Jurnal Ilmiah Bina Manajemen)*, 03(2), 147–155.
18. Nguyen, T., Tripe, D., & Ngo, T. (2018). Operational efficiency of bank loans and deposits: A case study of vietnamese banking system. *International Journal of Financial Studies*, 6(1), 1–14.
19. Raveendra, P. V., Singh, J. E., Singh, P., & Kumar, S. (2018). Behavioral finance and its impact on poor financial performance of SMEs: A review. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(5), 341–348.
20. Sarwoko, E., Surachman, A., & Hadiwidjojo, D. (2013). Entrepreneurial characteristics and competency as determinants of business performance in SMEs. *Journal of Business & Management*, 7(3), 31–38.
21. Sefiani, Y. (2013). Factors for success in SMEs: A perspective from Tangier Doctoral dissertation. Gloucestershire, England: University of Gloucestershire.
22. Smith, B., & Morse, E. (2005). Entrepreneurial competencies: Literature review and best practices, small business policy branch. Ottawa, Canada: Industry Canada.

23. Yazdanfar, D., & Öhman, P. (2015). Debt financing and firm performance: An empirical study based on Swedish data. *The Journal of Risk Finance*, 16(1), 102–118.
24. Zhang, S. X., & Cueto, J. (2017). The study of bias in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(3), 419–454.
25. Zhu, Y., Wittmann, X., & Peng, M. W. (2012). Institution-based barriers to innovation in SMEs in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 29(4), 1131–1142.
26. Zindiye, S., Chiliya, N., & Masocha, R. (2012).). The impact of government and other institutions' support on the performance of small and medium enterprises in the manufacturing sector in Harare, Zimbabwe. *International Journal of Business Management & Economic Research*, 3(6), 655–667.

BAB 2

PENGEMBANGAN BUSINESS MODEL INNOVATION (BMI) PADA UKM DI KABUPATEN KOLAKA DENGAN PENDEKATAN KONFIGURASI

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pemerintah daerah dituntut lebih kreatif dalam memecahkan berbagai permasalahan baik lingkungan pasar yang bergejolak, era digital, maupun masalah pandemi COVID-19 saat ini yang terdapat di seluruh daerah terutama pada Kabupaten Kolaka. Salah satu permasalahan utama yang terdapat di daerah Kabupaten Kolaka saat ini adalah penciptaan lapangan kerja bagi penduduk daerah. Sekarang ini banyak penduduk usia produktif di daerah yang tidak bekerja akibat kurang tersedianya lapangan pekerjaan di daerah, padahal ukuran paling fundamental bagi keberhasilan suatu pemerintahan dalam era digital dan pandemic COVID-19 adalah seberapa jauhkah pemerintah tersebut berhasil menciptakan lapangan kerja bagi kalangan warga masyarakat.

Permasalahan yang dihadapi di Kabupaten Kolaka juga adalah lemahnya kemampuan beberapa pemilik UKM dalam mengelola manajemen usaha dan keterbatasan pasar. Pengelolaan manajemen usaha menjadi masalah yang cukup krusial pada UKM, yang menyebabkan usaha UKM dari tahun ke tahun tidak berkembang menjadi lebih besar serta menyebabkan UKM mengalami mati suri karena ketidakmampuan pengurus dalam mengelola manajemen usaha pada UKM itu sendiri. Sedangkan Usaha kecil dan menengah (UKM) itu merupakan bagian penting dari penciptaan kekayaan negara, penciptaan lapangan kerja dan pembangunan ekonomi terutama kondisi saat ini yang penuh dengan gejolak (Pucihar dkk, 2019). Namun, dengan masalah yang dihadapi pada saat ini seperti lingkungan pasar yang cepat berubah dan kondisi pandemik COVID-19, maka mengakibatkan meningkatnya tekanan pada seluruh aspek ekonomi termasuk UKM yang ada di Kabupaten Kolaka, oleh karena itu perlu dilakukan pengembangan *Business Model Innovation* (BMI) terhadap kemampuan UKM dalam menghadapi permasalahan tersebut khususnya UKM yang ada di Kabupaten Kolaka sehingga bisa mendorong penciptaan lapangan kerja bagi kalangan warga masyarakat.

Business Model Innovation (BMI) menggambarkan dasar pemikiran

perusahaan memberikan *value proposition* untuk konsumen. *Business Model Innovation* (BMI) dapat didefinisikan sebagai pengembangan struktur dan mekanisme baru dalam memberikan nilai tambah kepada pelanggan. *Business Model Innovation* (BMI) juga membutuhkan kebaruan, dan oleh karena itu *Business Model Innovation* (BMI) harus bisa memberikan nilai yang baru bagi perusahaan dan yang menghasilkan perubahan yang dapat diamati bagi para pemangku kepentingan, (J Bessant dan J Tidd, 2013)

Dalam pandangan di atas, *Business Model Innovation* (BMI) biasanya disajikan sebagai fenomena yang kompleks, karena mengandung makna keputusan investasi yang rumit, perolehan sumber daya dan kompetensi, komitmen organisasi dan penanganan antara model bisnis baru dan lama. Meskipun menghadapi kompleksitas, ini merupakan tantangan bagi perusahaan termasuk UKM karena UKM umumnya memiliki lebih sedikit sumber daya keuangan dan waktu terbatas, fasilitas sumber daya dan kemampuan mengembangkan usaha yang lebih kecil, kemampuan teknis yang lebih sedikit, kesulitan dalam merekrut karyawan multidisiplin yang terampil dan pendekatan yang kurang terstruktur untuk berinovasi, (Pucihar dkk, 2019). Sehingga keterbatasan ini menghadirkan tantangan untuk berinovasi, jika UKM menemukan cara untuk mengembangkan kapabilitas inovasi, maka harus dapat mengimbangi kesulitan dalam usahanya dengan mengandalkan kekuatan, seperti budaya yang lebih mudah menerima perubahan, prosedur yang tidak terlalu birokratis, struktur dan kemampuan beradaptasi yang lebih fleksibel.

Untuk mengatasi hal tersebut, UKM harus secara permanen mengidentifikasi peluang dan ancaman inovatif yang muncul dari dalam dan luar perusahaan dengan cara memanfaatkan pengetahuan tentang ancaman peluang dan ancaman tersebut (Smith, Collins, & Clark, 2005). UKM tentu harus memerlukan kemampuan manajemen pengetahuan (KM) khusus, yang memungkinkan untuk mengidentifikasi dan memproses pengetahuan yang ada menjadi peluang bisnis yang inovatif (Teece, 2010).

Kemampuan manajemen pengetahuan adalah aktivitas organisasi yang mendasari yang memfasilitasi infrastruktur dan proses untuk mengeksplorasi pengetahuan internal dan memperoleh, mengubah, dan menerapkan sumber pengetahuan eksternal (Gold, Segars, & Malhotra, 2001).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa jenis inovasi yang berbeda memerlukan sumber pengetahuan yang berbeda pula (Snihur & Wiklund, 2019), Sehingga kami berasumsi bahwa

kemampuan manajemen pengetahuan baik internal maupun eksternal sangat diperlukan untuk pengembangan BMI. Dalam konteks ini, penulis melakukan penelitian dengan mengeksplorasi dampak dari kemampuan manajemen pengetahuan UKM dengan mengembangkan konsep *Business Model Innovation* (BMI) yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen UKM di Kabupaten Kolaka bisa berkembang dengan konsep *Business Model Innovation* (BMI).

B. Tinjauan Pustaka

1. *Business Model Innovation*

Para peneliti sebelumnya telah menganggap model bisnis statis sejak lama (Ritter dan Lettl, 2018). Namun, model bisnis tersebut berorientasi pada strategi, sedangkan perspektif model bisnis sekarang telah memunculkan peran model bisnis baru sebagai sarana untuk mengatasi perubahan dan inovasi dalam sebuah perusahaan, (Demil and Lecocq, 2010). Dengan demikian, model bisnis tidak statis melainkan dalam keadaan terus berubah dalam hal komponen, hubungan dan strukturnya.

Strategi Bisnis yang inovatif dapat peningkatan kinerja inovatif dan dapat menjadi langkah paling penting dalam mengembangkan *Business Model Innovation* (BMI), karena dapat mengetahui hambatan internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Selain itu, UKM harus mampu mengubah model bisnisnya sekaligus membangun dan menjaga kinerja yang berkelanjutan. Model bisnis dikonseptualisasikan sebagai rancangan dari tiga komponen kunci yang saling terkait yaitu proposisi nilai, penciptaan nilai, dan penambahan nilai (Claus et al., 2017). Komponen tersebut dikonfigurasi sebagai sistem yang saling memperkuat dalam implementasi organisasi bisnis (Martins et al., 2015; Teece, 2010).

Perkembangan teknologi baru telah menyebabkan inovasi di semua model bisnis. Ini termasuk bisnis yang masi baru di mana nilai dapat disesuaikan dengan cara baru tentang bagaimana nilai dapat diciptakan dan menjadi peluang baru untuk memperoleh pendapatan (Massa et al., 2017). Perkembangan ini menunjukkan bahwa BMI memperluas lingkup inovasi produk dan proses sebagai kunci utama dari model bisnis perusahaan (Foss & Saebi, 2017). Sedangkan inovasi produk mengacu pada pengenalan produk baru dan inovasi layanan serta bisa didefinisikan sebagai implementasi dari operasi baru (Snihur & Wiklund, 2019).

Ketika menganalisis pertanyaan mengapa beberapa perusahaan lebih unggul dan mendominasi pasar sementara yang lain kehilangan pasar

berbagi atau gagal seluruhnya, penelitian (Clauss et al., 2019) telah memberikan bukti bahwa perusahaan bisa sukses ketika mengonfigurasi bisnis mereka dengan berinovasi baik komponen spesifik dari model bisnis atau keseluruhan model bisnisnya. Lingkup BMI tidak selalu membutuhkan perubahan keseluruhan dalam satu atau semua elemen model bisnis tetapi juga dapat berhasil dengan melakukan konfigurasi ulang dengan penambahan nilai (Velu & Jacob, 2016).

2. Manajemen Pengetahuan

Dalam konteks UKM, peran manajer sangat relevan, dimulai dari kepemilikan dan manajemen yang biasanya terkonsentrasi pada individu yang sama dalam membuat keputusan. Dalam hal ini, hasil penelitian (Gherardini et al, 2017) menjelaskan bahwa aktivitas inovasi di UKM sangat didorong oleh manajemennya. Dimana, perilaku budaya dan manajemen UKM biasanya didominasi oleh pendekatan subjektif (yaitu, keyakinan pribadi, perasaan, pengalaman, atau akal sehat) yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam setiap persoalan seperti inovasi bisnis.

Agar UKM dapat berinovasi, harus memiliki manajemen yang bisa menumbuhkan nilai, keyakinan, dan perilaku yang mendorong kebaruan, (Bessant, J. and Tidd, J. 2013). Selain itu, penelitian (Lazonick, W. 2014) mengamati bahwa selama krisis ekonomi berturut-turut, para manajer telah mengembangkan gaya konservatif yang bertujuan untuk mengurangi biaya yang merugikan baik perusahaan maupun investasi modal.

Dalam lingkungan bisnis manajemen bisa dikembangkan dengan manajemen yang berbasis pengetahuan, dimana perusahaan mengembangkan bisnisnya sebagai organisasi yang terus belajar dan memanfaatkan pengetahuan (Smith et al., 2005). Pengetahuan yang benar dan kemampuan untuk mengkonversi pengetahuan berupa penciptaan nilai baru yang mengarah pada keunggulan kompetitif (Ozer & Vogel, 2015). Oleh karena itu, banyak perhatian telah difokuskan pada pengembangan dan pemeliharaan pengetahuan organisasi (Mehta & Bharadwaj, 2015). Secara umum, ada dua dimensi tentang aliran pengetahuan yaitu kemampuan statis dan dinamis (Hargadon & Fanelli, 2002). Dimensi statis mengacu pada kemampuan manajemen pengetahuan internal perusahaan, yang memberikan dasar antar organisasi untuk interaksi sosial, pengetahuan penyimpanan, dan ketersediaan pengetahuan. Fokusnya terletak pada pemeliharaan, mereplikasi, dan mengeksploitasi pengetahuan yang ada (Smith et al., 2005). Dan dimensi dinamis mengacu pada kemampuan manajemen pengetahuan eksternal perusahaan, menekankan

kemampuan perusahaan untuk memperoleh, mengubah, dan menerapkan pengetahuan yang timbul dari sumber di luar batas-batas perusahaan (Smith et al., 2005). Fokusnya terletak pada menangkap pengetahuan eksternal untuk menganalisis pesaing dan pelanggan dan untuk mengidentifikasi perkembangan dan tren pasar secara keseluruhan (Roberts, 2015). Baik internal maupun eksternal KM kapabilitas saling bergantung dan bertanggung jawab atas aset pengetahuan perusahaan (Mehta & Bharadwaj, 2015). Dengan demikian, kemampuan manajemen pengetahuan menyediakan perangkat untuk memanfaatkan sumber pengetahuan internal dan eksternal sedemikian rupa, sehingga mereka dapat ditangkap dan diubah menjadi hasil yang produktif (He & Wang, 2009).

Kemampuan manajemen pengetahuan internal didasarkan pada teori sosio-teknologi (Bostrom & Heinen, 1977), menggambarkan sosial dan teknologi perspektif yang membentuk kemampuan KM perusahaan untuk memelihara dan mengeksploitasi pengetahuan internal (Gold et al., 2001). Perspektif sosial mengacu pada hubungan transfer pengetahuan di antara karyawan perusahaan yang tertanam dalam budaya dan struktur organisasi perusahaan serta bertanggung jawab atas transfer pengetahuan informal (Swap dkk., 2001). Perspektif teknologi di sisi lain, mengacu pada sistem informasi perusahaan yang digunakan untuk memelihara, menyimpan, dan menganalisis pengetahuan (Lee & Choi, 2003).

Budaya KM perusahaan dianggap sebagai komponen penting (Janz & Prasarnphanich, 2003), karena mendefinisikan bagaimana pengetahuan dapat dihargai, dibagikan, dan disimpan di dalam organisasi untuk potensi keuntungan inovatif (Alavi, Kayworth, & Leidner, 2005).

Sedangkan untuk manajemen pengetahuan eksternal mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memperoleh pengetahuan eksternal baru, mengasimilasi, dan menerapkannya untuk peluang penciptaan nilai yang disebut sebagai kapasitas serap. Untuk benar-benar mengeksploitasi pengetahuan eksternal untuk memperoleh peluang inovasi model bisnis, perusahaan harus mengkonversi dan menerapkan lebih lanjut pengetahuan yang telah diperoleh (Cohen & Levinthal, 1990).

C. METODOLOGI

1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh UMK yang telah menerapkan inovasi teknologi *e-commerce* pada Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode sensus yaitu mengambil keseluruhan populasi sebagai responden penelitian sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 89 UMK di Kabupaten Kolaka.

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan adalah:

- a. Studi pustaka, metode ini digunakan untuk memperoleh data sekunder, yaitu meliputi data jumlah UKM, cara pengelolaan UKM dan lain-lain yang ada di Kabupaten Kolaka.
- b. Penyebaran kuisioner, merupakan pengumpulan data secara langsung yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan pada responden. Kuesioner diserahkan secara langsung kepada setiap pimpinan UMK pada Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara dalam bentuk google form.

Selanjutnya kami menggabungkan dua metode berbeda untuk menguji dan mengeksplorasi lebih lanjut hubungan dalam model penelitian berdasarkan survei berbasis data UKM. Pertama, kami menerapkan struktur kuadrat terkecil parsial (PLS) persamaan model (SEM) untuk menguji model kami (Chin, 1998). Kedua, kami selanjutnya menjalankan analisis komparatif kualitatif fuzzy-set (fsQCA) untuk mengeksplorasi bagaimana konfigurasi kemampuan manajemen pengetahuan dapat mengembangkan *Business Model Innovation* (BMI) di UKM.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini kami menghitung dan membandingkan tiga model (I-III) (Tabel 5). Model I hanya mencakup variabel kontrol dengan dua efek signifikan dengan nilai R_2 sebesar 0,142. Model II menunjukkan efek utama tanpa efek interaksi. Dibandingkan dengan Model 1, nilai R_2 pada model II secara substansial lebih tinggi yaitu sebesar 0,216. Dan yang terakhir adalah Model III dengan nilai sebesar 0,289, dimana pada Model III ini kami memperkirakan model keseluruhan yang dihipotesiskan sehingga dapat digunakan untuk uji hipotesis. Hasil dari model ini menjelaskan bahwa model III memiliki hasil dengan nilai yang baik yaitu sebesar 28,9% dari varians BMI. Selanjutnya, model ini menunjukkan kecocokan model keseluruhan yang baik sesuai dengan standar *root mean square residual*

(SRMR) karena nilai 0,078 kurang dari 0,080. Untuk nilai Q_2 positif sebesar 0,147 untuk BMI menunjukkan relevansi prediksi yang baik pada model III.

Secara empiris temuan pada penelitian ini mendukung hipotesis 1 yaitu kemampuan manajemen pengetahuan internal berpengaruh positif terhadap BMI ($\beta = 0,205$, $p < 0,05$) (Hipotesis 1). Selanjutnya, kemampuan KM eksternal juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap BMI ($\beta = 0,264$, $p < 0,05$), sehingga menerima Hipotesis 2.

Tabel 2. 1 Hypothesis test and model fit.

Model	1	2	3
Dependent variable: Business model innovation			
Independent variables:			
Kemampuan Manajemen Pengetahuan Internal		0.252	0.205
		(0.091)	(0.082)
Kemampuan Manajemen Pengetahuan Eksternal		0.276	0.264
		(0.093)	0.093
R^2	0.142	0.216	0.289
Adjusted R	0.095	0.203	0.239
SRMR	0.063	0.078	0.078
Q^2	0.054	0.104	0.147

Untuk analisis komparatif pada penelitian ini, kami mengikuti prosedur standar dalam menjalankan fsQCA. Mekanisme pertama, data dikalibrasi yang berfokus pada transformasi data biasa menjadi fsQCA dengan nilai mulai dari 0 hingga 1. Hal ini diperlukan untuk menentukan nilai variabel skala interval yang sesuai dengan ambang batas, untuk keanggotaan penuh (skor fsQCA = 0,95), titik persilangan (skor fsQCA = 0,5), dan ambang batas untuk non-keanggotaan penuh (skor fsQCA = 0,05) (Ragin,

2009). Pada langkah fsQCA selanjutnya, penelitian ini memisahkan konfigurasi yang mendorong BMI dari nilai *cutoff* yang konsisten sebesar 0,85 dan menggunakan tabel kebenaran untuk menghasilkan kombinasi yang berbeda dari kondisi kausal yang cukup untuk mengembangkan BMI. Mengikuti rekomendasi dari Ragin (2009), kami kemudian menggunakan analisis standar fsQCA untuk memperoleh solusi.

Tabel 2.2 Intermediate solutions of high BMI

Path	Antecedent						Coverage		Consistency	Solution	
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	Raw	Unique		Unique	Unique
1	●	●	●	○		●	0.47	0.03	0.93	0.80	0.89
2	●	○		●	●	●	0.70	0.03	0.93		
3	●	●	●	●	●		0.70	0.03	0.93		
4	●	●	●		●	●	0.47	0.03	0.93		

Tabel 2.2 menunjukkan bahwa konfigurasi dalam penelitian ini menjelaskan besar proporsi hasil dan menunjukkan ada pengaruh pada setiap subitem variabel penelitian. Selanjutnya menggunakan notasi sederhana untuk konfigurasi kausal di mana: lingkaran hitam "●" menunjukkan kondisi yang saling berpengaruh, lingkaran putih "○" menunjukkan tidak adanya kondisi, dan sel kosong mewakili kondisi "tidak masalah". Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian dapat memberikan ilustrasi yang lebih rinci tentang konfigurasi untuk mengembangkan *Business Model Innovation* (BMI). Hasil analisis fsQCA dari kondisi sebelumnya untuk mengembangkan *Business Model Innovation* (BMI) pada setiap UKM, peneliti mengungkapkan ada empat solusi jalur yang harus dilakukan oleh setiap pelaku UKM. Secara keseluruhan solusi 1-4 dapat memberikan hubungan yang baik karena nilai solusi tidak melebihi ambang batas konsistensi dari 0.9. Namun rinci pada solusi 1, untuk pengembangan *Business Model Innovation* (BMI) jika dihubungkan dengan manajemen pengetahuan eksternal, variabel $X_{2.1}$ (akuisisi manajemen pengetahuan) tidak menunjukkan kondisi yang berpengaruh, sama halnya dengan solusi 2 yaitu $X_{1.2}$ (struktur manajemen pengetahuan) juga tidak memberikan kondisi yang berpengaruh. Sedangkan untuk solusi 3 dan 4 semua menunjukkan bahwa pengembangan *Business Model Innovation* (BMI) dapat dicapai dengan kemampuan manajemen pengetahuan internal dan eksternal.

E. KESIMPULAN

Temuan menunjukkan bahwa kemampuan manajemen pengetahuan internal dapat digunakan dalam mengembangkan *Business Model Innovation* (BMI) karena kemampuan KM internal sangat penting bagi UKM untuk berinovasi dalam arti kemampuan manajemen pengetahuan internal berpengaruh positif terhadap BMI. Sama halnya dengan kemampuan KM eksternal juga dapat memperkuat kemampuan manajemen pengetahuan internal dalam mengembangkan *Business Model Innovation* (BMI) pada UKM yang ditunjukkan dengan adanya pengaruh yang signifikan antara kemampuan KM eksternal terhadap *Business Model Innovation* (BMI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berinovasi model bisnis pada UKM di masa kini, lingkungan bisnis mengharuskan UKM untuk memiliki daya serap kemampuan untuk mengembangkan kemampuan KM internal dan eksternal. Hal ini kemudian memungkinkan UKM untuk menyadari tren pasar yang besar dan peluang baru yang muncul dari pergeseran dalam ekosistem UKM seperti, teknologi baru, perubahan permintaan pelanggan, dll.

Temuan fsQCA yang lebih bernuansa mengkonfirmasi bahwa kemampuan KM internal dan eksternal mewakili kondisi inti dalam mengembangkan *Business Model Innovation* (BMI). Sedangkan dua konfigurasi menunjukkan bahwa kemampuan manajemen pengetahuan eksternal yang tinggi dapat dikombinasikan dengan sebagian besar kemampuan KM internal. Namun, dua jalur menunjukkan bahwa kemampuan KM internal dapat mengembangkan *Business Model Innovation* (BMI) tanpa adanya akuisisi pengetahuan eksternal dan kemampuan KM eksternal dapat mengembangkan *Business Model Innovation* (BMI) tanpa adanya struktur manajemen pengetahuan eksternal. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa BMI dapat dikembangkan melalui kolaborasi yang seimbang antara pengetahuan eksternal dan internal yang menangkap pengetahuan yang terkait dengan semua dimensi model bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Alavi, M., Kayworth, T. R., & Leidner, D. E. (2005). An empirical examination of the influence of organizational culture on knowledge management practices. *Journal of Management Information Systems*, 22(3), 191–224.
2. Bessant, J.; Tidd, J. (2013). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*; John Wiley & Sons: Hoboken, NJ, USA.
3. Bostrom, R. P., & Heinen, J. S. (1977). MIS problems and failures: A socio-technical perspective, part II: The application of socio-technical theory. *Mis Quarterly*, 11–28.
4. Clauss, T. (2017). Measuring business model innovation: Conceptualization, scale development, and proof of performance. *R D Manag.* 47, 385–403.
5. Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.). *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
6. Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 128–152.
7. Demil, B.; Lecocq, X. (2010). Business model evolution: In search of dynamic consistency. *Long Range Plan.*, 43, 227–246.
8. Foss, N.J.; Saebi, T. (2017). Fifteen Years of Research on Business Model Innovation. *J. Manag.* 9, 34–57.
9. Gherardini, F.; Renzi, C.; Leali, F. (2017). A systematic user-centred framework for engineering product design in small- and medium-sized enterprises (SMEs). *Int. J. Adv. Manuf. Technol.* 91, 1723–1746
10. Gold, A. H., Segars, A. H., & Malhotra, A. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185–214.

11. Hargadon, A., & Fanelli, A. (2002). Action and possibility: Reconciling dual perspectives of knowledge in organizations. *Organization Science*, 13(3), 290–302.
12. He, J., & Wang, H. C. (2009). Innovative knowledge assets and economic performance: The asymmetric roles of incentives and monitoring. *Academy of Management Journal*, 52(5), 919–938.
13. Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.
14. Janz, B. D., & Prasarnphanich, P. (2003). Understanding the antecedents of effective knowledge management: The importance of a knowledge-centered culture. *Decision Sciences*, 34(2), 351–384.
15. Lazonick, W. (2014). Profits without Prosperity. *Harv. Bus. Sch.* 92, 46–55.
16. Lee, V.-H., Leong, L.-Y., Hew, T.-S., & Ooi, K.-B. (2013). Knowledge management: A key determinant in advancing technological innovation? *Journal of Knowledge Management*, 17(6), 848–872.
17. Martins, L. L., Rindova, V. P., & Greenbaum, B. E. (2015). Unlocking the hidden value of concepts: A cognitive approach to business model innovation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(1), 99–117.
18. Massa, L., Tucci, C. L., & Afuah, A. (2017). A critical assessment of business model research. *Academy of Management Annals*, 11(1), 73–104.
19. Mehta, N., & Bharadwaj, A. (2015). Knowledge integration in outsourced software development: The role of sentry and guard processes. *Journal of Management Information Systems*, 32(1), 82–115.
20. Ozer, M., & Vogel, D. (2015). Contextualized relationship between knowledge sharing and performance in software development. *Journal of Management Information Systems*, 32(2), 134–161.
21. Pucihar, A.; Lenart, G.; Borštnar, M.K.; Vidmar, D.; Marolt, M. (2019). Drivers and outcomes of business model innovation-micro, small and

- medium-sized enterprises perspective. *Sustainability*, 11, 344.
22. Ragin, C. (2008). *Redisigning Social Inquiry: Fuzzy Sets and Beyond*; University of Chicago Press: Chicago, IL, USA, ISBN 9780226702735.
 23. Ritter, T.; Lettl, C. (2018). The wider implications of business-model research. *Long Range Plan.* 51, 1–8.
 24. Roberts, N. (2015). Absorptive capacity, organizational antecedents, and environmental dynamism. *Journal of Business Research*, 68(11), 2426–2433.
 25. Smith, K. G., Collins, C. J., & Clark, K. D. (2005). Existing knowledge, knowledge creation capability, and the rate of new product introduction in high-technology firms. *Academy of Management Journal*, 48(2), 346–357.
 26. Snihur, Y., & Wiklund, J. (2019). Searching for innovation: Product, process, and business model innovations and search behavior in established firms. *Long Range Planning*, 52(3), 305–325.
 27. Swap, W., Leonard, D., & Mimi Shields, L. A. (2001). Using mentoring and storytelling to transfer knowledge in the workplace. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 95–114.
 28. Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2), 172–194.
 29. Velu, C., & Jacob, A. (2016). Business model innovation and owner–managers: The moderating role of competition. *R&D Management*, 46(3), 451–463.

BAB 3

STRATEGI PENINGKATAN UMKM KREATIF DI WILAYAH TERDAMPAK AKTIFITAS PENAMBANGAN NIKEL MELALUI PEMANFAATAN CSR PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI KECAMATAN POMALAA

A. Latar Belakang

Wabah Covid 19 sampai saat ini masih belum berakhir sejak awal tahun 2020 bahkan saat ini Covid 19 telah bermutasi membentuk Varian baru yang kembali berdampak pada terbatasnya aktivitas masyarakat salah satunya aktivitas dalam bidang ekonomi. Usaha Kecil dan menengah yang berada pada garis terdepan merasakan dampak yang signifikan terhadap penurunan pendapatan bahkan mengalami kebangkrutan karna tidak mampu bertahan dalam kondisi adanya pembatasan, terlebih lagi para pelaku usaha belum memiliki cukup pengetahuan dalam melakukan Inovasi-inovasi untuk mempertahankan usahanya.

Kemampuan dalam berinovasi sangat dibutuhkan oleh para pelaku UMKM dalam meningkatkan Kembali perekonomiannya di masa Pancemic ini, khususnya masyarakat Kecamatan Pomalaa yang aktivitas perputaran ekonominya sangat besar karena wilayah Pomalaa merupakan salah satu wilayah pertambangan Nikel terbesar di kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara. Terdapat beberapa perusahaan baik Perusahaan BUMN maupun Perusahaan Swasta yang bergerak dalam bidang pertambangan nikel di Pomalaa baik perusahaan skala menengah sampai perusahaan skala besar.

Hadirnya perusahaan tersebut memberikan angin segar terhadap UMKM yang ada di wilayah kecamatan Pomalaa, karena perusahaan-perusahaan tersebut memiliki kepentingan dalam pemenuhan kebutuhan-kebutuhan operasional perusahaannya. Namun disisi lain perusahaan-perusahaan tersebut juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan masyarakat, karena kegiatan penambangan nikel sangat berpengaruh terhadap lingkungan. Tanggung Jawab perusahaan tersebut di wujudkan dalam bentuk CSR (Corporate Social Responsibility) sebagai perwujudan perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Aktualisasi dari CSR tersebut dilaksanakan melalui berbagai macam kegiatan, diantaranya adalah rehabilitasi rumah penduduk serta pemberian bantuan langsung berupa bantuan Sembilan bahan pokok kepada masyarakat. Namun pemberian bantuan tersebut hanya memberikan pemecahan masalah yang sifatnya

jangka pendek, sehingga dibutuhkan peran perusahaan dalam mendukung pengembangan ekonomi masyarakat khususnya pelaku UMKM yang memanfaatkan program CSR yang lebih tepat sasaran sehingga terwujud kemandirian ekonomi dan pelaku UMKM lebih kreatif.

Berdasarkan Renstra USN Kolaka tahun 2020-2024, bahwa salah satu strategi dalam rangka peningkatan kualitas dan kapasitas perguruan tinggi adalah dengan melaksanakan penelitian bagi dosen yang salah satunya penelitian yang bersumber dari hibah pendanaan pemerintah. Kemudian renstra tersebut dijabarkan dalam roadmap penelitian dan pengabdian kepada masyarakat FISIP USN Kolaka, memuat 8 bidang penelitian unggulan yang salah satunya mengkaji bidang ekonomi masyarakat, dimana indikator kajian penelitiannya adalah pada bidang UMKM.

Tujuan dari Penelitian ini adalah mengkaji strategi-strategi dalam peningkatan UMKM kreatif dalam memanfaatkan Program CSR (Corporate Social Responsibility) perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan nikel khususnya pelaku UMKM di wilayah terdampak aktivitas penambangan. Dengan melibatkan berbagai pihak, khususnya pemanfaatan CSR ditafsirkan sebagai sebuah model dalam menjawab signifikansi Peningkatan UMKM kreatif di wilayah terdampak aktivitas penambangan nikel di wilayah Kecamatan Pomalaa.. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran bagaimana pola pengelolaan program CSR terhadap daya saing ekonomi kreatif. Daya saing yang dimaksud adalah : peningkatan kapabilitas SDM, kapabilitas pemasaran, kapabilitas produksi dan teknologi serta kapabilitas keuangan.

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peningkatan UMKM kreatif melalui pemanfaatan program CSR di wilayah terdampak aktifitas penambangan di Kecamatan Pomalaa, dengan pertanyaan penelitian yaitu :

- a. Bagaimana konsep strategi pemanfaatan Program CSR
- b. Bagaimana penerapan strategi pemanfaatan

B. Kajian Pustaka

1. Penelitian Relevan

Mewabahnya Covid 19 saat ini memberikan dampak yang besar terhadap berbagai sector yang ada di Indonesia, salah satu sector yang dirasakan adalah UMKM (Sutrisno, 2020) Pelemahan ekonomi ini memberikan dampak besar terhadap kelangsungan usaha, sehingga dibutuhkan strategi dalam upaya pemulihan ekonomi (Raharja & Natari, 2021) di New Normal saat ini. Upaya ini juga harus di dukung oleh sikap dan pengetahuan pelaku UMKM yang kreatif dalam pemulihan ekonomi (Yanuar, 2020) sehingga perekonomian masyarakat bisa Kembali bangkit (Lestari Nasution et al., 2021) meskipun pandemic masih belum berakhir

2. UMKM

Sesuai dengan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008) bahwa UMKM (usaha Mikro kecil dan menengah) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan /atau badan usaha perorangan yang berdiri sendiri. UMKM memiliki peranan yang sangat penting diindonesia karena sangat berperan dalam menciptakan lapangan kerja serta menjadi motor penggerak Pembangunan diindonesia. UMKM merupakan salah satu strategi dalam pemberdayaan masyarakat (I Andayani, MV Roesmniningsih, 2021) Pengembangan UMKM khususnya diwilayah pedesaan diperlukan strategi-strategi yang tepat (Abdul Basit, 2021) sehingga UMKM mampu menjadi bagian berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Pengembagan UMKM memiliki berbagai macam factor-faktor pendukung diantaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya promosi serta dalam permodalan (Hartono & Hartomo, 2016). Disisi lain, UMKM juga memiliki tantangan yang tidak bisa dihindari di era globalisasi sekarang ini diantaranya Perkembangan teknologi digital (Kholidah & Hakim, 2018), sehingga dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak diantaranya Asosiasi Bisnis, perguruan Tinggi dan Pihak-Pihak perusahaan (Hamid & Susilo, 2015) untuk berkontribusi terhadap pembangunan UMKM.]

3. CSR

Perusahan dalam aktivitas operasionalnya memiliki peran yang berkontribusi terhadap kesejahteraan di sekitar wilayah operasinya. Bentuk perwujudan dari kontribusi perusahaan adalah melalui program CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau Perusahaan dan Tanggung

Jawab Sosial. CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki peran besar terhadap kesejahteraan masyarakat (Hamid & Susilo, 2015) khususnya pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui UMKM. Perwujudan Program CSR dalam bentuk pemberian bantuan langsung kepada masyarakat terdampak berupa pemberian Sembako dan perbaikan sarana dan prasarana Pendidikan dan Kesehatan (Izzaty et al., 2017). Namun dalam pelaksanaannya di beberapa wilayah, program CSR tidak berjalan sesuai dengan harapan masyarakat (Anto, 2016) karena kurangnya rasa tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan. Untuk itu dibutuhkan peran dari pemerintah (Ngiu & Hamid, 2021) dalam mengeluarkan regulasi terhadap perusahaan yang menjalankan kegiatan di wilayah pemerintahannya. Saat ini di butuhkan peran dari perusahaan dalam mendukung terwujudnya kesejahteraan masyarakat dalam UMKM dengan memanfaatkan Program CSR yang tepat sasaran sehingga UMKM lebih kreatif dimasa pandemic saat ini

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode Deskriptif Kualitatif yang berupaya untuk memahami berbagai konsep yang ditemukan dalam proses penelitian melalui Content Analysis serta Library Research kepustakaan (library research). Teknik content analysis merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui simpulan dari sebuah teks. Atau dengan kata lain, analisis isi merupakan metode penelitian yang ingin mengungkap gagasan penulis yang termanifestasi maupun yang laten. Sedangkan riset kepustakaan (library research) pada penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian, artikel dan buku-buku referensi yang membahas topik yang berkaitan dengan tema penelitian (Iskandar Ahmaddien, 2019).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Tabel 3. 1
Daftar Nama Perusahaan Pertambangan Di Kecamatan Pomalaa

No	Nama Perusahaan	Status Perusahaan	Alokasi Program CSR pada UMKM
1	PT. Aneka Tambang, Tbk	BUMN	1. Sektor Kelautan dan Perikanan 2. Sektor Ekonomi Kreatif 3. Sektor Perdagangan
2	PT. Perusahaan Daerah	Swasta	Belum ada program
3	PT. Akar Mas	Swasta	Belum ada program
4	PT. Putra Mekongga Sejahtera (PMS)	Swasta	Belum ada program
5	PT. Satria Jaya Sultra (SJS)	Swata	Belum ada program
6	PT. Tambang Rakyat Kolaka (TRK)	Swasta	Belum ada program
7	PT. Dewi Jaya	Swasta	Belum ada program
8	PT. SMR	Swasta	Belum ada program

Sumber : data kecamatan pomalaa

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan, peneliti menemukan bahwa dari data perusahaan yang terdapat pada tabel diatas ditemukan hanya terdapat 2 perusahaan yang memiliki program CSR yang dananya dialokasikan untuk pengembangan UMKM diantaranya PT. Aneka Tambang Tbk dan PT. Vale. Tbk, dan sebagian perusahaan tambang milik swasta tidak terdapat program CSR untuk pengembangan UMKM.

PT. Aneka Tambang,Tbk merupakan salah satu perusahaan yang berstatus Badan Usaha milik Negara merupakan perusahaan yang konsisten dalam program CSR untuk UMKM, dimana peran perusahaan sangat memberikan kontribusi yang besar bagi para pelaku UMKM, dimana pola Peningkatan UMKM kreatif dilakan melalui di beberapa pola pengelolaan diantaranya:

Tabel 3. 2
Pemetaan Konsep Strategi

Streategi Pemanfaatan CSR		
Pola Pengeloaan	Bentuk dan Mekanisme Kemitraan	Tahapan Pelaksanaan Kegiatan
1. Melalui kemitraan 2. Komunitas 3. Partisipasi	Bentuk Alokasi CSR 1. Pemberian modal usaha 2. Pemberian peralatan 3. Pemberian Pelatihan-pelatihan <i>soft skill</i> Mekanisme kemitraan 1. Pengajuan Proposal 2. Seleksi dan uji kelayakan 3. Realisasi bantuan CSR 4. Pelaporan	1. Perencanaan 2. Pelaksanaan 3. Monitoting 4. Evaluasi dan Pelaporan

Tabel 3. 3
Identifikasi Konsep dan Strategi

Pemetaan Konsep dan Strategi		
Masalah Penelitian	Bentuk dan Mekanisme Kemitraan	Pola dan Konsep
Bagaimana meningkatkan UMKM kreatif melalui pemanfaatan dana CSR perusahaan pertambangan	1. Pola Pengelolaan a. Kemitraan b. Komunitas c. Partisipasi 2. Bentuk alokasi bantuan a. Modal usaha b. Modal peralatan kerja/usaha c. Pelatihan <i>soft skill</i> 3. Mekanisme kemitraan a. Pengajuan Proposal b. Seleksi dan uji kelayakan c. Realisasi bantuan d. pelaporan 4. Tahapan pelaksanaan kegiatan a. Perencanaan b. Pelaksanaan c. Monitoring d. Evaluasi dan pelaporan	Pola Pemanfaatan Dana CSR Pada Beberapa Perusahaan Perusahaan Pertambangan Nikel Di Pomalaa Dilakukan Melalui Konsep Kemitraan Pada Lingkup Komunitas UMKM Dengan Partisipasi Pihak Perusahaan Dan Pihak UMKM yang bantuan dialokasikan dalam bentuk bantuan modal, bantuan peralatan kerja/usaha dan pelatihan-pelatihan peningkatan <i>soft skill</i>. Dalam proses kemitraan diperoleh melalui pengajuan proposal permohonan kemitraan oleh UMKM, diseleksi kelayakan dan selanjutnya dialokasikan bantuan. Pelaksanaan kegiatannya meliputi

		perencanaan, pelaksanaan, monitoring, evaluasi dan pelaporan
--	--	---

Tabel 3. 4
Analisis Penerapan Strategi

Peningkatan Umkm Kreatif Melalui Pemanfaatan CSR			
Keuangan	Sumberdaya Manusia	Produksi dan Teknologi	Pemasaran
Peningkatan Kemampuan Bidang pembukuan Keuangan, manajemen keuangan, administrasi keuangan dan pelaporan keuangan serta peningkatan modal usaha.	Peningkatan kemampuan manajemen usaha, Pengelolaan usaha, <i>soft skill</i> dan <i>hard skill</i> Soft skill untuk sumberdaya manusia	Peningkatan produksi melalui teknologi terbaru, pengolahan produksi yang baik, produksi efektif dan efisien	Peningkatan pemasaran dan inovasi produk, variasi produk, teknologi, peningkatan akses pasar melalui <i>e-commerce</i>

Tabel 3. 5
Identifikasi Konsep dan Strategi

Pemetaan Konsep dan Strategi		
Masalah Penelitian	Bentuk dan Mekanisme Kemitraan	Pola dan Konsep
Pembentukan UMKM	1. Keuangan	Pola peningkatan

kreatif melalui pemanfaatan dana CSR perusahaan pertambangan	Peningkatan Kemampuan Bidang pembukuan Keuangan, manajemen keuangan, administrasi keuangan dan pelaporan keuangan serta peningkatan modal usaha. 2. Sumberdaya Manusia Peningkatan kemampuan manajemen usaha, Pengelolaan usaha, <i>soft skill</i> dan <i>hard skill</i> Soft skill untuk sumberdaya manusia 3. Produksi dan Teknologi Peningkatan produksi melalui teknologi terbaru, pengolahan produksi yang baik, produksi efektif dan efisien 4. Pemasaran Peningkatan pemasaran dan inovasi produk, variasi produk, teknologi, peningkatan akses pasar melalui <i>e-commerce</i>	UMKM kreatif melalui pemanfaatan dana CSR perusahaan pertambangan dilakukan dengan beberapa upaya diantaranya dari aspek keuangan ditempuh melalui Peningkatan Kemampuan Bidang pembukuan Keuangan, manajemen keuangan, administrasi keuangan dan pelaporan keuangan serta peningkatan modal usaha. Dari sisi sumberdaya manusia dilakukan melalui Peningkatan kemampuan manajemen usaha, Pengelolaan usaha, <i>soft skill</i> dan <i>hard skill</i> Soft skill untuk sumberdaya manusia. Peningkatan produksi melalui teknologi terbaru, pengolahan produksi yang baik, produksi efektif dan efisien Peningkatan pemasaran dan inovasi produk, variasi produk, teknologi, peningkatan akses pasar melalui <i>e-commerce</i>.
---	---	---

		Kesemuanya merupakan aspek – aspek inti dari terbentuknya UMKM yang kreatif.
--	--	--

2. Pembahasan

Pola Pengelolaan

Pola Pemanfaatan Dana CSR Pada Perusahaan Pertambangan Nikel Di Pomalaa salah satunya adalah PT. Aneka Tambang Pomalaa Dilakukan Melalui Konsep Kemitraan Pada Lingkup Komunitas UMKM Dengan Partisipasi Pihak Perusahaan dan Pihak UMKM yang bantuan dialokasikan dalam bentuk bantuan modal, bantuan peralatan kerja/usaha dan pelatihan-pelatihan peningkatan soft skill. Dalam proses kemitraan diperoleh melalui pengajuan proposal permohonan kemitraan oleh UMKM, diseleksi kelayakan dan selanjutnya dialokasikan bantuan. Pelaksanaan kegiatannya meliputi: Tahap Pertama Perencanaan, dimana perusahaan memberikan kesempatan kepada UMKM untuk mengusulkan program bantuan dalam bentuk proposal ke departemen yang mengelola program CSR. Tahap kedua pelaksanaan, dimana pada tahap ini pengusulan yang masuk kemudian diseleksi berkas dan dilakukan peninjauan berkaitan dengan kelayakan pengusul dijadikan sebagai bagian dari mitra yang diantaranya adalah potensi pengembangan usaha. Tahap ketiga adalah monitoring aktivitas yang dilakukan oleh pihak mitra dalam hal ini pelaku UMKM, tahap evaluasi dan pelaporan, dimana dalam tahap ini program ditinjau dari sisi keberhasilan dan kegagalannya untuk dijadikan sebagai dasar dalam menentukan pola-pola selanjutnya, serta dimuat dalam bentuk laporan akhir sebagai bagian dari pertanggung jawaban.

Penerapan Startegi

Pola peningkatan UMKM kreatif melalui pemanfaatan dana CSR perusahaan pertambangan dilakukan dengan beberapa upaya diantaranya

a. aspek keuangan

dalam hal keuangan, strategi peningkatan UMKM kreatif ditempuh melalui Peningkatan Kemampuan Bidang pembukuan Keuangan, manajemen keuangan, administrasi keuangan dan pelaporan keuangan

serta peningkatan modal usaha serta Pelatihan manajemen Keuangan yang membahas mengenai praktik membuat anggaran keuangan.

b. Aseks sumberdaya manusia

Peningkatan sumberdaya manusia para pelaku UMKM dilakukan melalui Peningkatan kemampuan manajemen usaha, Pengelolaan usaha, *soft skill* dan *hard skill* Soft skill, Praktik menentukan target pelanggan,

c. Aspek Produksi dan Teknologi

Peningkatan kreatifitas UMKM dilakukan dalam bentuk praktik Peningkatan produksi melalui teknologi terbaru, pengolahan produksi yang baik, produksi efektif dan efisien, Praktik membuat business model canvas, dan Praktik menetapkan tujuan.

d. Aspek pemasaran

Peningkatan kreatifitas UMKM dilakukan dalam bentuk praktik Peningkatan pemasaran dan inovasi produk para pelaku UMKM diberikan pelatihan berupa a. Praktik memahami kebutuhan pelanggan b. Praktik dimensi kualitas pelayanan WOW c.Praktik menangani keluhan pelanggan, Praktik mendesain variasi produk, Pemanfaatan teknologi untuk peningkatan akses pasar melalui *e-commerce* . Kesemuanya merupakan aspek – aspek inti dari terbentuknya UMKM yang kreatif

Wujud dari strategi peningkatan UMKM kreatif melalui program CSR terlihat dari beberapa sektor UMKM yang telah bermitra yang beberapa diantaranya berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelaku usaha pada sektor kelautan dan perikanan, PT. Aneka Tambang Tbk. melalui program pemberdayaan ekonomi nelayan melakukan pembinaan dalam upaya meningkatkan kemampuan nelayan serta memaksimalkan potensi kekayaan laut yang terdapat di Pomalaa, PT. Aneka Tambang Tbk juga menyiapkan sejumlah program dilakukan secara bertahap antaranya adalah penguatan kapasitas anggota kelompok nelayan melalui berbagai kegiatan pelatihan inovasi teknologi udang vaname metode bioflok dan rumput laut metode JAGA (Jaring Alga), Pembuatan Sentra Budidaya laut dan eco-wisata pada pesisir pantai desa hakatotobu kecamatan Pomalaa,serta memberikan bantuan peralatan tangkap ikan(jaring/waring) kepada nelayan sekitar. Pada sektor perdagangan, selain memberikan pelatihan, perusahaan PT.Aneka Tambang juga membangun kemitraan dengan pelaku UMKM dengan memberikan bantuan gerobak bakso kepada beberapa

pedangan bakso yang salah satunya adalah Koperasi Indah yang berada di kelurahan dawi-dawi kecamatan Pomalaa.

E. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam upaya peningkatan UMKM kreatif melalui pemanfaatan CSR dapat di tempuh melalui beberapa pola diantaranya melalui pola kemitraan, komunitas dan partisipatif melalui tahap Pengajuan proposal, seleksi, ralisasi dan pelaporan. Bentuk dari program diantaranya pengembangan kemampuan pelaku UMKM peningkatan kemampuan pemahaman pengelolaan keuangan, peningkatan Sumberdaya Manusia, Produksi dan teknologi serta pemasaran.

Saran

Berdasarkan Data jumlah perusahaan pertambangan yang ada di kecamatan pomalaa terlihat Sebagian perusahaan yang belum memiliki program CSR untuk membantu pengembangan UMKM di wilayah terdampak aktifitas penambangan, sehingga dibutuhkan peran serta dari pemerintah untuk mendorong keterlibatan para perusahaan pertambangan untuk mengalokasikan Sebagian pendapatan perusahaan untuk program CSR.

REFERENSI

1. Anto, A. (2016). Program Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Indeks Kepuasan Publik Di Riau. *Sosio Konsepsia*, 6(1), 90–109. <https://doi.org/10.33007/ska.v6i1.330>
2. Arto,A & Hutomo,B.S (2013). Enam pilar insektisida” kebijakan pengembangan dan Penguatan Umkm berbasis kerjasama kemitraan dengan pola CSR sebagai strategi peningkatan peran pemerintah dan Perusahaan untuk menjaga eksistensi umkm dalam mea 2015. *Economics Development Analysis Journal*.<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>
3. Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 12(1), 45. <https://doi.org/10.23917/jep.v12i1.204>
4. Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 15. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
5. I Andayani, MV Roesmniningsih, W. Y. (2021). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa*. <http://journal2.um.ac.id/index.php/JPN/article/view/20221>
6. Iskandar Ahmaddien, S.S.T., S.E., M.M., CRP. Dr. Yofy Syarkani, C. (2019). • Statistika Terapan. In *Penerbit Andi Yogyakarta*.
7. Izzaty, R. E., Astuti, B., & Cholimah, N. (2017). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
8. Kholidah, N., & Hakim, M. R. (2018). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181–197.
9. Lestari Nasution, W. S., Nusa, P., & Putra, S. D. (2021). Membangkitkan Umkm Di Tengah Pandemi Covid 19. *TRIDHARMADIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Jayakarta*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.52362/tridharmadimas.v1i1.494>
10. Ngiu, Z., & Hamid, S. Al. (2021). *Gorontalo*. 4(1).
11. Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108.

<https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>

12. Sugiyanto, E., Widowati, S. & Wijayanti, R. (2018). Pola Pengelolaan Program Csr Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*. 10.26623/jdsb.v19i2.985
13. Sutrisno, E. (2020). Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor UMKM Dan Pariwisata. *Jurnal Kajian Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*, 09(November), 87–96.
14. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*.
1. Yanuar, M. R. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi . Birokrasi Pancasila : Jurnal Pemerintahan, Pembangunan, dan Inovasi Daerah. <http://jurnal.madiunkab.go.id/index.php/bp%0APemberdayaan>.

BAB 4

PERAN GENDER TERHADAP ENTREPRENEUR BEHAVIOR DAN KEMUDAHAN AKSES PERMODALAN DALAM UPAYA MENDORONG KINERJA UMKM KABUPATEN MUNA

A. Introduction

Ditengah bertambahnya jumlah unit usaha UMKM di Indonesia¹, data statistik menunjukkan bahwa 23% UMKM dimiliki oleh perempuan dengan peningkatan pertumbuhan usaha sebesar 8,1% per tahun (The Asia Yayasan, 2013). Sementara itu, jumlah UMKM yang dimiliki laki-laki ternyata semakin berkurang. Selain itu, proporsi perempuan pengusaha UMKM yang melaporkan pencapaian profitabilitas bisnis dalam kategori "sangat memuaskan" juga ditemukan lebih tinggi (41%) dibandingkan laki-laki pengusaha UMKM (31%). Pada tahun 2013, UMKM tercatat telah memberikan kontribusi positif bagi perekonomian Indonesia di jumlah yang setara dengan 9,1% dari Produk Domestik Bruto (PDB) negara tersebut, yang sebesar menjadi Rp 443 triliun untuk usaha kecil dan Rp 421 triliun untuk perusahaan menengah (Perusahaan Keuangan Internasional-Bank Dunia, 2016).

Kinerja UMKM di Indonesia sayangnya masih dibayangi oleh isu kesetaraan gender yang terkait antara lain kemudahan akses permodalan dalam menjalankan usaha. Survei yang dilakukan oleh *International Finance Corporation* dan Bank Dunia pada tahun 2016 menemukan bahwa proporsi perempuan yang mempersepsikan rumitnya prosedur pemberian bank pinjaman sebagai faktor negatif bagi kelangsungan usaha UMKM mereka lebih tinggi (40%) dibandingkan untuk laki-laki (28%). Selain itu, Kholifah (2011) juga menemukan bahwa perempuan memiliki kemampuan yang lebih rendah daripada laki-laki dalam hal akses bantuan permodalan dari program pemerintah. Pada beberapa penelitian sebelumnya Nainggolan (2016), juga ditemukan adanya hubungan negatif antara *gender* (perempuan) dan kemudahan akses permodalan. Namun, ada juga bukti empiris untuk hubungan positif atau bahkan tanpa adanya korelasi yang signifikan (Mahastanti & Nugrahanti, 2013).

Isu kesetaraan *gender* dalam UMKM juga dapat ditelaah melalui hubungannya dengan perilaku kewirausahaan yang ditampilkan. Sherlywati, Handayani, dan Harianti (2017) membandingkan kemampuan kewirausahaan perempuan dan laki-laki pada UMKM di Bandung, Indonesia dan menemukan bahwa UMKM lebih percaya diri dalam menghadapi

tantangan persaingan, memiliki jangka waktu yang lebih panjang orientasi dalam pengembangan bisnis, dan lebih fleksibel dan adaptif terhadap perubahan dalam lingkungan. Sementara itu, Acheampong (2018) mengamati bahwa perempuan memiliki hubungan positif dengan perilaku kewirausahaan. Di sisi lain tangan, Suwarno (2015) menemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara perempuan dan laki-laki mengenai sikap penghindaran risiko terhadap lingkungan yang ambigu dan tidak pasti.

Inkonsistensi temuan penelitian tersebut juga didukung dengan Fenomena yang terjadi pada UMKM di Kabupaten Muna. Dimana perkembangan jumlah UMKM dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Kemudian persentasi UMKM yang terdaftar atau memiliki legalitas adalah rata-rata hanya 14,3% dari tahun 2019-2021.

Tabel 4. 1 Perkembangan Jumlah UMKM Kab. Muna

Satatus	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
Terdaftar	349	168	94
Tidak Terdaftar	1876	1207	905

Sumber Dinas Koperasi dan UMKM 2022

Berdasarkan hal tersebut memotivasi penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor kontingensi tertentu yang dapat menjelaskan kemungkinan kondisi terkait hubungan *gender*, *Entrepreneur Behavior*, akses permodalan, dan kinerja UMKM. Karena itu, secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Peran *Gender* terhadap *Entrepreneurial Behaviour* pada pengusaha UMKM; (2) Peran *Gender* terhadap kemudahan akses permodalan pengusaha UMKM; (3) Peran *Gender* terhadap kinerja UMKM; (4) pengaruh *Entrepreneurial Behaviour* pada pengusaha UMKM terhadap kinerja UMKM; dan (5) pengaruh kemudahan akses permodalan yang dirasakan pengusaha UMKM terhadap kinerja UMKM, (6) pengaruh mediasi perilaku kewirausahaan antara gender dan kinerja UMKM, dan (7) pengaruh mediasi kemudahan akses permodalan antara gender dan kinerja UMKM

B. Literature Review

1. Gender dan *Entrepreneurial Behaviour*

Perilaku wirausaha merupakan ciri kepribadian yang dimiliki seseorang untuk menjadi seorang pengusaha, Sherlywati dkk. (2017). Perilaku kewirausahaan yang ditampilkan antar individu bisa sangat berbeda karena erat kaitannya dengan perbedaan karakteristik demografi yang dimiliki, seperti usia, jenis kelamin, dan Tingkat Pendidikan. Dalam perspektif gender, perbedaan perilaku kewirausahaan dapat muncul sebagai konsekuensi dari berbagai bentuk "kepercayaan sosial" yang diberikan oleh lingkungan kepada laki-laki dan perempuan (Acheampong, 2018; Sarasvathy, et al, 2014).

Alma (2013) mengungkapkan bahwa pria dan wanita menunjukkan beberapa perbedaan dalam karakteristik wirausaha. Pria ternyata lebih menghargai aspek ketekunan dan keberanian dalam mengambil resiko, sedangkan perempuan dalam masalah kemandirian dan perubahan. Menariknya, wanita cenderung merasakan kapasitas kewirausahaan yang lebih rendah daripada pria.

2. Gender dan Kemudahan Akses Permodalan

UMKM menghadapi tantangan dalam hal kemudahan mengakses permodalan (sumber daya keuangan) dari eksternal pihak (BSE, 2017). Yang dimaksud dengan "kemudahan akses permodalan" adalah tingkat kemudahan memperoleh informasi, pelayanan, dan persetujuan permohonan dana diserahkan. Fenomena ini cukup memprihatinkan mengingat perkembangan dan peningkatan potensi pertumbuhan UMKM membutuhkan keberadaan usaha yang kondusif secara nyata lingkungan, terutama terkait dengan akses ke pendanaan (*International Finance Corporation-World Perbankan*, 2016).

Meskipun UMKM pada awalnya mampu beroperasi dengan memaksimalkan potensi sumber daya keuangan yang berasal dari internal, seiring berkembangnya usaha UMKM tidak dapat menghindari perlu mendapatkan tambahan dana dari pihak eksternal (Verheul & Thurik, 2001). Menariknya, tingkat kemudahan akses permodalan dapat dipersepsikan secara berbeda oleh laki-laki dan perempuan pengusaha UMKM. Penelitian (Nainggolan, 2016) menemukan bahwa UKM cenderung merasakan tingkat kemudahan yang lebih rendah dalam mengakses sumber keuangan dari luar. Demikian pula, secara agregat, jumlah kredit yang disetujui untuk UKM juga ditemukan lebih kecil daripada untuk UMKM (Nguyen & Nguyen, 2014). (Kholifah, 2011) mengamati perempuan

dianggap memiliki kapasitas yang relatif lebih kecil dan juga lebih berisiko dibandingkan UMKM yang dikelola oleh laki-laki.

3. Gender dan Kinerja UMKM

Ardiana, Brahmayanti, dan Subaedi (2010) mendefinisikan kinerja usaha sebagai hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi dan merupakan sarana dalam mencapai tujuan organisasi. Kinerja bisnis tetap pelaku usaha fokus pada aspek pertumbuhan dan keberlanjutan usaha, yang pada akhirnya bermuara pada pemenuhan tujuan ekonomi pemilik usaha (Khalid, Maalu, Gathungu, & McCormick, 2016). Dalam berbagai penelitian, tingkat kinerja UMKM dapat ditentukan dengan mengukur produktivitas, mengembangkan unit bisnis, meningkatkan volume dan profitabilitas, atau jumlah penjualan, kepuasan karyawan dan motivasi karyawan, dan pertumbuhan karyawan, laba kotor dan arus kas (Kraus, Rigtering, Hughes, & Hosman, 2012).

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengungkapkan perbedaan tingkat kinerja ditampilkan oleh para pengusaha UMKM laki-laki dan perempuan. Kim dan Sherraden (2014) menemukan bahwa tingkat kinerja UMKM lebih tinggi dari pada UMKM. Tingkat kinerja superioritas yang ditampilkan oleh UMKM adalah karena kepemilikan jaringan usaha dengan karakteristik yang lebih luas, tingkat keterikatan yang lebih rendah, dan potensi peningkatan sumber daya yang lebih tinggi dibandingkan dengan jaringan bisnis yang dimiliki oleh UMKM. Nainggolan (2016) dan Radipere dan Dhliwayo (2014) juga menemukan bahwa tingkat pendapatan UMKM lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh UMKM.

4. *Entrepreneurial Behaviour* dan Kinerja UMKM

Hasil penelitian sebelumnya telah mengungkapkan hubungan positif antara kewirausahaan perilaku dan kinerja UMKM. Rante (2010) membuktikan bahwa perilaku kewirausahaan karakteristik seperti daya saing, sikap kerja keras, ketekunan, dan pandangan ke depan memiliki positif berpengaruh terhadap kualitas kinerja UMKM. Dalam studi yang berbeda, Kraus et al. (2012) mengamati bahwa aspek inovasi, keberanian mengambil risiko dan kemampuan mengelola lingkungan Ketidakpastian yang dimiliki pengusaha mampu menjaga bisnis UMKM di Belanda tetap bertahan dan sukses secara finansial dalam kondisi krisis ekonomi dan

turbulensi. Khalid dkk. (2016) juga menemukan bahwa kinerja UMKM dipengaruhi secara positif oleh beberapa dimensi perilaku kewirausahaan seperti tingkat penerimaan risiko yang tinggi, tekad yang kuat untuk pencapaian tujuan dan tingkat pemenuhan legitimasi yang tinggi.

Secara psikologis, perilaku wirausaha adalah tindakan yang dilakukan oleh seorang wirausaha berdasarkan kemampuan yang dimiliki dalam rangka mencapai tujuan bisnisnya. Tindakan ini diyakini muncul jika saja ada pilihan yang memotivasi pengusaha untuk bertindak sedemikian rupa pada intensitas tertentu dan periode. Motivasi tersebut dapat berupa kebutuhan untuk berprestasi, penerimaan resiko kecenderungan, toleransi terhadap ambiguitas, locus of control, self-efficacy dan penetapan tujuan atau kemandirian dan otonomi, keandalan dan keamanan finansial, pengakuan dan status serta motivasi sosial motivasi (Stephan, Hart, & Drews, 2015).

5. Akses Permodalan dan Kinerja UMKM

Masalah pembiayaan menjadi tantangan paling signifikan yang sering dihadapi oleh UMKM dan memiliki dampak signifikan terhadap kinerjanya (Ndiaye et al., 2018). Adawiyah (2011) menemukan bahwa UMKM cenderung mengalami kesulitan dalam memperoleh pinjaman modal dari pihak eksternal seperti: bank atau lembaga keuangan lainnya. Hossain, et al (2018) mengamati bahwa lingkungan modal untuk UMKM menemukan bahwa akses ke pendanaan memiliki berdampak positif bagi kinerja UMKM. UMKM yang berhasil mendapatkan pinjaman karena kemudahannya akses dianggap lebih mungkin untuk menerapkan strategi proaktif dalam meningkatkan penjualan. Modal usaha kepemilikan sebagai bentuk sumber daya keuangan (Acheampong, 2018), merupakan aspek fundamental bagi perusahaan dalam menentukan strategi bersaingnya agar dapat menang peluang keberhasilan bisnis

C. Research Methods

1. Jenis dan Tempat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah “explanatory research” atau penelitian yang bersifat menjelaskan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dengan maksud membenarkan atau memperkuat hipotesis dengan harapan, yang pada akhirnya dapat memperkuat teori yang dijadikan sebagai pijakan. Penelitian ini menekankan pada hubungan antar variabel penelitian dengan menguji hipotesis uraiannya mengandung

deskripsi tetapi fokusnya terletak pada hubungan antar variabel. Adapun lokasi penelitian adalah UMKM di Kabupaten Muna Provinsi Sulawesi Tenggara.

2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh UMKM yang terdaftar/legal pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Muna sebanyak 94 UMKM namun UMKM yang dapat dijangkau dan bersedia hanya 31 UMKM.

3 Sumber dan Jenis Data

Data Primer

Data ini diambil berdasarkan kuisioner yang dibagikan kepada responden. Adapun yang termasuk dalam data primer adalah tanggapan responden terhadap variabel empat variabel laten dari literatur yang ditinjau untuk memenuhi tujuan dari penelitian ini. Variabel tersebut adalah *gender*, *Entrepreneur Behavior*, kemudahan akses permodalan dan kinerja UMKM.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah oleh orang atau lembaga lain yang telah dipublikasikan. Data tersebut diperoleh dari majalah-majalah, laporan instansi terkait maupun dari literatur-literatur yang ada meliputi: jumlah personil, struktur organisasi, dan deskripsi jabatan dan lain-lain.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampelnya menggunakan tipe nonprobability sampling dengan metode *purposive sampling* berupa:

- a. Studi pustaka, metode ini digunakan untuk memperoleh data sekunder, yaitu meliputi data jumlah UMKM, identifikasi masalah UMKM dan masalah lain yang ada di Kabupaten Buton Selatan.
- b. Penyebaran kuisioner, merupakan pengumpulan data secara langsung yang dilakukan dengan mengajukan daftar wawancara dan pertanyaan pada responden. Kuesioner dikirimkan secara langsung secara online kepada setiap pimpinan UMKM pada Kabupaten Buton Selatan Provinsi Sulawesi Tenggara.
- c. Data yang diperoleh dengan wawancara dan pemberian kuesioner bagi manajer atau pemilik UMKM dengan kriteria: 1) UMKM produktif yang memiliki potensi untuk dikembangkan oleh pihak Bank dan pemerintah, 2) Tahun pengamatan 2019-2021. Selanjutnya dilakukan

analisis faktor dengan metode *Principal Component Analysis* dan *Struktural Equatin Modelling* (SEM) dengan program *Partial Least Square* (PLS), (Klin, 2015)

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor dengan metode *Principal Component Analysis*, dan juga menggunakan konsep *Struktural Equatin Modelling* (SEM) dengan program *Partial Least Square* (PLS). Menurut Klin, (2015) Analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel devenden berganda dan variabel indeviden berganda. PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang, dan multikolinearitas..

D. Results

Berdasarkan hasil analisis penelitian menggunakan metode PLS dan dibantu dengan Software SmartPLS 3.3. Model pengukuran outer model dengan indikator reflektif yang memiliki nilai validitas dan reliabilitas (*loading diatas 0,5*) dari konstruk yang diukur dengan convergent validity dan discriminant validity, sedangkan reliability konstruk diukur dengan composite reliability. Hasil pengujian model pengukuran dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Validitas dan Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
EB	0.889	0.898	0.923	0.751
G	1.000	1.000	1.000	1.000
K	0.934	0.950	0.951	0.796
KP	0.954	0.957	0.964	0.816

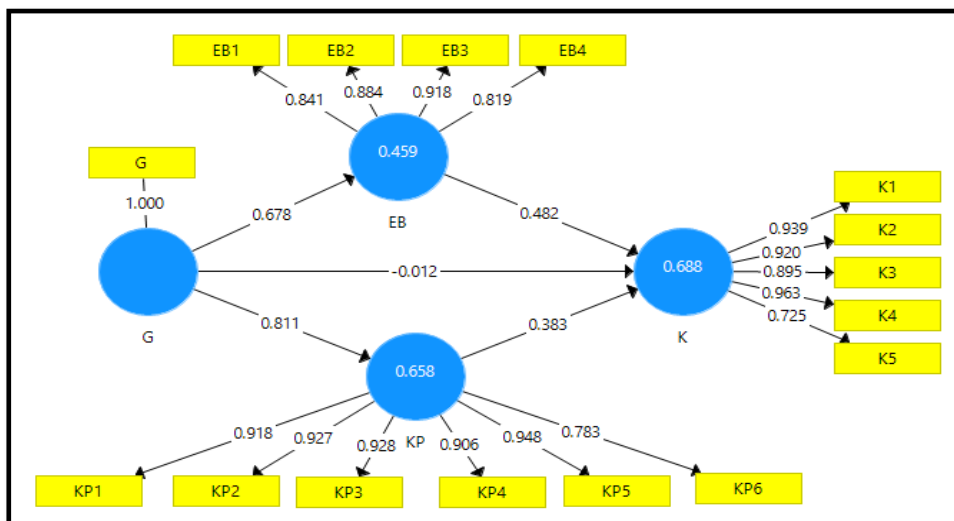
Hasil *Convergent validity* dilakukan dengan melihat item reliability (indikator valditas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor* >0,7 dikatakan valid, hasil *loading factor* dapat ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut

Tabel 4. 3 Result For Outer Loadings

	EB	G	K	KP
EB1	0.841			
EB2	0.884			
EB3	0.918			
EB4	0.819			
G		1.000		
K1			0.939	
K2			0.920	
K3			0.895	
K4			0.963	
K5			0.725	
KP2				0.927
KP3				0.928
KP4				0.906
KP5				0.948
KP6				0.783

Model pada penelitian ini juga dapat dievaluasi dengan melihat r-square (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependend nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Semakin tinggi nilai r-square maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis adalah nilai *path coefficient*.

Gambar 4. 1 Hasil inner loading (*bootstrapping*)



Analisis Variant (R^2) atau Uji Determinasi untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, nilai dari koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4. 4 Nilai R-square

	R Square	R Square Adjus...
EB	0.459	0.449
K	0.688	0.671
KP	0.658	0.652

Dari nilai r-square pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa kontribusi yang jelaskan terhadap variabilitas konstruk *entrepreneur behavioral* sebesar **45,9%**, dan sisanya sebesar **54,1%**, variabilitas konstruk Kemudahan akses permodalan sebesar **65,8%**, dan sisanya sebesar **34,2%** diterangkan oleh konstruk lainnya, dan variabilitas konstruk kinerja UMKM sebesar **68,8%**, dan sisanya sebesar **31,2%** diterangkan oleh konstruk lainnya selain yang diteliti dalam penelitian ini.

Selanjutnya untuk melihat nilai *path coefficient*, perlu dilakukan prosedur uji hipotesis dengan melakukan proses *bootstrapping*. Nilai pengujian hipotesis penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5:

Tabel 4. 5 Hasil Path Coefficients

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
EB -> K	0.482	0.496	0.104	4.636	0.000
G -> EB	0.678	0.678	0.075	8.974	0.000
G -> K	-0.012	-0.008	0.109	0.109	0.913
G -> KP	0.811	0.809	0.050	16.113	0.000
KP -> K	0.383	0.371	0.152	2.516	0.012

Hipotesis pertama menguji pengaruh *Gender* terhadap *entrepreneurial behaviour*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* *Gender* terhadap *entrepreneurial behaviour* sebesar **0,678** dan t-statistik yaitu sebesar **8,974**. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan, karena p-value <0,05 sehingga

hipotesis pertama diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Gender* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial behaviour*.

Hipotesis kedua menguji pengaruh peran *gender* terhadap kemudahan akses permodalan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* gender terhadap kemudahan akses permodalan sebesar **0.811** dan t-statistik sebesar **16,113**. Dari hasil tersebut didapatkan t-statistik signifikan, karena p-value <0,05 sehingga **hipotesis kedua diterima.** Hal ini membuktikan bahwa gender terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kemudahan akses permodalan.

Hipotesis ketiga menguji pengaruh gender terhadap kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* gender terhadap kinerja UMKM sebesar **-0.012** dan t-statistik sebesar **0,109**. Dari hasil tersebut didapatkan t-statistik tidak signifikan, karena >0,05 sehingga **hipotesis ketiga ditolak.** Hal ini membuktikan bahwa gender terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hipotesis keempat menguji pengaruh *entrepreneurial behaviour* terhadap kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* *entrepreneurial behaviour* terhadap kinerja UMKM sebesar 0.482 dan t-statistik sebesar **4,636**. Dari hasil tersebut didapatkan t-statistik signifikan, karena < 0,05 sehingga **hipotesis keempat diterima.** Hal ini membuktikan bahwa *entrepreneurial behaviour* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hipotesis kelima menguji pengaruh kemudahan akses permodalan terhadap kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* kemudahan akses permodalan terhadap kinerja UMKM sebesar 0.383 dan t-statistik sebesar **2,516**. Dari hasil tersebut didapatkan t-statistik signifikan, karena < 0,05 sehingga **hipotesis kelima diterima.** Hal ini membuktikan bahwa kemudahan akses permodalan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hipotesis keenam menguji pengaruh mediasi *entrepreneurial behaviour* terhadap gender dan kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* antara variabel gender dan kinerja UMKM yang dimediasi oleh *entrepreneurial behaviour* sebesar **0,326** dan t-statistik sebesar **3.917** dengan p-value <0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh mediasi *entrepreneurial behaviour* terhadap gender dan kinerja UMKM.

Tabel 4. 6 Hasil *Path Coefficients* Tidak Langsung (Mediasi)

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
G -> EB -> K	0.326	0.337	0.083	3.917	0.000
G -> KP -> K	0.310	0.300	0.127	2.448	0.015

Hipotesis ketujuh menguji pengaruh mediasi kemudahan akses permodalan pada hubungan antara gender dan kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* atau *path coefficient* hubungan antara gender dan kinerja UMKM yang dimediasi oleh kemudahan akses permodalan sebesar **0,310** dan t-statistik sebesar 2,448 dengan p-value <0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh mediasi kemudahan akses permodalan terhadap hubungan antara gender dan kinerja UMKM.

REFERENCES

1. Acheampong, G. (2018). Microfinance, gender and entrepreneurial behaviour of families in Ghana. *Journal of Family Business Management*, 8(1), 38–57.
2. Adawiyah, W. R. (2011). Faktor penghambat pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Journal and Proceeding Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jendral Soedirman*, 1(1), 1–18.
3. Alma, B. (2013). Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta. Ardhanari, M. (2007). Analisis personal PUMIK (Perempuan Pengusaha Mikro) di Surabaya dalam upaya pengembangan keberhasilan usaha bidang ritel yang dimoderasi faktor kultural. *Jurnal Widya Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 231–243.
4. Ardiana, I. D. K. R., Brahmayanti, I. A., & Subaedi. (2010). Kompetensi SDM UKM dan pengaruhnya terhadap kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 42–55.
5. Beck, T., Lu, L., & Yang, R. (2015). Finance and growth for microenterprises: Evidence from rural China. *World Development*, 67, 38–56.
6. European Central Bank. (2017). Survey on the Access to Finance of Enterprises April to September 2017. Frankfurt am Main, Germany: European Commission and European Central Bank.
7. Gray, C. (2012). Entrepreneurship, resistance to change and growth in small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(1), 61–72.
8. Hossain, M., Yoshino, N., & Taghizadeh-Hesary, F. (2018). Local Financial Development, Access to Credit and Smes' Performance: Evidence from Bangladesh (ADB Working Papers No. 906). Tokyo: Asian Development Bank Institute.
9. International Finance Corporation - World Bank. (2016). Women-owned SMEs in Indonesia: A Golden Opportunity for Local Financial Institutions. Frankfurt: International Finance Corporation.
10. Kamasak, R. (2015). Determinants of innovation performance: A resource-based study. In *Procedia - Social and Behavioural Sciences* (Vol. 195, pp. 1330–1337).
11. Khalid, B., Maalu, J., Gathungu, J., & McCormick, D. (2016). Entrepreneurial behaviour, institutional context and performance of micro and small livestock enterprises in North Eastern Region of

- Kenya. *Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management*, 16(9), 47–53.
12. Khavul, S. (2010). Microfinance: Creating opportunities for the poor. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 58–72
 13. Kholifah, E. (2011). Kajian Ketimpangan Gender dalam Peningkatan Kapasitas dan Usaha Mikro Perempuan di Kabupaten Bondowoso. *Politico Jurnal Ilmu Sosial*, XI(1), 109–122. K
 14. Kim, S.-M., & Sherraden, M. (2014). The impact of gender and social networks on microenterprise business performance. *The Journal of Sociology & Social Welfare*, 41(3), 49–69.
 15. Kraus, S., Rigtering, J. P. C., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial Orientation and the Business Performance of SMEs: A Quantitative Study from the Netherlands. *Review of Managerial Science*, 6(2), 161–182.
 16. Mahastanti, L. A., & Nugrahanti, Y. W. (2013). Bias gender dalam akses kredit perbankan (studi pada pengusaha mikro dan menengah di Salatiga). *MODUS*, 25(2), 139–151.
 17. Muravyev, A., Talavera, O., & Schäfer, D. (2009). Entrepreneurs' gender and financial constraints: Evidence from International data. *Journal of Comparative Economics*, 37(2), 270–286.
 18. Nainggolan, R. (2016). Gender, tingkat pendidikan dan lama usaha sebagai determinan penghasilan UMKM kota Surabaya. *Kinerja: Journal Business and Economics*, 20(1), 1–12.
 19. Ndiaye, N., Razak, L. A., Nagayev, R., & Ng, A. (2018). Demystifying small and medium enterprises' (SMEs) performance in emerging and developing economies. *Borsa Istanbul Review*, 4(3), 269–281.
 20. Nguyen, T. T. M., & Nguyen, T. D. (2014). The impact of cultural sensitivity and information exchange on relationship quality. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(7), 754–768. <https://doi.org/10.1108/MIP-12-2012-0140>
 21. Radipere, S., & Dhliwayo, S. (2014). The role of gender and education on small business performance in the South African small enterprise sector. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 104–110.
 22. Rante, Y. (2010). Pengaruh budaya etnis dan perilaku kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro kecil agribisnis di provinsi Papua. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), 133–141.

23. Sarasvathy, S., Kumar, K., York, J. G., & Bhagavatula, S. (2014). An effectual approach to international entrepreneurship: Overlaps, challenges, and provocative possibilities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 71–93.
24. Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2012). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279.
25. Sherlywati, Handayani, R., & Harianti, A. (2017). Analisis perbandingan kemampuan kewirausahaan pengusaha perempuan dan laki-laki: Studi pada UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 155–166.
26. Stephan, U., Hart, M., & Drews, C.-C. (2015). Understanding Motivations for Entrepreneurship: A Review of Recent Research Evidence (Rapid Evidence Assessment Paper). United Kingdom: Enterprise Research Centre.
27. Suwarno, H. L. (2015). Intensi kewirausahaan pada mahasiswa-mahasiswa di Indonesia. In *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu: Kajian Multi Disiplin Ilmu untuk Mewujudkan Poros Maritim dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat*. Semarang - Indonesia: UNISBANK.
28. The Asia Foundation. (2013). Access to trade and growth of women's SMEs in APEC developing economies: Evaluating the business environment in Indonesia. San Francisco.
29. Verheul, I., & Thurik, R. (2001). Start-up Capital: "Does gender matter?" *Small Business Economics*, 16(4), 329–345. Zhu, H., & Kuriyama, C. (2016). Gender-related constraints faced by Women-owned SMEs. Singapore: APEC.

BAB 5

PERANAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGUATAN KREATIVITAS INOVASI ENTERPRENEUR PADA EKONOMI KREATIF SUB SEKTOR KULINER KOTA KENDARI

A. Pendahuluan

Industri kreatif saat ini menghadapi persaingan pasar yang sangat ketat dimana setiap harinya pelaku usaha melahirkan produk baru dengan sentuhan kreativitas dan inovasi. Hal tersebut menciptakan reaksi kepada setiap pelaku usaha sebagai entrepreneur untuk berupaya agar produk yang diciptakan menambah kesan kreativitas maupun inovasi karena jika tidak maka pelaku usaha akan terhujam dengan persaingan dari kompetitor lainnya. Selain itu, belum selesai dengan persoalan persaingan tersebut persoalan pandemi Covid-19 juga masih belum hilang dari ingatan para entrepreneur yang turut memukul secara menyeluruh tanpa terkecuali industri kreatif baik yang skala usahanya besar, menengah, maupun kecil. Para pelaku usaha sebagai entrepreneur menjadi peran sumber daya manusia paling penting dalam menakodai sebuah usaha yang produktif. Dalam dunia industri kreatif seorang entrepreneur harus andal dalam mengkreasikan produknya dengan strategi-strategi jitu yang mampu menarik pelanggan dengan baik.

Kota kendari merupakan salah satu kota jasa dan kota urban yang berada di Provinsi Sulawesi Tenggara, turut serta dalam pengembangan 17 subsektor industri kreatif dibawah pengawasan Pemerintah daerah Kota Madya Kendari melalui Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Kota Kendari. Pemandangan yang paling menonjol apabila kita berkunjung ke Kota Kendari adalah menjamurnya industri kreatif subsektor kuliner yang berada di sepanjang Jl. Abunawas dan *By pass*. Kondisi ini menjadi dasar yang sangat potensial bagi pemerintah Kota Kendari dalam penguatan industri kreatif melalui subsektor kuliner dengan harapan mampu membangkitkan kembali ekonomi setelah pandemi *Covid-19* dan menekan angka pengangguran, menciptakan lapangan pekerjaan dan menambah pendapatan asli daerah Kota Kendari.

Berdasarkan hasil pilot studi yang dilakukan pada di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Kota Kendari fenomena masalah yang sangat klasik dalam perkembangan industri kreatif adalah sumber daya manusia

(*entrepreneur*) dianggap belum optimal dalam mengkreasikan usahanya. Pelaku usaha kuliner masih mengelola usaha yang umum sudah ada dan terkesan menjadi follower. Selain itu masalah lainnya, pusat pengembangan industri kreatif belum jelas masih terjadi tumpang tindih tupoksi antar dinas Prov/Kota sehingga pengendalian dan pengawasan industri kreatif belum optimal. (Sumber: Kasi. *Ekonomi Kreatif Dinas Parekraf Kota Kendari*).

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peranan pemerintah daerah dalam menstimulus pengembangan kreativitas inovasi para *entrepreneur* khususnya pada industri kreatif subsektor kuliner di Kota Kendari. Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggrahini M (2019) berjudul Pengaruh Jiwa Wirausahaan dan Peranan Pemerintah terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Bakso Di Kota Malang) menemukan hasil penelitian bahwa pengaruh jiwa kewirausahaan pengusaha dan peranan pemerintah terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 76,1%. Pengaruh terbesarnya terdapat dari variabel jiwa kewirausahaan sedangkan pengaruh terkecil terdapat pada variabel peranan pemerintah (Anggrahini M, 2019). Hal tersebut diduga karena faktor keterlibatan pemerintah masih belum optimal. Penelitian terdahulu lainnya yang diteliti oleh Rofaidah,dkk (2019) berjudul Strategi Pengembangan Corporate Entrepreneurship pada Industri Kreatif Digital di Jawa Barat menemukan bahwa sebagian besar industri kreatif digital berbentuk UMKM yang memiliki keterbatasan sumberdaya seperti bahan baku, sumberdaya manusia, permodalan, serta akses terhadap sumber sumber informasi dan pendanaan.

Fenomena masalah dan penelitian terdahulu tersebut diatas menjadi hal yang penting untuk segera diteliti guna memformulasikan kebijakan yang tepat dalam rangka mewujudkan kembali perekonomian yang stabil di daerah setelah Pandemi *Covid-19* nantinya.

B. Peranan Pemerintah daerah

Peran Pemerintah daerah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah peran pemerintahan daerah yang wilayah kerjanya mencakup wilayah Kota Kendari yang terkait dalam pengembangan industri kreatif sub sektor kuliner. Peran utama pemerintah dalam pengembangan industry kreatif adalah a) Katalisator dan fasilitator dan advokasi yang memberikan rangsangan, tantangan dan dorongan, agar ide-ide bisnis bergerak ketingkat kompetensi yang lebih tinggi. Dukungan itu dapat berupa komitmen pemerintah untuk menggunakan kekuatan politiknya dengan proporsional dan dnegan memberikan pelayanan adminisitrasi *public* dengan baik disamping dukungan bantuan financial, insentif ataupun proteksi, b) Regulator, yang menghasilkan kebijakan kebijakan yang berkaitan dengan *people*,industry, institusi, intermediasi dan sumber daya dan teknologi. Pemerintah dapat mempercepat perkembangan industry kreatif jika pemerintah mampu membuat kebijakan-kebijakan yang menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi industry kreatif, c) Konsumen,investor bahkan *entrepreneur*. Pemerintah sebagai investor harus dapat memberdayakan asset Negara untuk jadi produktif dalam lingkup industry kreatif dan bertanggung jawab terhadap investasi infrastruktur industry, d) *Urban planner*. Kreativitas akan tumbuh dengan subur dengan kota-kota yang memiliki iklim kreatif. Agar pengembangan ekonomi kreatif berjalan dengan baik maka perlu diciptakan kota-kota kreatif yang mampu menjadikan magnet yang menarik bagi individu untuk membuka usaha di Indonesia (Sulastri RE, 2015).

Industri Kreatif

Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta dari manusianya yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Sementara itu, di kalangan para pakar dalam bidang tersebut, nampaknya tidak ada perbedaan pengertian yang mendasar antara ekonomi kreatif dengan industri kreatif. Ditinjau dari aspek kebutuhan praktis, sebenarnya bukan merupakan persoalan yang serius. Secara umum dapat dikatakan bahwa keduanya mengandung pengertian sebagai aktivitas berbasis kreativitas yang berpengaruh terhadap perekonomian atau kesejahteraan masyarakat (Haerisma AS, 2018).

Industri kreatif dapat diartikan adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan

mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Konsep ini biasanya akan didukung dengan keberadaan industri kreatif yang menjadi pengejawantahannya. Seiring berjalannya waktu, perkembangan ekonomi sampai pada taraf ekonomi kreatif setelah beberapa waktu sebelumnya, dunia dihadapi dengan konsep ekonomi informasi yang mana informasi menjadi hal utama dalam pengembangan ekonomi (Paramita RW, 2021).

Kreativitas Inovasi Entrepreneur

Entrepreneur merupakan sumber daya manusia yang paling vital dalam sebuah usaha. Cantillon menjelaskan bahwa entrepreneur adalah “*agent who buys means of production at certain prices in order to combine them*” (Adi K, 2018). Dalam Bahasa Indonesia terdapat dua terjemahan untuk kata entrepreneur, yakni wiraswasta dan wirausaha. Kehadiran dan peranan entrepreneurship akan memberikan pengaruh terhadap kemajuan perekonomian dan perbaikan pada keadaan ekonomi di Indonesia sekarang ini karena wirausahawan dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan pemerataan pendapatan, memanfaatkan dan menstabilkan sumber daya untuk meningkatkan produktivitas nasional, serta meningkatkan kesejahteraan rakyat (Mutiarasari A, 2018).

Dalam penelitian ini *entrepreneur* yang kreatif dimaksudkan sebagai *creativepreneur*. Menurut British Council dalam Ariestiningsih (2021), *creative entrepreneur* atau wirausaha kreatif adalah istilah yang meliputi: 1) wirausaha di bidang kreatif, 2) mengembangkan inisiatif untuk mengembangkan pasar industri kreatif. (misalnya melalui festival, pameran, dll.). *Creativepreneur* selalu menghasilkan ide, inovasi dan pemikiran “*out of the box*”. Menurut Klerk, (2014), wirausaha kreatif adalah eksekutif perusahaan yang beroperasi di sektor ekonomi industri kreatif, karena sifat industri kreatif, tempat kelompok dalam masyarakat, dan operasi kelompok dengan orang-orang bisnis.

Inovasi menjadi sesuatu yang dianggap tidak terlalu jauh berbeda dengan kreativitas. Kreativitas dan Inovasi merupakan kegiatan menciptakan sesuatu yang baru namun letak perbedaannya adalah inovasi lebih kepada bagaimana sebuah ide memberikan manfaat bagi masyarakat luas sesuai dengan kebutuhan pasar. Kreativitas adalah: “Berpikir sesuatu yang baru”. “Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide

baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang”(Hadiyati E, 2011).Selanjutnya inovasi yaitu: “sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”(Hadiyati E, 2012).

State of The Art

Dalam penelitian ini berangkat dari persoalan mengenai Industri menjamurnya industri kreatif subsektor kuliner yang berada di sepanjang Jl. Abunawas dan *by pass* Kota Kendari. Kondisi ini memberikan kesan potensial bagi pemerintah daerah Kota Kendari dalam penguatan industri kreatif melalui subsektor kuliner, dengan harapan mampu membangkitkan kembali ekonomi setelah pandemi Covid-19 dan menekan angka pengangguran, menciptakan lapangan pekerjaan dan menambah pendapatan asli daerah Kota Kendari.

Fenomena masalah yang sangat klasik dalam perkembangan industri kreatif juga demikian terjadi di Kota Kendari yakni, sumber daya manusia (*entrepreneur*) dianggap belum optimal dalam mengkreasikan usahanya. Pelaku usaha kuliner masih mengelola usaha yang umum sudah ada dan terkesan menjadi follower. Selain itu masalah lainnya, kelembagaan industri kreatif belum dalam pembinaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Kendari sehingga pengendalian dan pengawasan industri kreatif belum optimal. Hal ini menjadi menarik untuk diulik lebih mendalam tentang apa yang melatarbelakangi fenomena tersebut bisa terjadi.

C. Metode Penelitian

1. Jenis dan Tempat Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala- gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Hardani, 2020). Jenis penelitian kualitatif dianggap perlu dalam penelitian ini guna menemukan formulasi strategi kebijakan yang tepat dalam penanganan perkembangan industri kreatif yang tangguh di Kota Kendari.

Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Kendari dalam hal ini akan merujuk pada pemerintah Kota Kendari yang membidangi Ekonomi Kreatif, yakni Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Kendari. Pemilihan lokasi ini didasarkan oleh keinginan memahami peranan pemerintah daerah dalam penguatan industri kreatif.

2. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari semua objek atau individu yang memiliki ciri kekhasan atau karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang kemudian pada populasi itu, akan diperoleh berbagai bahan untuk diteliti (Haryoko S, 2020). Populasi juga dijelaskan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua aktor yang terlibat dalam penyelenggaraan industri kreatif yang berpusat di Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara baik dari pemerintah maupun dari komunitas atau lembaga industri kreatif.

3. Informan

Informan dipilih dengan menggunakan *purposive* , di mana pemilihan informan dilakukan peneliti secara sengaja dengan mempertimbangkan bahwa informan tersebut merupakan subjek yang mengetahui persis persoalan yang sedang diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah dipilih dari perwakilan Pemerintah daerah yakni Disparekraf, Disperindag serta Pengusaha Industri Kreatif sektor kuliner, dan Masyarakat lain yang dianggap perlu.

4. Data Primer

Data primer didapatkan dari hasil wawancara, berisi penjelasan informan terkait Peranan Pemerintah daerah dalam penguatan kreativitas inovasi entrepreneur pada Industri kreatif Sub sektor Kuliner Kota Kendari.

5. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sebelumnya diolah dan dipublikasikan oleh orang atau lembaga. Data sekunder penelitian ini diambil dari observasi dan wawancara langsung yang akurat oleh informan terkait.

6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan mempertimbangkan teknik triangulasi yang bersumber dari:

- a. Observasi terhadap lokasi penelitian untuk memperoleh data awal penelitian.
- b. Wawancara, yakni mendapatkan data primer maupun sekunder terhadap informan dengan pedoman wawancara terkait variable yang diteliti.
- c. Studi pustaka, metode ini digunakan untuk memperoleh pendukung data yaitu seperti informasi, dokumen, sejarah yang berkaitan dengan objek dan subjek penelitian .
- d. Dokumentasi, yakni pengambilan data berupa foto dan video guna mendukung kelengkapan data pada objek dan subjek yang sedang diteliti

7. Analisis

Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai sebelum peneliti berada di lokasi penelitian, atau sejak dilakukan perumusan masalah (melalui studi kepustakaan) dan berlangsung hingga penelitian rampung. Menurut Miles & Huberman (1984), analisis data terdiri dari reduksi data (penyederhanaan data), penyajian data (tabel dan sebagainya), serta penarikan kesimpulan. Agar data terkumpul sesuai luaran maka dilakukan uji reliabilitas dan uji validitas. Dalam penelitian kualitatif teknik analisis data menggunakan teknik triangulasi untuk mendapatkan data kredibilitas tinggi.

D. Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis penelitian ini menemukan identifikasi industri kreatif dan 4 subhasil penelitian dari peranan pemerintah daerah, yang mana terdiri dari : a) **Katalisator** dan fasilitator, b) **Regulator**, c) Konsumen, **investor** bahkan **entrepreneur**, d) **Urban planner**.

Industri kreatif

Industri kreatif yang termasuk dalam cakupan pemerintah daerah Kota Kendari adalah industri kreatif yang sudah melaksanakan kegiatan produksi dengan mengandalkan konsep kreatif dan inovasi serta memiliki sertifikat hak kekayaan intelektual (HAKI) .

Gambar 5.1. Beberapa Industri Kreatif Sektor Kuliner di Kota Kendari



¹ Sumber : Diolah oleh Peneliti berdasarkan Foto Dokumentasi Lapangan, 2022

Hasil identifikasi industri kreatif yang berada di Kota Kendari, dari 180 jumlah industri kreatif yang tersebar di Kota Kendari, 103 usaha diisi oleh sub sektor kuliner kemudian 77 usaha lainnya diisi oleh industri kreatif dari sektor lainnya. Adapun penjelasan lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.1. Ekonomi Kreatif 17 Sub Sektor Kota Kendari Tahun 2021

Sub Sektor	Jumlah
Kuliner	103
Kriya	16
Fotografi	8
Desain Produk	8
Desain Interior	8
Arsitektur	1
Televisi dan radio, Desain Komunikasi Visual	10
Percetakan	5
Aplikasi	1
Fesyen	5
Periklanan	10

Seni Pertunjukan	3
Musik	1
Penerbitan	3

¹ Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Kendari, 2022

Melihat hasil temuan penelitian ini, jumlah sub sektor kuliner yang cukup besar dan potensial menjawab pernyataan fenomena penelitian ini sebelumnya. Persoalan fenomena yang dijelaskan pada penelitian ini, yaitu menjamurnya para pelaku usaha di bidang kuliner di Kota Kendari yang tersebar di seputaran Jalan Abunawas dan sepanjang jalan *bypass* yang dapat terlihat dengan sangat jelas. Fakta di lapangan menjelaskan bahwa memang Kota Kendari menjadi salah satu kota yang sektor kulinernya sangat potensial. Artinya bahwa rata-rata masyarakat Kota Kendari memiliki kecenderungan berusaha pada industri kreatif subsektor kuliner. Hasil identifikasi industri kreatif tersebut di atas belum termasuk usaha-usaha kuliner yang belum memiliki hak kekayaan intelektual yang dimungkinkan jumlahnya lebih besar dari data tersebut. Hal tersebut sampai saat ini masih dalam pembinaan dan diusahakan oleh Pemerintah daerah Kota Kendari, Pemerintah daerah Provinsi maupun *Entrepreneur* itu sendiri, agar para pelaku industri kreatif sektor kuliner tersebut bisa memiliki hak kekayaan intelektual secepatnya.

Peranan Pemerintah daerah

Pelaksanaan penguatan kreativitas inovasi *entrepreneur* ekonomi kreatif sektor kuliner di Kota Kendari menemukan hasil bahwa ada beberapa SKPD yang turut andil dalam pelaksanaan tersebut. Beberapa instansi tersebut menjadi aktor utama dan ada juga sebagian yang menjadi pelengkap. Adapun instansi-instansi terkait tersebut adalah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Kendari, Dinas Pariwisata Provinsi Sultra, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sultra, Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kendari serta beberapa instansi pelengkap lainnya seperti Balai POM, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Prov. Sultra dan lain sebagainya. Adapun peranannya dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pemerintah daerah sebagai *Katalisator*

Katalisator dalam penelitian ini menjadi ukuran penilaian kepada pemerintah daerah dalam memberikan rangsangan, dorongan, peningkatan kompetensi SDM kreatif dalam bentuk pelayanan administrasi, dukungan *financial*, insentif serta proteksi bagi para pelaku usaha industri kuliner. Pada temuan penelitian ini ada beberapa peranan dan usaha pemerintah daerah dalam melakukan dorongan penguatan kepada para pelaku usaha industri kreatif bidang kuliner di Kota Kendari. Adapun penjelasannya dapat diuraikan sebagai berikut :

Pelatihan.

Hasil wawancara dengan Informan, menjelaskan bahwa beberapa pelatihan-pelatihan telah diberikan kepada mereka dan pelatihan-pelatihan ini diinisiasi oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Tenggara, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Tenggara, dan Diskop UMKM Provinsi dan Kota Kendari. Berikut hasil wawancara dengan salah satu pelaku industri kreatif sektor kuliner :

“Kalau pelatihan-pelatihan itu banyak Pak ada Dinas Pariwisata Provinsi dan Kota, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi. Diskop UMKM Provinsi dan Kota Kendari”

“Iya biasa ada juga pelatihan pengembangan kreativitas, pelatihan ini pengembangan produk-produknya lebih bagaimana begitu. kayak kemarin waktu berapa bulan yang lalu itu yang dilakukan di Dinas Pariwisata provinsi itu dilakukan untuk pengembangan desain produk dari segi kemasannya kemudian juga dari segi model produknya”

Selanjutnya keterangan informan tersebut juga di respon oleh bapak Rafiudin Kepala Sub Bagian Ekonomi Kreatif, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif :

“Yang pertama disparekraf melaksanakan kegiatan pelatihan-pelatihan Terhadap pelaku usaha bidang kuliner dan diutamakan yang berada di daerah destinasi wisata. Sudah 3 tahun terakhir ini kami melaksanakan pelatihan dan pendidikan kepada pelaku-pelaku usaha kuliner pertama pada bidang sajian dan juga bidang inovasi Higienitas sajian. Sebagai contoh Sulawesi Tenggara ini di sini kan kaya akan bahan sagu sehingga

dari situ kita membuat sebuah kegiatan Inovasi Bahan sagu menjadi makanan. Kemarin itu ada kegiatan yang kurang lebih kegiatannya adalah membuat mie dari bahan Tepung sagu. Dan sebenarnya Obsesi kita banyak ya Tapi karena kita harus melihat ketersediaan sumber daya alam kita yang ada di wilayah terdekat kita untuk Sulawesi Tenggara juga kan ada beberapa bahan yang tersedia di daerah kita sendiri misalnya seperti sagu kemudian bahan kacang-kacangan, coklat dan lain sebagainya. Jadi untuk sementara kita mengelola memanfaatkan dulu yang dekat atau yang ada di sekitar kita.”

Administrasi

Memfasilitasi industri kreatif bidang kuliner dalam menyelesaikan administrasi usaha juga menjadi kegiatan yang dilaksanakan pemerintah daerah untuk mendorong industri kreatif bidang kuliner mendapatkan kemudahan administrasi. Ada beberapa administrasi yang dianggap perlu dimiliki oleh setiap pelaku usaha industri kreatif kuliner antara lain Sertifikat HAKI, Label Halal, dan Sertifikat BPOM. Berikut hasil wawancara dengan Wawancara dengan Bapak Rafiudin Ka. Bidang Ekraf DISPAREKRAF Kota Kendari :

“Untuk kami Di Dinas Pariwisata dan Ekonomi kreatif Kota Kendari industri kreatif itu sendiri yang dimaksudkan adalah industri yang sudah memiliki hak kekayaan intelektual. Jadi, Salah satu program kegiatan kita di dinas Parekraf Kota Kendari ini adalah dengan membantu para UMKM yang sudah melakukan kegiatan industri kreatif untuk di fasilitasi dan diberikan hak atas kekayaan intelektual. Jadi dalam hal ini ini pembuatan Haki tersebut yang diutamakan adalah yang memiliki produk original dari si pelaku industri kreatif tersebut yang mana produk tersebut berupa fisik”

Selanjutnya keterangan tersebut di tambahkan hasil wawancara dengan bapak Yassir Tawwu Ka. Bidang IKM dan Perwilayahan Industri Disperindag Prov. Sultra.

“Kalau dia sudah Wirausaha baru kita beri lagi dia pendampingan sehingga pengembangan usaha kemudian kita fasilitasi misalnya legalitas usahanya, HAKI, dan label Halal. Sejauh ini kami masih berupaya untuk melakukan pembinaan agar semua para pelaku usaha sektor kuliner ini itu bisa memiliki keterangan BPOM.”

Dalam hal pengurusan administrasi UMKM dan industri kreatif Kota Kendari pemerintah provinsi juga memberikan fasilitas pembuatan sertifikat hak kekayaan intelektual yang diberikan melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Tenggara. Informan dari pelaku usaha menyebutkan bahwa Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Tenggara memberikan fasilitas dengan mediasi pihak UMKM maupun industri kreatif dengan pihak pembuatan hak kekayaan intelektual yaitu melalui Kementerian Hukum dan HAM yang berada pada kantor wilayah Kota Kendari. Kemudian informan menambahkan bahwasanya pengurusan nomor BPOM produk kuliner yang mereka produksi saat ini sementara dalam proses dan dan pihaknya mengakui bahwa pernah mengikuti pelatihan yang dilaksanakan oleh BPOM Kota Kendari.

“Sertifikat HAKI di fasilitasi oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan provinsi sebagai mitra binaan selanjutnya diserahkan ke Kemenkumham untuk penerbitan sertifikat HAKInya”. BPOM itu saya belum ajukan tapi saya sudah pernah ikut pelatihan nya kemarin dari BPOM Kota Kendari”.

Bantuan peralatan industri.

Bantuan pemerintah daerah untuk industri kreatif di Kota Kendari, sejauh ini belum ada bantuan finansial dalam bentuk uang, namun demikian Pemerintah daerah memungkinkan untuk memberikan dalam bentuk bantuan modal aset usaha seperti pemberian bantuan peralatan atau mesin yang berkaitan dengan produksi kuliner tersebut. Berikut hasil wawancara dengan informan bapak Yassir Tawwu Ka. Bidang IKM dan Perwilayahan Industri Disperindag Prov. Sultra :

“Untuk dukungan finansial dalam bentuk uang itu belum ada pak sampai sejauh ini. Tapi kalau dukungan modal aset seperti peralatan itu sudah kami laksanakan di beberapa industri kreatif dalam hal ini produk kuliner. Itupun juga melalui seleksi yang ketat, kami melaksanakan dengan survei dulu, kami ada juga tim evaluasi dan verifikasi, sesuai nda dengan proposalnya?, mampu nda dia memenuhi permintaan pasar?, jadi tidak langsung di berikan tapi di evaluasi juga”

Selanjutnya Keterangan tersebut di respon oleh informan dari pelaku usaha kuliner :

“Belum ada kalau uang pak, ada tapi baru provinsi yang pernah berikan bantuan peralatan”

Event Kreatif

Dalam rangka memicu kompetisi yang lebih tinggi, Pemerintah daerah juga membantu para pelaku usaha Industri Kreatif sektor Kuliner terlibat dalam event-event yang diselenggarakan baik dari SKPD maupun dari pemerintah pusat.

Informan menjelaskan tentang event-event yang mampu memicu kompetisi pada pertumbuhan UMKM dan industri kreatif pihaknya menyebutkan bahwa beberapa waktu yang lalu sudah beberapa event pernah diikuti melalui event yang dilaksanakan oleh dinas ketahanan pangan Kota Kendari dan juga dinas ketahanan pangan provinsi tahun 2019. Berikut ini adalah hasil wawancara dengan salah satu informan dari pelaku industri kreatif sektor kuliner :

“Untuk event-event Kuliner itu saya pernah ikuti melalui event yang dilaksanakan oleh ketahanan pangan kota kendari dan ketahanan pangan provinsi waktu tahun 2019 itu saya mewakili Kecamatan Kendari masuk juara 1 tingkat kota kemudian maju ke tingkat provinsi mewakili Kota Kendari itu kita dapatnya juara 2”

Selanjutnya keterangan wirausaha tersebut juga di respon oleh bapak Yassir Tawwu Ka. Bidang IKM dan Perwilayahan Industri Disperindag Prov. Sultra

“Kalau khusus pemerintah daerah Itu kan memang tidak ada Karena tugasnya kita adalah pembinaan tapi untuk memicu kompetisi itu Itu merupakan menjadi kewenangan teman-teman di Kementerian Pusat Yang terakhir ini ada penghargaan UPAKARTI Yang mana nominasinya Seperti produk-produk yang berkualitas atau dilihat dari sisi kemasannya Nah itu menjadi domain dari tugas teman-teman di Kementerian Pusat Nah sementara Kalau kami yang di daerah tugas kami adalah pendampingan, Bimbingan teknis, pembinaan dan lain sebagainya. Namun beberapa waktu juga sebenarnya kami sudah melakukan itu, iya nih di mana setiap peserta yang akan kami libatkan dalam pameran pameran yang kami gelar itu akan dinilai kualitas dari produk kemudian kuantitasnya kemudian Seperti apa, diversifikasi produknya dan lain sebagainya. nah secara tidak langsung

maka para pengusaha kuliner-kuliner tersebut akan secara tidak langsung akan menciptakan iklim kompetisi bagi para pengusaha kuliner secara tidak langsung”

“Sejauh ini hanya pameran dan pasar ramadan yang sering kami laksanakan dan para pelaku usaha kuliner khas selalu kami libatkan. Terakhir waktu kegiatan Hari Pers Nasional yang dilaksanakan di Kota Kendari dan itu kami pamerkan kuliner kuliner khas dari para pelaku industri kreatif kuliner tersebut”

Keamanan Usaha

Menjamin keamanan usaha industri kreatif sektor kuliner tetap kondusif dalam melaksanakan usaha baik dari segi keamanan sumber daya alam (keamanan pangan) maupun keamanan fisik menjadi hal penting pada pemerintah daerah dalam peranannya di Kota Kendari. Adapun hasil wawancara dengan bapak Yassir Tawwu Ka. Bidang IKM dan Perwilayahan Industri Disperindag Prov. Sultra :

“ Secara umum kondisi keamanan usaha industri kreatif sektor kuliner masih tergolong kondusif, Karena sejauh ini belum ada kendala kendala yang menjelaskan tentang keamanan secara umum aktivitas usaha dari industri kreatif sektor kuliner. Memang pada dasarnya semua produk dari industri kreatif sektor kuliner yang akan dipasarkan di luar daerah persyaratannya harus memiliki BPOM. sejauh ini kami masih berupaya untuk melakukan pembinaan agar semua para pelaku usaha sektor kuliner ini itu bisa memiliki keterangan BPOM. Kemudian untuk penjelasan mengenai ketersediaan bahan baku saya rasa keamanan pangan dari para pelaku industri kreatif tersebut masih dalam kondisi terjangkau karena rata-rata produk industri kreatif sektor kuliner itu bahannya cukup tersedia untuk wilayah Sulawesi Tenggara ini.”

Hal tersebut juga dibenarkan oleh salah satu informan dari pelaku usaha kuliner. Informan menjelaskan tentang apakah selama ini mereka melaksanakan kegiatan usaha mereka ada kekhawatiran terhadap keamanan atau tidak kondusif dalam hal aktivitas usaha. Informan menjelaskan sejauh ini tidak ada masalah dengan persoalan kondisi keamanan usaha.

“Kalau itu sih tidak ada masalah ya”

Peranan Pemerintah Sebagai Regulator

Pemerintah daerah dimaksudkan agar mampu menjadi pembuat kebijakan-kebijakan yang bertujuan dalam rangka percepatan perkembangan industri kreatif yang berkaitan dengan sumber daya manusia, kelembagaan, intermediasi, sumber daya alam, dan teknologi. Adapun hasil penelusuran penelitian dikonfirmasi melalui hasil wawancara dengan bapak Rafiudin Kabid Ekraf Disparekraf Kota Kendari sebagai berikut :

“Untuk saat ini dokumen kebijakan untuk pelaksanaan dan pengembangan dalam rangka penguatan ekonomi kreatif itu masih di dalam tahap Pembuatan Rencana induk pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif yang saat ini kami sedang usahakan untuk segera dilaksanakan.”

Hal tersebut juga di tanggapinya oleh bapak Yassir Tawwu Kabid IKM dan Perwilayahan Industri Disperindag Prov. Sultra :

“Kalau kebijakan masih umum sih. Namun sejauh ini kami mendorong usaha kuliner ini menuju ke Retail Modern sebenarnya ini mungkin belum termasuk regulasi namun ini bagian dari upaya pelaksanaan kebijakan secara umum. Kemudian kita juga membantu para pelaku usaha bidang kuliner melalui kebijakan untuk bisa mendapatkan label halalnya, Haki nya, bpom-nya, dan surat legalitas usahanya, kemudian kami juga sekarang sedang menggagas dan itu masih dalam berbentuk draf perencanaan pemasaran produk kuliner di perhotelan. Terakhir kita ada MOU dengan provinsi Jawa Timur Bagaimana produk-produk dari industri kreatif bidang kuliner ini bisa dipasarkan di provinsi Jawa Timur.”

“Untuk peraturan pemerintah pusat mengenai industri kreatif secara khusus itu saat ini belum ada. tapi untuk secara umum itu ada Kok misalnya undang-undang nomor 3 tahun 2014 Itu mengamanatkan seluruh pemerintah provinsi Se-indonesia dan Pemerintah kabupaten kota itu menyusun Rencana industri provinsi dan kabupaten/kota baik industri secara kecil, IKM maupun UMKM serta industri skala besar”

Dalam hal pemahaman Aturan kebijakan dan regulasi, pelaku UMKM dan industri kreatif sejauh ini masih belum menyadari bahwasannya setiap pelaksanaan UMKM dan industri kreatif memiliki regulasi dan kebijakan

serta aturan yang dicanangkan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

Peranan pemerintah sebagai konsumen, *investor* atau *entrepreneur*

Dalam peranannya membangun atmosfer industri kreatif, Pemerintah daerah dimungkinkan untuk bisa menjadi aktor yang menginvestasikan kepemilikan aset daerah atau aset negara untuk menjadi produktif dalam mengembangkan industri kreatif di daerah, berikut dengan pertanggungjawaban terhadap investasi infrastruktur tersebut. Hasil penelusuran penelitian menemukan hasil melalui informan Bapak Rafiudin Kabid Ekraf Disparekraf Kota Kendari, berikut penjelasannya :

“Untuk saat ini pemberdayaan aset negara yang digunakan di Kota Kendari itu belum banyak. Sejauh ini yang pernah kami lakukan adalah melaksanakan kegiatan-kegiatan penjualan temporer misalnya seperti pasar Ramadan itu dilaksanakan di Anjungan Teluk Kendari yang saat ini di pihak ketigakan kepada Perumda Kota Kendari.”

Hal tersebut di tambahkan oleh informan lainnya yakni, Bapak Yassir Tawwu IKM dan Perwilayahan Industri Disperindag Prov. Sultra :

“Sejauh ini hanya pameran dan pasar ramadan yang sering kami laksanakan dan para pelaku usaha kuliner khas selalu kami libatkan. Terakhir waktu kegiatan Hari Pers Nasional yang dilaksanakan di Kota Kendari dan itu kami pamerkan kuliner-kuliner khas dari para pelaku industri kreatif kuliner tersebut”

Selanjutnya Informan dari pelaku usaha industri kuliner menjelaskan mengenai tentang apakah ada fasilitas yang disediakan pemerintah daerah untuk memacu peningkatan pendapatan pelaku industri kreatif sektor kuliner. Informan menjelaskan bahwasanya sejauh ini belum pernah ada penyediaan mengenai fasilitas-fasilitas secara khusus namun demikian ada beberapa kegiatan pemasaran yang difasilitasi oleh instansi-instansi pemerintah Kota Kendari melalui memberikan fasilitas penitipan produk di dinas untuk diperkenalkan dan juga dipasarkan di kantor-kantor dinas dengan cara menitipkannya, kemudian dapat dibeli oleh pegawai-pegawai yang tertarik dengan produk kuliner tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi program dukungan dari Pemerintah Kota dalam hal ini dinas dan instansi pada pemerintah kota Kendari untuk para pelaku usaha sektor

kuliner pada bidang UMKM dan industri kreatif. Selanjutnya pihaknya juga menjelaskan bahwa ada beberapa dinas yang bersedia untuk kerjasama dengan para pelaku usaha kuliner dalam membantu memasarkan produk mereka di sosial media. Selanjutnya informan menambahkan bahwa perhelatan ramadhan juga di disiapkan oleh pemerintah provinsi Sulawesi Tenggara melalui pasar Ramadhan dan melibatkan para pelaku usaha kuliner di salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat Kota Kendari yakni di pelataran eks MTQ yang berada di alun-alun kota Kendari.

“Dulu pernah kami dikasih fasilitas untuk menitipkan produk di dinas tapi hanya sekedar menitip saja tidak ada kegiatan menjual hanya sekedar display. Kemudian kemarin itu saya dapatkan juga dari dinas Pertanahan BPN mau kerja sama dengan kita untuk membantu memasarkan produk di Sosial Media mereka. Kemudian Ramadhan tahun kemarin juga kami diberikan kesempatan untuk mengikuti pasar ramadhan di pelataran Eks MTQ Kota Kendari yang diinisiasi oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara”

Peranan pemerintah sebagai *Urban Planner*

Faktor utama yang dapat memicu pertumbuhan industri kreatif adalah penciptaan iklim dan kultur kreatif disebuah daerah. Menciptakan Kota kreatif dan menjadi magnet yang menarik sumber daya manusia kreatif untuk membuka usaha-usaha kreatif. Ini juga menjadi tujuan dalam rangka menyambut masa depan sebuah daerah menjadi Kota Urban yang relevan dan dapat dicapai.

Pada bagian ini informan menjelaskan tentang rencana konsep pengembangan ekonomi kreatif yang dicanangkan oleh pemerintah daerah khususnya untuk industri kreatif sektor kuliner informan menjelaskan bahwasanya pengembangan ekonomi kreatif saat ini ditekankan pada peningkatan sumber daya manusia bidang ekonomi kreatif dengan melaksanakan pelatihan-pelatihan yang mengarahkan para pelaku UMKM dan ekonomi kreatif untuk mendigitalisasikan produk-produk kuliner yang mereka jajakan melalui penjualan online.

Selain itu pelatihan tentang pengelolaan keuangan pelaku usaha kuliner, diarahkan pada inklusi keuangan secara global yakni dengan memperkenalkan pembayaran dan transaksi penjualan melalui aplikasi-

aplikasi digital keuangan, seperti QRIS dan E-Wallet. Berikut hasil wawancara dengan informan dari pelaku usaha kuliner :

“Kalau yang selama ini yang saya alami yang tadi itu kan kami hanya melaksanakan penjualan yang offline-nya setelah adanya pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh dinas dinas itu (Pemda) kami dituntut untuk bisa terjun di dunia online atau digitalisasi pak nama kerennya. Kami juga sering mendapatkan Pelatihan-pelatihan tentang pembiayaan juga atau pengelolaan keuangan selain digitalisasi. Kalau pengelolaan keuangannya masalah penjualannya pembayarannya juga diarahkan untuk menggunakan QRIS, E-Wallet”.

Hal tersebut ditanggapi juga oleh Bapak Rafiudin Kabid Ekraf Disparekraf Kota Kendari sebagai berikut :

Dinas Pariwisata Kota Kendari bermimpi bahwa suatu saat UMKM dan industri kreatif itu bisa Mendigitalisasikan usaha mereka baik dari segi pemasaran keuangan maupun segi manajemen lainnya. Karena visi misi Walikota Kendari saat ini juga adalah menjadikan kota Kendari menjadi daerah smart city. Dalam rangka mendukung visi misi Walikota tersebut maka kami di Dinas Pariwisata dan Ekonomi kreatif itu mengusahakan agar semua kegiatan-kegiatan yang ada pada UMKM dan ekonomi kreatif bisa di digitalisasikan. Sudah 2 tahun terakhir ini kami melaksanakan kegiatan Pelatihan-pelatihan digitalisasi sebagai bentuk pendampingan bagi UMKM dan ekonomi kreatif terutama pada sektor kuliner.

Informan dari pelaku usaha juga menjelaskan bahwa Pemerintah Daerah saat ini sedang mengupayakan konsep pengembangan industri kreatif sektor kuliner sebagai pendukung peningkatan sektor pariwisata.

“Kalau menurut saya itu yang saya pantau selama ini itu apa namanya yang ada di Kota Kendari khususnya dan umumnya itu Sulawesi Tenggara itu digencet untuk lebih ini lagi karena kalau kita di sini kan termasuk juga daerah wisata sekarang karena ada 2 desa yang masuk dalam desa wisata yang dalam lingkup Kementerian parekraf dan juga kemarin itu di kegiatan apresiasi kreasi Indonesia (AKI) terpilih menjadi tuan rumah dalam kegiatan AKI kebetulan kami menjadi salah satu peserta finalis aki dan insya Allah nanti ke depan tanggal 26 sampai 28 Agustus kita ada pameran di Lippo yang akan disaksikan langsung oleh Pak sandiaga Uno”

Gambar 5. 2 Menparekraf Sandiaga Uno di Kendari



¹ Sumber : <https://www.beritatrans.com/artikel/228881/Menparekraf-Dorong-Kota-Kendari-Tetapkan-Subsektor-Unggulan-Kreatif/>, 2022

Berikut penelusuran penulis mengenai tanggapan Menteri Parekraf bapak Sandiaga Uno pada kunjungannya di Kota Kendari :

“Hari ini saya melihat antusiasme, optimisme ekonomi kreatif di Kota Kendari, melihat ekosistem ekonomi kreatif yang berbasis dua subsektor kuliner dan kriya. Ini yang akan kami pastikan pola kerja sama bersama pemerintah kota sehingga tahun depan Kendari bisa mengikuti proses uji petik”

Sumber : Sandiaga Uno <https://www.beritatrans.com/artikel/228881>, Tahun 2022

E. Pembahasan Dan Analisa

Pelaksanaan pengembangan industri kreatif pada sektor kuliner di Kota Kendari tidak terlepas dari beberapa aktor Pemerintah daerah baik Pemerintah Kota Madya maupun Pemerintah Provinsi. Instansi pemma tersebut ialah :

- a. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Kendari.
- b. Dinas Perdagangan dan Perindustrian Prov. Sultra.
- c. Dinas Pariwisata Prov. Sultra.
- d. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kendari.

Industri kreatif sub sektor kuliner di Kota Kendari menjadi sub sektor unggulan di bidang industri kreatif yang potensial dengan jumlah yang teridentifikasi sebanyak 103 usaha. Jumlah tersebut belum termasuk usaha-usaha kuliner lain yang tidak teridentifikasi dan atau memilih untuk tidak berafiliasi dengan instansi manapun.

Optimisme pemerintah daerah dalam penguatan industri kreatif di Kota Kendari tersebut di laksanakan melalui 1) pemberian pelatihan Entrepreneur, 2) Membantu administrasi usaha, 3) Bantuan Modal Fisik, 4) Melibatkan Entrepreneur pada event kreatif, 5) Menjamin Keamanan usaha. Kondisi tersebut menjelaskan bahwa pemerintah daerah telah melaksanakan perannya sebagai Katalisator.

Selain itu, Peranan pemerintah sebagai urban planner pada industri kreatif sub sektor kuliner di Kota Kendari, dimulai dengan mencanangkan konsep pengembangan industri kreatif kuliner sebagai suport terhadap pengembangan pariwisata di Kota Kendari. Hal ini juga merupakan konsep terobosan yang potensial di Kota Kendari mengingat keraifan lokal di Kota Kendari menjadi ide yang sesuai untuk di ketengahkan. Makanan dengan pendekatan kearifan lokal sebuah wilayah dapat mempengaruhi perilaku wisatawan untuk berkunjung ke sebuah daerah dengan destinasi wisatanya (Hall dan Mitchell, 2001). Beberapa industri kreatif di Kota Kendari menginovasi produknya dengan bahan kekayaan alam Sulawesi tenggara seperti sagu, kacang mete dan coklat.

Hal tersebut di atas bukan berarti penanganan pengembangan industri kreatif sub sektor kuliner tidak menemui kendala. Berangkat dari masalah perkembangan industri kreatif di Kota Kendari yakni sumber daya manusia pada bidang ekonomi kreatif yang belum pada level optimal dalam mengkreasikan usahanya. Hal ini merupakan impact dari berbagai faktor yang memicu lambannya pertumbuhan Industri Kreatif di Kota Kendari. Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis dilapangan penulis menemukan beberapa faktor penyebab kondisi tersebut terjadi.

Pertama, pelaku industri kreatif kurang mendapatkan informasi seputar usaha dan kebutuhan sumber daya dari usaha tersebut. Kekuatan industri kreatif lahir dari pemikiran kreatif yang tinggi sehingga menuntut agar seorang *creativepreneur* harus bisa melakukan riset pengembangan ide kreatif dalam menjalankan usahanya. Begitupun dengan pemenuhan

sumber-sumber daya lainnya seperti bahan baku yang tersedia maupun informasi dukungan pengembangan usaha dari Pemerintah daerah maupun pusat (Purnomo RA, 2016).

Kedua, pada peran pemerintah daerah sebagai **regulator** terdapat beberapa kendala yang pertama regulasi yang dimiliki pemerintah daerah belum memberikan efek yang signifikan terhadap peningkatan usaha industri kreatif sektor kuliner. Pemerintah daerah melalui instansi/ dinas yang menangani Industri Kreatif Sub Sektor Kuliner belum melakukan pemetaan terhadap rencana operasional dimasa depan melalui kebijakan-kebijakan guna memicu percepatan pengembangan industri kreatif di Kota Kendari. Regulasi yang menjadi acuan saat ini masih mengacu pada regulasi yang bersifat umum, namun dalam kebijakan yang bersifat teknis dan lebih rinci belum terjangkau.

Ketiga, Peranan pemerintah sebagai **konsumen, investor atau entrepreneur** juga menggambarkan kendala belum optimalnya pemberdayaan aset negara yang dimanfaatkan oleh Pemerintah daerah guna menunjang peningkatan pasar usaha industri kuliner. Begitupun *pressure* pemerintah daerah agar produk-produk industri kreatif dapat di konsumsi kepada masyarakat luas sejauh ini belum tercapai dengan baik.

Keempat, masalah pusat pengembangan industri kreatif sub sektor kuliner yang tumpang tindih tupoksi antar dinas Prov/Kota sehingga memicu penanganan industri kreatif sub sektor kuliner yang tidak terfokus dan cenderung membola liar. Kondisi ini melahirkan dampak positif dan juga dampak negatif. Dalam penanganan perkembangan industri kreatif di Indonesia pada umumnya memang sebaiknya dilakukan oleh banyak aktor di dalam pemerintahan maupun aktor lain seperti akademisi maupun aktor dari bisnis atau privat yang di sebut dengan *Tripel Helix* (Etzkowitz dan Leydersdorff, 2000). Namun hal tersebut melahirkan masalah lain yakni SKPD saling mengklaim wilayah kerja dan menyebabkan SKPD lain tidak dapat melakukan penetrasi pada wilayah tersebut karena menganggap telah mendapatkan penanganan oleh SKPD tertentu. Tumpang tindihnya tupoksi dinas juga memicu *Road Map* program pengembangan industri kreatif tidak terarah karena terjadi pembiasan program yang berlebih dan juga belum tercapai.

Kelima, pendanaan dari Pemerintah daerah belum bisa mencakup semua program kegiatan Industri Kreatif bidang kuliner pada dinas Kab/Kota yang menangani persoalan industri kreatif di Kota Kendari karena masih memprioritaskan kegiatan pada dinas lain sehingga memicu banyak program yang tidak bisa terlaksana.

F. Kesimpulan

Kota Kendari merupakan kota yang sedang mengupayakan Industri Kreatif sub sektor kuliner yang kuat yang dimana jumlah sub sektor kuliner di Kota Kendari cukup besar dan potensial. Peran pemerintah daerah sebagai katalisator atau aktor yang mendorong percepatan pengembangan industri kreatif telah terlaksana dengan baik. Namun peran pemerintah daerah sebagai regulator, konsumen, investor, dan entrepreneur belum optimal pelaksanaannya, sehingga masih perlu pembenahan secara mendalam guna tercapainya tujuan industri kreatif sub sektor kuliner yang unggul dan berdaya saing.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami haturkan untuk KEMENDIKBUDRISTEK RI, LPPM-PMP USN Kolaka, Pemerintah Kota Kendari, Disparekraf Kota Kendari, Diperindag Prov. Sulawesi Tenggara, yang telah terlibat pada penulisan artikel ilmiah ini

Pendanaan

Penulisan artikel ini dilakukan atas pembiayaan dari Pendanaan KEMENDIKBUDRISTEK TAHUN 2022, dengan Nomor Kontrak (Induk) : 139/E5/PG.02.00.PT/2022 dan kontrak berdasarkan SK Peneliti Nomor: 127/ UN56.D.01/PN.03.00/2022

REFERENSI

1. Adi K. Entrepreneur Kreatif. Maj Ilm "PELITA ILMU 2018;1(2):48.
2. Ariestiningsih ES, Has DFS, Ningrum DO. Pemberdayaan Anggota Sekoper Menjadi "*Creativepreneur Healthy Food*" Berbasis Potensi Pangan Lokal Di Desa Kramatinggil Kabupaten Gresik. J Pengabdian dan Kewirausahaan 2021;5(2).
3. Anggrahini M. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Peranan Pemerintah Terhadap Keberhasilan Usaha. Sosiohumanitas 2019;XXI:1–13.
4. Etzkowitz, H., and Leydesdorff, L. "The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode2 "to a Triple Helix of university- industry- government relations," Research Policy (29:2) 2000, pp 109-123.
5. Hall, M., & Mitchell, R. (2001). *Wine and Food Tourism*. In N. Douglas, & R. Derrett (Eds.), *Special Interest Tourism* (pp. 307-325). Sydney: Wiley.
6. Haerisma AS. Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran. Al-Amwal J Ekon dan Perbank Syari'ah 2018;10(1):91.
7. Hadiyati E. Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil J Manaj dan Kewirausahaan 2011;13(1).
8. Hadiyati E. Kreativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil. J Inov dan Kewirausahaan 2012;1(3):135–51.
9. Hardani. Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Penerbit Pustaka Ilmu; 2020.
10. Haryoko S, Bahrtiar, Arwadi F. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar; 2020.
11. Mutiarasari A. Peran Entrepreneur Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran. J Prodi Ekon Syari'ah 2018;1(2):1–114.
12. Paramita RW. Industri Kreatif. WIDYA GAMA PRESS; 2021.
13. Purnomo RA. Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia. Ziyad Visi Media; 2016 Dec 1.
14. Rofaida R, Krishna A. Strategi Pengembangan Corporate Entrepreneurship pada Industri Kreatif Digital di Jawa Barat. 2019;(September):187–92.
15. Sulastri RE, Dilastri N. Peran Pemerintah Dan Akademisi Dalam Memajukan Industri Kreatif Kasus Pada UKM Kerajinan Sulaman Di Kota Pariaman. Semin Nas Ekon Manaj Dan Akunt Fak Ekon Univ Negeri Padang 2015;(c):87–94.

16. Sugiyono. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Alfabeta; 2016.
17. Sugiyono. Memahami Penelitian Kualitatif. Alfabeta; 2016.

CURRICULUM VITAE

Nama lengkap	: SUDARNICE, S.Pd., M.M., CHRMP., CNCP., CLMA	
NIP/NIDN	: 199003262020121003/002603005	
Nama panggilan	: NAYS/ENA	
Jenis kelamin	: Laki-laki	
Tempat, tanggal lahir	: Biwinapada, 26 Maret 1990	
Kewarganegaraan	: Indonesia	
Status	: Menikah	
Agama	: Islam	
Alamat sekarang	: Popalia, Kec. Tanggetada Kab. Kolaka	
Telepon, HP/WA	: 0852 42842718	
E-mail	: usnnays@gmail.com	

Pendidikan

No	Sekolah/Universitas	Tahun
1	SDN 1 1 Biwinapada	1999-2004
2	SMPN 2 Siompu	2004-2006
3	SMAN 1 Siompu	2006-2008
4	Program Sarjana (S1) Program Studi Ekonomi FKIP UHO Kendari	2008-2012
5	Program Pasca Sarjana (S2) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNISSULA Semarang	2013-2014

Pendidikan Non Formal

No	Pengalaman	Perusahaan/Organisasi	Tahun
1	Kursus Bahasa Inggris TOEFL	CILAD UNISSULA Semarang (Serifikat Terlampir)	2013
2	Kursus IT	Unissula Semarang (Serifikat Terlampir)	2013
3	Kursus Bimbingan Belajar	CILAD Unissula Semarang (Serifikat Terlampir)	2014
4	Kursus Aplikasi PLS	Unissula Semarang	2014
5	Pelatihan Pembukaan Prodi Baru	USN Kolaka (Serifikat Terlampir)	2015
6	Tutorial Mengajar Online	UT	2018
7	Pelatihan Pengembangan Keterampilan Dasar Teknis Instruksional (PEKERTI)	UPSDM	2019
8	Pelatihan Kompetensi	LSP	2020

	(Service Excellent)		
9	Pelatihan Kompetensi (Human Resources Professional)	BIZANI (002-15/CERT/BZN/I/2021)	2021
10	Pelatihan Kompetensi (Leadership Management Associate)	IEEEEL Institute (CLMA-097072021)	2021
11	Certified NLP for Counseling Practitioner	IEEEEL Institute (20210200120/CNCP/IEEEEL)	2021
12	Pelatihan Calon Pegawai Negeri Sipil (Latsar CPNS)	Pusdiklat Kementerian Pendidikan Kebudayaan, Riset dan Teknologi (00749/04/PP/2021)	2021

Penelitian

No	Judul	Tahun
1	Studi Keterlibatan Kerja Proaktif Dalam Meningkatkan Kinerja Inovatif Dosen Pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Se-Kota Semarang dengan Antesenden Komitmen Organisasi Dan Komitmen Profesional	2015
2	Peran Human Capital Dan Keterlibatan Karyawan dalam Upaya Peningkatan Kinerja Sumber Daya Manusia	2018
3	Strategi Pengembangan Usaha Dempo Pisang Sebagai Produk Keunggulan Daerah	2019
4	Increasing Innovative Performance Through Organization Culture, Work Satisfaction and Organization Commitments in Vocational School State 1 Kolaka	2020
5	Effect of Service Quality And Customer Satisfaction Level of Customer Loyalty in Alfamidi Kolaka Minimarket	2020
6	Strategi Perusahaan dalam Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas pelanggan pada Minimarket Alfamidi Kolaka	2020
7	Pengembangan Business Model Inovation (MBI) pada UKM di Kabupaten Kolaka dengan Pendekatan Konfigurasi	2021
8	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Vivo (Studi Kasus pada Ziola Aneka Jaya Kolaka)	2021
9	Peningkatan Kinerja UMKM Kabupaten Buton Selatan melalui Peran Mediasi Entrepreneur Kompetensi dan Behaviour Finance terhadap Hubungan Keuangan Bank dan Pemerintah	2022

Pengajaran

No	MK	Prodi	Tahun
1	Pengantar Ilmu Ekonomi Pengantar Manajemen Perbankan	Agribisnis USN Kolaka	2016
2	Pengantar Ilmu Ekonomi	Peternakan USN Kolaka	2016
3	Kewirausahaan	Pend. Geografi USN Kolaka	2016
4	Manajemen Sains Pengantar Manajemen	Sistem Informasi	2016
5	Pengantar Manajemen Pengantar Bisnis Pengantar Ekonomi	Manajemen	2017
6	Pengantar Bisnis Pengantar Manajemen Manajemen Pemasaran Komunikasi Bisnis	Akuntansi	2018
7	Manajemen SDM Manajemen SDM Lanjutan Pengantar Bisnis Manajemen Operasional Studi Kelayakan Bisnis	Manajemen	2019
8	Perekonomian Indonesia Manajemen Operasional Lanjt Operasional Research Magang Manajemen Operasional	Manajemen	2020
9	Manajemen Operasional Lanjt MSDm Lanjutan Studi Kelayakan Bisnis	Manajemen	2021
10	Manajemen Operasional Manajemen Perubahan	Manajemen	2022

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)

No	Kegiatan	Tahun
1	Penyelenggaraan Proyek Pembangunan Desa Merdeka Belajar Kampus Merdeka	2021
2	Tim Pembuatan Hand Sanitizer	2020
3	Pendampingan Manajemen dan Pengelolaan Keuangan UMKM di Desa Palewai Kecamatan Tanggetada Kabupaten Kolaka	2020

Pengalaman Kerja

No	Pengalaman	Perusahaan/ Organisasi	Tahun
1	Staf Administrasi	PT. Nusantara Kendari	2011
2	Guru	SMP Negeri 5 Kendari (Asisten)	2011-2012
3	Karyawan	Asuransi Bank Sinarmas Kendari	2012-2013
4	Dosen	USN Kolaka	2015- Sekarang
5	Ketua Program Studi	Program Studi Manajemen USN Kolaka	2017-2019
6	Dosen Online UT Indonesia	Program Studi Manajemen Universitas Terbuka	2018-Sekarang
7	Dosen	Prodi Manajemen FISIP USN Kolaka	2017-Sekarang

Pengalaman Organisasi

No	Organisasi	Tahun
1	KAMMI UHO Kendari	2009
2	HMI UHO Kendari	2009
3	UK-BKLDM UHO Kendari	2010-2012
4	HMPS Pendidikan Ekonomi	2010-2011
5	Wakil Ketua FORKOPPMAS Kendari	2011-2012
6	Sekjen DPM FKIP UHO Kendari	2011-2012
7	Pembina PMKB Kolaka	2016-Sekarang

Tambahan Pengalaman/Penunjang

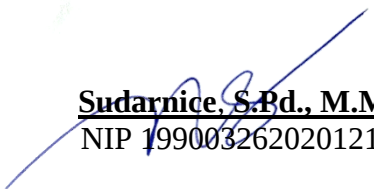
No.	Kegiatan	Tahun	Nomor
1	Pelatihan Penyusunan Proposal Pendirian Program Studi Baru Program Mobilisasi Dosen Pakar-Ahli (PMDP-A)	2016	-
2	Panitian Pekan Pembentukan Insan Akademik UNS Kolaka Tanggal	02 September 2016	1466/PENAIX/2016
3	Tim Studi Kelayakan Pendirian program Studi Vokasi Tahun	2017	28/UN56/KEP/2017
4	Tim Penyusun Penyusunan Proposal Pendidikan Sekolah Vokasi dan Program Studi Vokasi Tahun	2017	64/UN56/LL/2017
5	Pelatihan Bimbingan Teknis Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Berbasis KKNI dan SN-DIKTI Tanggal 06 November 2017	2017	135/UN56/LL/2017

6	Panitian Pelaksana Tes Kompetensi Dasar dan Kompetensi Bidang dalam penerimaan CPNS Tahun 2017	2017	95/UN56/KP/2017
7	Panitia Lokal Jalur SBMPTN USN Kolaka Tahun 2017 Nomor		47/UN56/KM/2017
8	Tim Penyusun Pedoman Penetapan Beban Kerja Dosen (BKD) USN Kolaka Tahun 2017	2017	103/UN56/KP/2017
9	Tim Penyusunan Pedoman Akademik USN Kolaka Tahun 2017	2017	38/UN56/LL/2017
10	Panitian Penerimaan mahasiswa baru jalur SNMPTN USN Kolaka Tahun 2017	2017	033/UN56/KM/2017
11	Tim Penyusun Peraturan Organisasi Kemahasiswaan USN Kolaka Tahun 2017	2017	67/UN56/KM/2017
12	Panitia Verifikasi Data Mahasiswa Angkatan 2017 untuk UKT Bagi Mahasiswa Baru Tahun 2017	2017	70/UN56/KM/2017
13	Tim Validasi Data dan Dokumen Akademik Mahasiswa USN Kolaka Tahun 2017	2017	49/UN56/KM/2017
14	Tim Verifikasi Faktual Data Mahasiswa Baru Calon penerima Bidikmisi Tahun 2017	2017	138/UN56/KP/2017
15	Partisipan Kegiatan ADRI Internasional Conference on Sustainable Coastal-Community Developmen	Tanggal 4 April 2018	235/Cert/USn-ADRI/XII/2018
16	Pemateri LKM Angkatan XI Oleh BEM FISIP USN Kolaka	Tanggal 13 Juli 2018	001/PANPEL/LKM/VII/2018
17	Pemateri dalam kegiatan LKM Angkatan XIII Tahun 2018 oleh BEM FISIP USN Kolaka	Tanggal 19 November 2018	205/PAN-PEL/LKM/XI/2018
18	Pemateri Kegiatan Sosialisasi Profil Lulusan Program Studi Manajemen pada seluruh SMA/SMK/MAN Kabupaten Buton Selatan	7 Februari Tahun 2018	-
19	Tim Sosialisasi penerimaan mahasiswa Baru USN Kolaka Tahun 2018 Nomor	2018	38/UN56/KP/2018
20	Tim Penjaminan Mutu Internal FISIP	2018	039/UN56 CO04/KP/2018
21	Pemateri Bimbel Calon Mahasiswa Baru Peserta UTBK	26 April Tahun	-

		2019	
22	Panitian Wisuda Program Sarjana (S1) dan Diploma Tiga (D3) Angkatan VII USN Kolaka Tahun 2019 Nomor	2019	134/UN56/KM/2019
23	Tim Sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Baru USN Kolaka Tahun 2019 Nomor	2019	28/UN56/2019
24	Panitian Wisuda Program Sarjana (S1) dan Diploma Tiga (D3) Angkatan VIII USN Kolaka	2019	233/UN56/KM/2019
25	Panitian Wisuda Program Sarjana (S1) dan Diploma Tiga (D3) Angkatan VIII USN Kolaka	2019	134/UN56/KM/2019
26	Pengawas UTBK SBMPTN USN Kolaka	2020	253/UN56/KM/2020
27	Pembimbing KKN USN Kolaka	2020	161/UN56/KM/2020
28	Pembina HMPS Prodi Manajemen	2020	52/UN56.CO04/KP/2021
29	Panitian PENA FISIP	2020	121/UN56.CO04/KP/2020
30	Buku Manajemen SDM	2021	ISBN:978-623-342-313-7
31	Panitia Wisuda	2021	296/UN56/KP/2021
32	Tim Penyusun Perubahan Visi Misi dan Tujuan FISIP USN Kolaka	2021	462/UN56.CO.04/KP/2021
33	Pembimbing KKN USN Kolaka	2021	235/UN56/PM.02/2021
34	Tim Akreditasi Program Studi Manajemen	2021	241/UN56 CO04/KP/2021
35	Pembimbing Program Magang Mahasiswa Program Studi Manajemen	2021	234/UN56 CO04/KP/2021
36	Ketua Tim Rencana Strategis PkM USN Kolaka	2022	234/UN56/PM.02/2022
37	Tim Rencana Induk Strategis PkM USN Kolaka	2022	237/UN56/PM.02/2022
38	Tim Penyusun Pedoman Penelitian dan Standar Operasional Prosedural (SOP) USN Kolaka	2022	237/UN56/PM.02/2022
39	Tim Penyusun Panduan Pelaksanaan KKN USN Kolaka	2022	237/UN56/PM.02/2022
40	Tim Reviewer Program Kreativitas Mahasiswa USN Kolaka	2022	93/UN56/KM.03.00/2022

Data yang ada pada *Curriculum Vitae* saya adalah benar.

Penulis



Sudarnice, S.Pd., M.M

NIP 199003262020121003

CURRICULUM VITAE



Data Pribadi/Personal Identity

Nama/Name : HENDRIK, S.Pd., M.M
Tanggal Lahir/Date of Birth : 30 Juli 1985
Alamat/Adress : Lingk. I Atowatu Kel. Wundulako
Kec. Wundulako Kab. Kolaka
Jenis Kelamin/Gender : Pria
Agama/Religion : Islam
No Telephone/Phone : 081354439331
Email : Hendrik.mantap@gmail.com

Riwayat Pendidikan dan Pelatihan/Educational Background and Training

Pendidikan/Education

Sekolah/Institusi/Universitas	JURUSAN	PERIODE	IPK
SD Negeri 1 Wundulako		1992-1997	
MTSN 1 Kolaka		1997-2000	
SMK Negeri 2 Kolaka		2000-2003	

Universitas Sembilanbelas November Kolaka	Pendidikan Bahasa Inggris	2007-2011	3,47
Universitas islam sultan agung semarang	Manajemen	2012-2014	3,34

Pelatihan/*Training*

Jenis Pelatihan	Penyelenggara	Ket
Pelatihan Pengelolaan Keuangan	Lembaga Pelatihan dan Pengembangan SDMBandung	
Pelatihan Infomasi dan Teknologi (IT)	Unissula	

Demikian CV ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Kolaka, 30 September 2022



Hendrik, S.Pd., M.M



ANDRY STEPAHNIE TITING, S.IP, M.SC

PROFILE

RIWAYAT PENDIDIKAN

TTL : Pomalaa, 19 November 1985 Jenis Kelamin : Laki-Laki Alamat : Jalan Poros Pomalaa- Kolaka, Lorong BTN Momahe No,2, Desa Pesouha	1. SD Antam Pomalaa (1992-1998) 2. SMP Antam Pomalaa(1998-2001) 3. SMA Negeri 1 Pomalaa (2001-2004) 4. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta (S1 Hubungan Internasional) (2004-2008) 5. Universitas Gadjah Mada – Magister of Science (2010 -2011)
Warga Negara : Indonesia	PENGALAMAN KERJA
Status : Belum Menikah	PT. Panin Bank, Tbk – Personal Banker(2012-2013)
CONTACT	Nafiri Kids School Jakarta Barat – Main Teacher(2014-2015)
HP: 082189609122	Universitas Sembilanbelas November Kolaka – Dosen PNSFakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Manajemen (2018- Sekarang)
EMAIL: andriestephan85@gmail.com	
HOBBIES	PENCAPAIAN/ PRESTASI
Membaca, Menulis dan Olahraga	Cumlaude Dengan IPK 3,80 di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Pelatihan :

Training

Jenis Pelatihan	Penyelenggara	Ket
PEKERTI (Pelatihan Teknik Instruksional)	UHO	
Pelatihan IT (Information Tecnology)	Unissula	
TOEFL	Unissula	

Demikian CV ini saya buat dengan sebenarnya.

Kendari, 7 Februari 2022



Phradiansah, S.Sos.,MM

CURRICULUM VITAE



A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	La Sudarman, S.Pd., MM
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3	Jabatan Fungsional	Asisten ahli
4	NIK	1989041320190001
5	ID Sinta	6709177
6	NIDN	091304806
7	Tempat tanggal lahir	Negeri Lama, 13 April 1989
8	Email	sudarmanla132@gmail.com
9	Nomor Telepon/HP	0822 9120 6411
10	Alamat Kantor	JL. Lakarambau Kel. Lipu Kota Baubau
11	Nomor Telepon/Faks Kantor	0402-2823600/ 0402-28230
12	Lulusan yang telah dihasilkan	-
13	Mata Kuliah yang diampuh	1. Matematika Ekonomi dan Bisnis 2. Studi Kelayakan Bisnis 3. Integrated Marketing Communication 4. Analisis dan Estimasi Biaya 5. Hukum Bisnis /Universitas Terbuka 6. Riset Operasi / Universitas Terbuka 7. Manajemen Pemasaran/ Universitas Terbuka 8. Pengantar Manajemen / USN Kolaka 9. Akuntansi Biaya/ USN Kolaka 10. Pengantar Ekonomi/ USN Kolaka 11. Dasar-dasar Akuntansi/ USN Kolaka 12. Sistim Pengendalian Manajemen/ USN Kolaka

	13. Pengantar Manajemen/ USN Kolaka
--	-------------------------------------

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Haluoleo Kendari	Unissula Semarang	-
Bidang Ilmu	Pendidikan Ekonomi Keahlian Akuntansi	Manajemen	-
Tahun Masuk-Lulus	2007-2011	2013-2015	-
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Evaluasi Tes Buatan Guru Ekonomi Akuntansi SMK Negeri 1 Pasarwajo T.A 2011	Analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas dan Variabel Makro Ekonomi Terhadap Return Saham pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012	-
Nama Pembimbing/Promotor	Prof. Dr. Jafar Ahiri, M.Pd Risal, S.Pd., M. Hum	Prof. Tatiek Nurhayati, M.M.	-

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir (Bukan Skripsi/Tesis/Disertasi)

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2022	Strategi Peningkatan UMKM Kreatif di Wilayah terdampak Aktivitas Penambangan Nikel melalui Pemanfaatan CSR Perusahaan Pertambangan di Kecamatan Pomalaa	Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat	19.990.000
2	2022	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , Religiuitas Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening	Internal Politeknik Baubau	10.000.000
3	2021	Pengembangan Bisnis Model Inovasion (BMI) pada UKM di Kab. Kolaka dengan	Direktorat Riset dan	19.070.000

		Pendekatan Konfigurasi	Pengabdian Masyarakat	
4	2021	Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pada Objek Wisata Kali Topa Desa Wasuemba Kecamatan Wabula Kabupaten Buton)	-	
5	2021	Analisis Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Devidend Payout Ratio</i> (DPR) Sebagai Variabel Intervening	-	
6	2020	Analisis Fundamental yang mempengaruhi <i>Return Saham</i> dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening	-	

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2019	Strategi Pemasaran Ikan Hasil Tangkapan Nelayan Desa Wakinamboro kec. Siompu Kab. Buton Selatan	Mandiri	-
2	2020	Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Masjid Desa Kancinaa dan Kabawakole Kec. Pasarwajo Kab. Buton	Mandiri	-
3	2021	Pengenalan Rasio Keuangan dan Manfaatnya dalam Penelitian pada Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Siompu Kab. Buton Selatan	Mandiri	-
4	2021	Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Produk Air Minum Kemasan “Wk Siompu” BUMDes Karongo Desa Wakinamboro Kec. Siompu Kab. Buton	Mandiri	-

		Selatan		
5	2022	Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kenzy Profil Melalui Media Komunikasi Pemasaran Terpadu	Mandiri	-
6	2022	Pengembangan Aplikasi Sistik Informasi Penjualan dan Penerapannya pada Toko Yasmin Kab. Buton Tengah	Politeknik Baubau	8.500.000
7	2022	Sosialisasi Submission Jurnal Penelitian pada <i>E-Journal</i> Politeknik Baubau	Mandiri	12.780.000
8	2022	Pengembangan Aplikasi Sistik Informasi Penjualan Menggunakan <i>Barcode</i> pada Apotik Mentari Medika	Mandiri	3.000.000

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Pengembangan Bisnis Model Inovasion (BMI) pada UKM di Kab. Kolaka dengan Pendekatan Konfigurasi	JGBMR	Vol. 4 No. 1 2022
2	Sosialisasi Submission Jurnal Penelitian pada <i>E-Journal</i> Politeknik Baubau	Jurnal Abdimas Mahakam	Vol. 6 No. 1 Tahun 2022
3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , Religiuitas Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening	Jurnal Bisnis dan Manajemen	Vol. 9 No. 1
4	Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Produk Air Minum Kemasan “Wk Siompu” BUMDes Karongo Desa Wakinamboro Kec. Siompu Kab. Buton Selatan	Jurnal Abdidas Univ. Pahlawan Tuanku Tambusai	Vol. 2 No.6 Tahun 2021
5	Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi	Management Insight : Jurnal	Vol 16 No. 2 Tahun 2021

	Kasus Pada Objek Wisata Kali Topa Desa Wasuemba Kecamatan Wabula Kabupaten Buton	Ilmiah Manajemen	
6	Analisis Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Dividend Payout Ratio (DPR) Sebagai Variabel Intervening	Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi	Vol. 13, No. 1 (Mei 2021), Hal. 15 – 31
7	Analisis Fundamental yang mempengaruhi <i>Return Saham</i> dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening	Jurnal Economix UNM	Vol. 8 No. 1 Tahun 2020
8	Pengaruh Rasio Solvabilitas dan Variabel Makro Ekonomi Terhadap <i>Return Saham</i>	Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan Unitomo	Vol. 1 No. 2 Tahun 2017

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Temu Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Pengembangan Aplikasi Sistim Informasi Penjualan dan Penerapannya pada Toko Yasmin Kab. Buton Tengah	Pengembangan Aplikasi Sistim Informasi Penjualan dan Penerapannya	16 Maret 2022 Buton Tengah
2	Sosialisasi Submission Jurnal Penelitian pada <i>E-Journal</i> Politeknik Baubau	Sosialisasi Submission Jurnal Penelitian pada <i>E-Journal</i> Politeknik Baubau	22 Maret 2022 Politeknik Baubau

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Buku Ajar Dasar-Dasar Akuntansi	2016	100	Deepublish
2	Buku Ajar Analisis dan Estimasi Biaya	2022	140	Deepublish
3	Buku Petunjuk Penggunaan (Manual Book) Aplikasi Sistim Informasi Penjualan (Sumber Elektronik)	2022	48	Deepublish

H. Perolehan HKI dalam 10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Buku Ajar Analisis dan Estimasi Biaya	2022	Hak Cipta	EC0020224906 1

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				

J. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Pengenalan Rasio Keuangan dan Manfaatnya dalam Penelitian pada Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Siompu Kab. Buton Selatan	SMA Negeri 1 Siompu	2021
2	Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Produk Air Minum Kemasan “Wk Siompu” BUMDes	Kepala Desa Wakinamboro	2021

	Karongo Desa Wakinamboro Kec. Siompu Kab. Buton Selatan		
3	Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kenzy Profil Melalui Media Komunikasi Pemasaran Terpadu	Kepala Desa Wabula	2022
4	Pengembangan Aplikasi Sistim Informasi Penjualan dan Penerapannya pada Toko Yasmin Kab. Buton Tengah	Kepala Desa Gundu-Gundu	2022
5	Sosialisasi Submission Jurnal Penelitian pada <i>E-Journal</i> Politeknik Baubau	Politeknik Baubau	2022

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat ipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan Penelitian Dosen Pemula.

Baubau, 13 Agustus 2022

Ketua,



La Sudarman, S.Pd., MM.

CURRICULUM VITAE

Nama lengkap	: Supiani, S.Pd., M.M
NIP/NIDN	: 0901018910
Nama panggilan	: Upi
Jenis kelamin	: Perempuan
Tempat, tanggal lahir	: Bangun Sari, 1 Januari 1989
Kewarganegaraan	: Indonesia
Status	: Menikah
Agama	: Islam
Alamat sekarang	: Bangun Sari
Telepon, HP/WA	: 085299497765
E-mail	: supianispdmm@gmail.com
Pekerjaan	: Dosen Tetap STIP Wuna Raha

Pendidikan

No	Sekolah/Universitas	Tahun
1	Program Sarjana (S1) Program Studi Ekonomi FKIP UHO Kendari	2008-2012
2	Program Pasca Sarjana (S2) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNISSULA Semarang	2013-2014