

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang-perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa dipandang memiliki prospek masa depan yang baik.

Dalam mengetahui peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah dilaksanakan di Kota Kupang penulis melakukan wawancara kepada para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Kupang untuk mengembangkan dan mensejahterakan perekonomian.

Perkembangan UMKM di Kota Kupang penulis melakukan observasi dan wawancara dengan beberapa UMKM terkait sejauh mana program kegiatan dan indikator pembinaan dari Dinas Koperasi Kota Kupang dalam rangka pengembangan UMKM.

Wawancara yang dimaksud terkait dengan indikator Penciptaan Iklim Usaha yang baik bagi dunia Usaha dipahami bahwa Dinas Koperasi Kota Kupang melakukan pendataan UMKM untuk dapat mengakses permodalan ,informasi

pasar produk, jejaring kemitraan dan perijinan. Informasi yang diperoleh dari UMKM sebagai berikut :

A. SEKTOR KULINER

1. Hasil wawancara dari pelaku UMKM Bakso Babi Elshadai

(Kuliner) yang beralamat di kel. oepura dengan beberapa

pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :

- a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Bakso Babi Elshadai
Mengenai Bagaimana Strategi Pengembangan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“Promosi pemasaran sebelum covid19 dan setelah covid19 strategi penjualan yang saya lakukan yaitu dengan cara mempromosikan hasil UMKM ini, dengan bantuan teknologi, usaha promosi saya lakukan melalui media social untuk memperluas akses pasar terhadap usaha saya. Hal ini sangat membantu khususnya pada saat Pandemi Covid19 kemarin, walaupun hasil penjualan menurun tetapi dengan adanya media sedikit tidak ada penjualan yang bisa terjual setiap bulannya.”

Adapun wawancara lain yang mengatakan bahwa :

“Saya masih baru menjadi anggota Usaha binaan Dinas Koperasi jadi masih dikontrol dan diberikan arahan serta materi dalam meningkatkan usaha saya. Dinas Koperasi membantu dalam memberikan akses terhadap proses pembentukan UMKM serta pengelolaan UMKM, sedangkan untuk mengakses permodalan harus mengurus ijin usaha karena masih baru jadi harus menunggu terbitnya ijin usaha baru bisa mengakses permodalan.”

- b. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Bakso Babi Elshadai
Bagaimana Gambaran Pertumbuhan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“Bahwa pertumbuhan usaha bakso babi elshadai pada saat ini sudah bertumbuh dengan baik karena Covid19 sudah terlewatkan

dan sangat terbantu dengan adanya beberapa Program bantuan dari Dinas Koperasi seperti pembinaan UMKM khususnya Manajemen sangat membantu usaha ini untuk berkembang. Saat ini memang usaha telah mulai tumbuh kembali, namun belum sama seperti sebelum Covid19, permintaan terhadap bakso babi elshadai sudah semakin baik. Kedepannya saya optimis usaha saya bisa lebih berkembang, namun saya masih terkendala dengan modal usaha, dan beberapa kebutuhan sumber daya lainnya untuk lebih meningkatkan pertumbuhan usaha saya.”

Adapun wawancara lain yang mengatakan bahwa :

“Dengan adanya usaha ini beban pengeluaran untuk peralatan dan keperluan anak sekolah lainnya sudah tidak memberatkan lagi sehingga anak-anak saya bisa sekolah dan saya mendorong anak saya untuk lebih rajin sekolah lagi karena adanya bantuan ini.”

c. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Bakso Babi Elshadai

Mengenai Bagaimana Dampak Usahanya Bagi Perekonomian Rumah Tangga ?

Beliau mengatakan :

“Pada masa pandemi usaha yang saya jalankan sangat terdampak, hal ini juga berdampak terhadap pemasukan hasil usaha dan tentu saja terhadap perekonomian rumah tangga. Hal yang paling dirasakan pada usaha ketika pandemi adalah dalam melakukan aktivitas usaha, kami harus mengikuti anjuran pemerintah dalam mengatasi penyebaran covid 19, dampaknya pemasaran yang biasanya dilakukan secara langsung, sebagian besar berubah dilakukan secara online. Oleh karena itu saya berinisiatif untuk melakukan penjualan melalui media social untuk memperlancar usaha. Dampaknya sebagaimana yang sudah saya sampaikan sebelumnya walaupun hasilnya tidak besar, tetapi masih ada pemasukan dibandingkan tidak sama sekali.”

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil wawancara diatas bahwa pelaku usaha kuliner Bakso Babi El Shadai sudah sangat baik dalam dalam menggunakan media social untuk mendukung pemasaran usaha kuliner, untuk itu di sarankan bahwa pelaku usaha dapat terus mengembangkan potensi media sosial

2. Hasil wawancara dari pelaku UMKM RM. Se'i Babi Batako (Kuliner) yang beralamat di Jln. Suprpto, Kelurahan Oebobo, dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :

a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM RM. Se'i Babi Batako
Mengenai Bagaimana Strategi Pengembangan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“awalnya mendirikan usaha ini dikarenakan lokasi usaha yang memang mamadai untuk membuka usaha kuliner, karena sebagian besar wilayah sasaran target saya berada pada wilayah perkantoran, sehingga saya menysasar karyawan kantor pemerintah/swasta untuk menjadi target kuliner saya”

Adapun wawancara lain yang mengatakan bahwa :

“untuk strategi pemasaran sendiri karena target sasaran saya adalah karyawan maka saya memasang papan nama tempat usaha rumah makan yang spesifik tentang menu yang akan saya jual, selain itu saya pernah membagikan brosur menu saat baru pertama usaha di buka, untuk penggunaan media social sampai saat ini belum terlalu saya gunakan”

b. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM RM. Se'i Babi Batako
Mengenai Bagaimana Gambaran Pertumbuahn Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“untuk pertumbuhan usaha saya sampai saat ini lumayan baik, walaupun tidak signifikan tapi susah sedikit mendapat keuntungan dan menutup pinjaman modal saya, kebetulan saya mengakses permodalan usaha awal lewat pinjaman bank, dan sampai saat ini hasil usaha sudah lumayan baik.”

Adapun wawancara lain yang mengatakan bahwa :

“waktu dilanda pandemi covid19 usaha saya sempat sangat sulit untuk bertahan apalagi waktu itu saya masih harus membayar angsuran pinjaman usaha saya, namun saya sebagai pelaku usaha sempat mendapatkan bantuan keringanan relaksasi pembayaran angsuran usaha kredit usaha, ini sangat membantu saya saat itu untuk bertahan, bersyukur sekarang kantor sudah mulai masuk, dan pemasukan saya sudah mulai baik sehingga saya harap ini dapat terus bertahan dan usaha saya menjadi semakin baik kedepannya”

d. Hasil wawancara dengan pelaku Usaha Kuliner UMKM RM.

Se'i Babi Batako Mengenai Bagaimana Dampak Usahanya

Bagi Perekonomian Rumah Tangga ?

Beliau mengatakan :

“Kalau mau jujur saya sangat terbantu dengan usaha rumah makan ini, walaupun saya punya beberapa usaha lain, tapi yang pemasukan paling stabil ya usaha ini, pendapatan yang saya dapatkan dari usaha ini saya gunakan untuk membayar angsuran usaha sebagai saya tabung, serta digunakan untuk berbagai kebutuhan. Namun saya punya prinsip agar pendapatan usaha tidak serta merta saya gabung dengan kebutuhan rumah tangga, saya coba buat terpisah untuk pengaturannya sehingga pendapatan usaha yang betul-betul merupakan keuntungan yang sebagian saya tabung untuk kebutuhan pribadi saya dan keluarga, sebagian tetap saya jadikan aset untuk modal usaha saya”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM rumah makan se'i babi batako dapat di simpulkan pelaku usaha memiliki sasaran market yang spesifik yakni para pekerja kantor,pemerintah dan swasta karena di dukung oleh lokasi usaha yang menunjang usaha tersebut. Pelaku usaha memulai usaha dengan mengakses modal lewat perbankan dan sempat terdampak pandemic. Selanjutnya usaha masih dapat terus bertahan karena pelaku usaha mendapat bantuan relaksasi pembayaran pinjaman saat pandemi. Hal ini menunjukkan peran pemerintah dalam membantu masyarakat khususnya pelaku usaha saat pandemic berjalan dengan baik. kedepanya pelaku usaha dapat terus mengembangkan usaha

dengan memperbanyak jenis produk usaha makanan yang dijual dan juga memperluas sasaran market usaha sehingga omset usaha yang di dapatkan dapat terus meningkat guna menunjang kebutuhan pengembangan usaha.

3. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Café Garandha (Kuliner) yang beralamat di Jln. Amabi No. 77, Kelurahan Oebufu, dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :

a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Café Garandha

Mengenai Bagaimana Strategi Pengembangan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“saya mendirikan usaha ini sebenarnya awalnya dikarenakan hobby. Saya membangun usaha ini bersama beberapa orang teman, namun akhirnya sekarang saya yang masih bertahan untuk mengurus operasional kafe ini. Cafe ini saya rintis sejak 5 Tahun terakhir, puji Tuhan sampai sekarang masih bisa eksis dan sudah memiliki beberapa langganan tetap setiap harinya”

Adapun wawancara lain yang mengatakan bahwa :

“Untuk strategi pemasaran karena target usaha saya adalah Anak muda khususnya remaja, pelajar hingga mahasiswa maka saya menggunakan media social sebagai platform pemasaran usaha saya yang paling utama. Saya dan beberapa orang teman rajin menggunakan social media untuk mempromosikan usaha saya khususnya beberapa media social yang banyak digunakan anak muda sekarang seperti instagram dan juga tik tok. Saya juga membuat akun social media khusus untuk kafe saya yang mempromosikan menu makanan dan minuman yang ada di kafe, serta mempromosikan lokasi dan spot foto yang bisa digunakan anak muda untuk nongkrong bersama teman-teman. Beberapa kali juga saya coba meminta bantuan beberapa teman yang memiliki pengikut/follower social media yang banyak untuk membantu mempromosikan café saya, bahkan beberapa ada yang saya bayar ada juga yang dibayar dengan mendapatkan

pelayanan gratis di kafe saya. Namun satu hal yang juga saya perhatikan di kafe saya adalah soal harga, sejak kafe ini dimulai saya bertekad untuk menyediakan makanan dan minuman yang “ramah” untuk kantong anak muda dan pelajar, nah ini salah satu nilai unggul saya, sehingga karena harga yang cukup ramah dikantong pelajar dan mahasiswa maka cukup banyak pelanggan saya yang tetap setiap menjadi pelanggan tetap kafe ini”

b. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Café Garandha

Mengenai Bagaimana Gambaran Pertumbuhan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“Ya kalau ditanya tentang pertumbuhan usaha, memang belum begitu menjanjikan, namun saya pastikan kalau modal yang saya gunakan untuk membangun usaha ini sudah kembali saya dapatkan. Sekarang saya lebih focus untuk terus meningkatkan asset usaha saya melalui penambahan beberapa mesin untuk mendukung pelayanan saya dan juga penambahan menu. Kedepan target saya mungkin bisa buka cabang di beberapa tempat lain kalau memungkinkan”

c. Hasil wawancara dengan pelaku Usaha Kuliner UMKM Café

Garanda Mengenai Bagaimana Dampak Usahanya Bagi Perekonomian Rumah Tangga ?

Beliau mengatakan :

“usaha ini sangat membantu saya dalam mendukung ekonomi saya dan keluarga, dari hasil usaha ini saya memiliki beberapa tabungan yang saya gunakan untuk kebutuhan saya dan keluarga. dari tabungan ini juga saya berencana untuk membuka beberapa usaha lain, seperti kios ataupun usaha lain, namun saya masih menunggu waktu yang tepat, semoga usaha ini bisa terus berkembang dengan baik”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM café garandha dapat di simpulkan bahwa usaha yang dibangun oleh pelaku usaha dapat bertahan karena pelaku usaha serius dalam mengembangkan usaha dengan

menggunakan berbagai cara khusus untuk menarik minat anak muda remaja sebagai target market dari usaha tersebut. Selain itu usaha juga telah mencapai titik balik modal oleh karena itu pelaku usaha dapat terus mengembangkan usaha dengan membuka cabang lain atau menambah Jenis variasi produk yang ditawarkan dalam usaha tersebut untuk mengembangkan usahanya.

B. SEKTOR FASHION

1. Hasil wawancara dari pelaku UMKM Penjahit beralamat di Kel. Sikumana (Sektor Fashion) bersama Bapak Edu lake dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :

a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Penjahit Bapak Edu lake

Mengenai Bagaimana Strategi Pengembangan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“Bahwa strategi pemasaran pesan yang saya lakukan yaitu dengan cara mempromosikannya lewat media social karena hal itu lebih mudah dalam proses pemasaran dan juga lebih menarik para pelanggan menemukan bahwa dengan kemajuan teknologi saat ini, UMKM memanfaatkannya dengan memperluas akses pasar untuk mempromosikan hasil produksinya melalui media. Selain itu banyak pelanggan tetap saya, yang memasarkan hasil kerja saya dari mulut ke mulut sehingga mendatangkan pendatang baru. Kemerinssat Covid memang terasa ada penurunan pelanggan yang dating, tapi syukur tetap masih ada permintaan untuk usaha jahit pakaian yang saya lakukan”

b. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Penjahit Bapak Edu lake

Mengenai Bagaimana Gambaran Pertumbuhan Usahanya ?

Beliau Mengatakan :

“Bahwa hasil menjahit tersebut dapat dipasarkan dengan model pemasaran yang dilakukan secara langsung maupun melalui secara

online. Pembinaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kupang yang pernah diikuti fasilitasi untuk mengikuti pameran promosi Produk. Perkembangan Usaha selama kurang lebih 3 tahun terakhir terjadi peningkatan, omzet penjualan, permodalan dan peningkatan SDM karena sering diikuti dalam kegiatan pendidikan dan pelatihan UMKM yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kupang. Sehingga meningkatkan keuangannya UMKM itu bisa tetap survive tetap eksis pemasarannya. ”

Adapun wawancara lain yang mengatakan bahwa :

“Kemarin saat pandemi Covid19 usaha saya juga cukup terdampak, namun syukur saat ini sudah semakin baik, permintaan untuk jasa jahit pakaian juga sudah hamper normal, bahkan di beberapa kondisi tertentu permintaan cukup besar. Saya berharap kondisi seperti ini bisa terus bertahan bahkan membaik agar usaha saya bisa tetap berkembang”

- c. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Penjahit Bapak Edu lake
Mengenai Bagaimana Dampak Usahanya Bagi Perekonomian
Rumah Tangga ?

Beliau Mengatakan :

“Dampak bagi usaha yang saya jalankan saat ini sangat membantu perekonomian rumah tangga saya. karena dari pihak Dinas Koperasi membantu terhadap usaha saya karena sudah memberikan bimbingan pelatihan dengan cara berjualan secara manual dan secara modern.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM penjahit Fanny Tailor dapat di simpulkan bahwa pelaku usaha telah memiliki pelanggan tetap dalam usaha tersebut. Selain itu untuk menambah pelanggan baru dan juga mendukung pemasaran pada saat pandemic pelaku usaha juga menggunakan media social sebagai sarana pemasaran. Pelaku usaha juga sudah pernah mengakses kegiatan pembinaan maupun pelatihan yang di lakukan oleh pemerintah sehingga pemerintah dapat terus membantu pelaku usaha melalui penyediaan berbagai paket

pelatihan maupun berbagai bentuk pembinaan usaha lainnya karena sudah terbukti bermanfaat bagi usaha.

2. Hasil wawancara dari pelaku UMKM Distro Silver Ross beralamat di Jln. Jenderal Sudirman, Kelurahan Kuanino, dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :

- a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Distro Silver Ross
Mengenai Bagaimana Strategi Pengembangan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“waktu awal distro ini didirikan saya menggunakan spanduk dan pengumuman besar didepan toko untuk memudahkan dan menarik perhatian orang yang lewat, kebetulan karena Toko saya berada didepan jalan sehingga saya menggunakan cara itu untuk pemasaran awal. Selanjutnya saya juga menggunakan medis social bahkan pernah membuka beberapa akun dimarket place untuk mendukung penjualan, namun karena keterbatasan waktu akun di market place sudah saya tutup, namun saya tetap gunakan media social seperti instagram untuk mempromosikan usaha dan produk-produk jualan saya , khususnya untuk produk berupa baju/ celana yang baru masuk biasanya wajib kami posting untuk promosi, beberapa pelanggan yang dating ke toko justru dating karena lebih dahulu melihat akun media social kami”

- b. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Distro Silver Ross
Mengenai Bagaimana Gambaran Pertumbuhan Usahanya ?

Beliau Mengatakan :

“setelah pendemi covid19 berlalu pendapatan usaha saya sudah lebih baik, namun pertumbuhan hasil penjualan memang tidak stabil biasanya meningkatkan dibulan-bulan tertentu tergantung kebutuhan konsumen. Karena sasaran produk saya adalah anak muda biasanya penjualan akan naik ketika ada event atau kebutuhan tertentu misalnya saat libur hari raya baik paskah, lebaran ataupun akhir tahun saat natal, karena banyak anak muda yang membutuhkan pakaian baru untuk menunjang aktifitas mereka ”

Adapun wawancara lain yang mengatakan bahwa :

“saat pendemi Covid19 kemarin usaha saya juga sangat terpengaruh, waktu itu toko saya sempat tutup saat terjadi pembatasan social oleh pemerintah, hampir 3 bulan toko saya tutup, namun beruntung akhirnya ketika toko dibuka kembali sedikit demi sedikit penjualan membaik, saat pandemic saya berusaha mengurangi pengeluaran dengan mengurangi belanja stok produk pakaian, serta merumahkan sementara tenaga kerja sehingga biaya operasional bisa ditekan”

c. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Distro Silver Ross

Mengenai Bagaimana Dampak Usahanya Bagi Perekonomian Rumah Tangga ?

Beliau Mengatakan :

“sampai saat ini usaha ini cukup membantu saya, walaupun harus jujur bahwa ini bukan usaha utama saya, karena saya juga masih memiliki pekerjaan tetap lain, namun usaha ini cukup memberikan pernghasilan tambahan lebih untuk saya di umur saya yang masih muda. Usaha ini juga memberikan lapangan kerja dan gaji bagi beberapa karyawan toko saya dan beberapa dari mereka ada yang sudah berkeluarga”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM Distro Silver Ross dapat di simpulkan bahwa pelaku usaha ini adalah contoh pelaku usaha yang paling aktif dalam menggunakan media social untuk mendukung usaha. Hal ini terbukti dengan penggunaan media social yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran tapi pelaku usaha juga sudah menggunakan market place untuk melakukan penjualan produk hasil usaha namun yang perlu menjadi perhatian adalah akun market place itu di tutup karena tidak dikelola dengan baik hal ini dapat menjadi masukan buat pemerintah agar dapat menyiapkan paket pelatihan khusus dari pelaku UMKM dalam rangka menerapkan strategi penjualan secara online via

market place agar menjadi masukan yang baik bagi setiap UMKM yang akan melakukan penjualan secara daring.

C. SEKTOR AGRIBISNIS

1. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Vinaco Virgin coconut oil atau Minyak kelapa murni (Agribisnis&pengelolaan) bersama bapak Andre zackharias dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :

- a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Vinaco bersama Bapak Andre Zakarias beralamat di Kelurahan bakunase II Kecamatan Kota Raja Kota Kupang Mengenai Bagaimana Strategi Pengembangan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“Bahwa potensi pemasaran yang baik melalui pengenalan produk bisa secara online dan juga dilakukan dengan membagi brosur pada masyarakat dan juga menitipkan produk di toko-toko belanja.”

- b. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Vinaco Mengenai Gambaran Pertumbuhan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“bahwa pembinaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kupang selama ini meliputi sosiaalisasi pemanfaatan permodalan KUR, rekomendasi pegurusan Ijin Usaha ke Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) NTT dan kegiatan perluasan pasar yang difasilitasi Dinas dengan lembaga/intansi lain, Perbankan untuk pemanfaatan modal KUR serta fasilitasi untuk mengikuti pameran promosi Produk. Perkembangan Usaha selama kurang lebih 3 tahun terakhir terjadi

peningkatan produksi, omzet penjualan, permodalan dan terbangun kerjasama usaha dengan mitra kerja lainnya.”

- c. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Vinaco bersama mengenai Bagaimana Dampak Usahnya Bagi Perekonomian Rumah Tangga ?

Beliau mengatakan :

“Dampak bagi usaha yang saya jalankan saat ini sangat membantu perekonomian rumah tangga saya. karena dari pihak Dinas koperasi membantu usaha saya dengan membimbing dan memberikan pelatihan bagaimana cara berjualan secara manual dan secara modern. saya merasa bahwa usaha ini sudah cukup untuk kebutuhan keluarga dan menjamin untuk kebutuhan di masa mendatang.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM *Vinaco Virgin Coconut Oil* dapat di simpulkan bahwa pelaku usaha menjalankan salah satu usaha yang menjual produk local. Dalam rangka mendukung usaha pelaku usaha juga sudah difasilitasi kredit usaha dari pemerintah. Hal ini dapat terus ditingkatkan untuk dilakukan pemerintah karena terbukti berdampak bagi mendukung pengembangan usaha.

2. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Usaha Tanaman Hias “Flora Kupang Nursery” beralamat di TDM V dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :

- a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Usaha Tanaman Hias “Flora Kupang Nursery” Mengenai Bagaimana Strategi Pengembangan Usahnya ?

Beliau mengatakan :

“potensi usaha tanaman hias di Kota Kupang cukup besar, karena semakin ke sini semakin banyak pecinta tanaman hias di Kota

Kupang yang secara rutin melakukan kegiatan maupun berusaha mendapatkan koleksi tanaman hias. Usaha ini saya mulai hanya dari hobby namun karena banyak teman, keluarga dan kenalan yang justru menyarankan saya untuk menekuni sehingga sekarang syukur menjadi salah satu sumber pendapatan saya. Untuk strategi pemasaran saya banyak terbantu dengan pengenalan usaha dari pelanggan saya sendiri, karena biasanya hobby tanaman hias ini kan sifatnya spesifik menyasar pecinta tanaman, maka karena banyak beredar informasi dari satu orang ke orang lain akhirnya makin banyak yang kenal dengan usaha saya. Selain itu saya juga rutin mengikuti beberapa pertemuan ataupun pameran tanaman hias yang membantu saya mempromosikan usaha saya, beberapa juga dilakukan dengan kerja sama pemerintah dari Dinas Koperasi dan UMKM. Saya juga terbantu dengan banyaknya tanaman hias saya yang disewa oleh sektor pemerintah yang kemudian menjadi semacam sales yang menyampaikan usaha saya sehingga beberapa langganan saya juga berasal dari kantor dan dinas pemerintah”

- b. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Usaha Tanaman Hias “Flora Kupang Nursery” Mengenai Gambaran Pertumbuhan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“usaha tanaman hias merupakan usaha yang tidak kenal musim, karena dasarnya dari hobby sebagian besar orang yang membeli biasanya mencari koleksi tertentu ataupun untuk memperindah rumah atau halaman mereka, sehingga syukur penghasilan saya secara umum stabil, walupun tidak terlalu besar tapi sangat cukup untuk kebutuhan saya. Bahkan saat pandemic kemarin beberapa bunga saya justru lebih laku terjual, mungkin karena banyak orang yang dirumah mereka justru mencari kesibukan dengan menanam bunga. Sampai saat ini selama beberapa tahun terakhir usaha saya sudah cukup baik, bahkan saya mampu menambah koleksi saya dengan mendatangkan atau membeli beberapa bibit tanaman hias, bahkan tanaman hias jadi dari luar daerah khususnya wilayah jawa untuk saya pelihara dan rawat serta saya jual kembali”

- c. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Usaha Tanaman Hias “Flora Kupang Nursery” bersama mengenai Bagaimana Dampak Usahanya Bagi Perekonomian Rumah Tangga ?

Beliau mengatakan :

“secara umum usaha ini sangat mendukung kebutuhan ekonomi keluarga saya, beberapa kebutuhan keluarga saya termasuk biaya sekolah anak-anak saya sangat bisa saya biayai dari hasil usaha saya ini. Kedepan jika memungkinkan saya berencana untuk terus menambah koleksi saya dan bisa membangun jaringan kerjasama yang baik khususnya dengan lembaga pemerintah/swasta yang membutuhkan tanaman hidup untuk kantor atau tempat kerja mereka.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM tanaman hias *Flora Kupang Nursery* dapat di simpulkan bahwa potensi usaha tanaman hias adalah salah satu usaha yang sangat sedikit terdampak pandemic. Hal ini terjadi karena sektor usaha ini memiliki target market yang spesifik dan juga berdasarkan hoby bahkan berdasarkan hasil wawancara omset pelaku usaha justru meningkat saat pandemic terjadi karena banyak orang mencari hiburan dan kesibukan di rumah saat pandemic dengan memelihara dan merawat tanaman hias. Ini bisa menjadi salah satu potensi usaha yang patut untuk dipertimbangkan oleh pelaku usaha lain.

D. SEKTOR JASA

1. Hasil wawancara dari pelaku UMKM Rental Mobil Kupang (Sektor Jasa) bersama bapak Roby ken beralamat di Jl.Amabi Tofa dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :

- a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Rental mobil kupang bersama bapa Roby Ken Mengenai Strategi Pengembangan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“Bahwa strategi yang kami terapkan dalam mengembangkan usaha Rental mobil yakni memasang tarif yang lebih terjangkau di setiap tipe mobil, menggunakan juru mudi yang berpengalaman, menggunakan teknologi GPS, dan pelaksanaan pemasaran kita

melalui via media social dan juga memasang iklan di bergai media social.”

- b. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Rental mobil kupang bersama bapa Roby ken Mengenai Bagaimana Gambaran Pertumbuhan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“Bahwa pertumbuhan pemasaran usaha rental mobil sudah sangat baik yang saya rasa saat ini, karna yang sebelumnya jumlah konsumen sedikit dengan pendapatan yang rendah dan jika dibandingkan dengan saat ini jumlah pendapatan saya perhari cukup tinggi karena jumlah konsumen yang semakin banyak.”

- c. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Rental mobil kupang bersama bapa Roby ken Mengenai Dampak Usahanya Bagi Perekonomian Rumah Tangga ?

Beliau mengatakan :

“Bahwa dampak yang saya rasa dari usaha rental mobil ini membawa perubahan bagi ekonomi rumah tangga, dan memenuhi kebutuhan hidup dan menjamin kebutuhan di masa mendatang.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM Rental Mobil Kupang dapat di simpulkan bahwa pelaku usaha memiliki strategi khusus dalam mengembangkan usaha dan juga mempertahankan omset usaha saat pandemi berlangsung yakni melalui penyediaan variasi produk yang lebih banyak dengan berbagai tarif atau harga. Hal ini kemudian memberikan opsi atau pilihan bagi masyarakat yang akan memilih produk usaha tersebut. Ini bisa menjadi salah satu contoh bagi pelaku usaha lain dalam membangun usaha serupa.

- 2. Hasil wawancara dari pelaku UMKM Jasa Laundry dan Cuci Karpét “Sulaiman” beralamat di Jln. Seoharto No.50 (Kompleks**

Ruko Friendship) Kelurahan Naikoten 1 dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :

- a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Jasa Laundry dan Cuci Karpet “Sulaiman” Mengenai Strategi Pengembangan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“awalnya usaha ini saya dirikan karena saya melihat adanya peluang usaha untuk bidang jasa cuci pakaian khususnya laundry di Kota Kupang. Sasaran saya adalah mahasiswa, ataupun pekerja kantoran yang memiliki waktu terbatas untuk melakukan kegiatan cuci pakaian setiba hari/minggunya sehingga dengan adanya usaha yang saya rintis diharapkan bisa memenuhi kebutuhan mereka tersebut. Sejauh ini pelanggan saya paling banyak berasal dari mahasiswa ataupun masyarakat umum disekitar wilayah naikoten 1, selain itu saya juga membuka usaha cuci karpet yang mungkin masih sangat jarang di Kota Kupang, beberapa pelanggan datang secara khusus untuk mencari jasa ini. Strategi pemasaran yang saya lakukan dengan menggunakan leaflet yang saya bagikan ditempat-tempat umum, khususnya bagi mahasiswa ataupun pekerja kantoran dengan memberikan harga yang kompetitif, selain itu saya juga menyediakan layanan antar jemput sebagai tambahan pelayanan saya tentunya dengan harga yang berbeda sehingga memudahkan pelanggan saya yang ingin mencuci ditempat kami.”

- d. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Jasa Laundry dan Cuci Karpet “Sulaiman” Mengenai Bagaimana Gambaran Pertumbuhan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“Sampai saat ini cukup baik,saya sudah memiliki beberapa pelanggan tetap yang rutin menggunakan jasa saya setiap minggunya, biasanya untuk pelanggan tetap saya juga memberikan harga khusus untuk menjaga mereka tetap menggunakan jasa saya. Untuk penghasilan saat ini sudah lebih baik dibandingkan saat pandemic kemarin usaha saya sangat terdampak, karena asa laundry merupakan satau satu usaha yang mendapatkan pembatasan saat pandemic kemarin, beruntung setelah pandemic berakhir usaha saya masih bertahan dan bisa tetap memberikan pelayanan dan mendapatkan keuntungan walaupun belum stabil”

- e. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Jasa Laundry dan Cuci Karpel “Sulaiman” Mengenai Dampak Usahanya Bagi Perekonomian Rumah Tangga ?

Beliau mengatakan :

“saya punya keluarga dan anak-anak, dan usaha ini merupakan tumpuan hidup saya, bersyukur hingga saat ini usaha saya masih memberikan hasil yang baik yang dapat saya gunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha dan kebutuhan saya sehari-hari bersama keluarga”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM Jasa Laundry dan Cuci Karpel dapat di simpulkan bahwa pelaku usaha memiliki strategi khusus dalam mengembangkan usaha yakni dengan menerapkan harga yang kompetitif disesuaikan dengan sasaran dari usaha tersebut yakni mahasiswa. Selain itu pelaku usaha juga bersedia memberikan layanan tambahan misalnya layanan antar jemput yang kemudian menjadi nilai tambah bagi usaha dan produk yang ditawarkan. Hal ini tentu saja sangat berpengaruh bagi perkembangan usaha tersebut.

E. SEKTOR PERDANGANGAN

- 1. Hasil wawancara dari pelaku UMKM Kios UD Mentari Permai (Perdagangan) bersama Bapak Jimmy Beralamat di Kel. Oepura dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :**

- a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Kios UD Mentari Permai bersama bapak Jimmy Mengenai Bagaimana Strategi Pengembangan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“Bahwa stok barang yang saya peroleh dari distributor utama di kota Kupang agar bisa mendapat harga yang lebih murah sehingga saya menjual dengan harga yang terjangkau dengan mengambil keuntungan lebih kecil sehingga dapat menarik banyak pelanggan. strategi lain untuk mendapat pelanggan lebih banyak dengan lokasi tempat usaha yang strategis dengan penataan produk juga merupakan salah satu strategi untuk bisa menarik minat beli konsumen.”

- b. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Kios UD Mentari Permai bersama bapak jimmy Mengenai Bagaiman Gambaran Pertumbuhan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“bahwa saya rasa usaha yang saya geluti sudah cukup maju dari yang dulunya hanya biasa-biasa saja namun kini sudah maju menjadi usaha yang mampu bersaing dengan UMKM lain berkat binaan dan dorongan dari pihak koperasi. usaha saya kini beranjak jauh lebih baik dengan tingkat omset yang jauh lebih tinggi.”

- c. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Kios UD Mentari Permai bersama bapak Jimmy Mengenai Dampak Usahanya Bagi Perekonomian Rumah Tangga ?

Beliau mengatakan :

“Bahwa usaha kios ini cukup membantu bagi perekonomian rumah tangga saya, dan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan menjamin kebutuhan di masa-masa mendatang.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM Kios UD Mentari Permai dapat di simpulkan bahwa pelaku usaha sudah menjalankan usaha cukup lama. Salah satu cara yang membuat usaha cukup bertahan dengan menerapkan harga yang kompetitif dan juga menempatkan lokasi tempat usaha yang strategis yang bisa diakses oleh banya orang. Kedepanya pelaku usaha menyatakan

akan terus mengembangkan usaha karena usaha tersebut sangat membantu perekonomian dari keluarga.

2. Hasil wawancara dari pelaku UMKM UD. Kios Tiga Putra (Perdagangan) Beralamat di Jln. Sudarso, Kel. Alak dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penulis sebagai berikut :

- a. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM UD. Kios Tiga Putra
Mengenai Bagaimana Strategi Pengembangan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“Saya menjual beberapa barang kebutuhan yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Saya menjual eceran untuk masyarakat secara langsung namun adapula beberapa pedagang yang mengambil barang kebutuhan dari saya sehingga saya biasanya membedakan harga antara harga eceran dan harga grosir. Untuk pemasaran saya lebih ke mempertahankan harga yang kompetitif karena jujur saja banyak usaha sejenis seperti yang saya punya, sehingga factor harga menjadi pembeda dan penentu agar usaha dapat bersaing. Biasanya untung yang saya dapat kecil namuh jika perputaran barang cepat makan itu bisa menghasilkan untuk lebih. Selain itu ada beberapa pemasok barang dagangan local yang menggunakan sistem titip dagangan sehingga biasanya itu tidak membutuhkan modal bagi saya untuk menyiapkan stok, tetapi barangnya saya jual dahulu baru untungnya saya ambil dan sisanya saya setor ke penyedia barang tadi. Untuk pemasaran sepertinya untuk area alak dan sekitarnya sudah mengetahui keberadaan usaha saya”

- d. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM UD. Kios Tiga Putra
Mengenai Bagaiman Gambaran Pertumbuhan Usahanya ?

Beliau mengatakan :

“untuk pertumbuhan usaha dagang seperti saya relative stabil bahkan baik, karena kebutuhan bahan pokok ini kan selalu jadi kebutuhan warga setiap harinya sehingga relative stabil, termasuk saat covid 19 kemarin walaupun omset turun tetapi pemasukan tetap ada. Saya juga mendapatkan bantuan pendanaan modal usaha dari Kredit Usaha Rakyat (KUR) dari Pemerintah, ini sangat membantu

saya untuk memperbesar usaha saya untuk menambah kelengkapan barang dagangan saya”

- e. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM UD. Kios Tiga Putra
Mengenai Dampak Usahanya Bagi Perekonomian Rumah Tangga?

Beliau mengatakan :

“Usaha ini adalah sumber penghasilan utama saya, anak-anak saya bisa sekolah dan saya bisa memenuhi kebutuhan istri dan anak-anak dan keluarga saya dari hasil usaha ini, bahkan beberapa aset lain seperti rumah dan kendaraan juga dibeli dari hasil usaha ini.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM Kios Tiga Putra dapat di simpulkan bahwa pelaku usaha melakukan penjualan baik secara eceran maupun grosir. Hal ini kemudian berdampak pada omset usaha yang semakin besar selain itu penetapan harga yang kompetitif juga menjadi salah satu strategi yang diterapkan pelaku usaha.

F. DINAS KOPERASI DAN UMKM KOTA KUPANG

Hasil wawancara dengan kepala Dinas Koperasi terhadap UMKM kota Kupang. Danberty E Ndapamerang, mengenai bagaimana strategi pengembangan dinas koperasi UMKM di kota kupang.

Beliau mengatakan bahwa :

“ Saat ini kita semua harus paham bahwa sektor informal (UMKM) dan koperasi wajib di bida, dikembangkan dan dilindungi pemerintah sebagai basis ekonomi rakyat, beberapa pola pembinaan perlu dijalankan secara simultan, terutama menyangkut kemitraan, pembiayaan, dan pengembangan usaha. Ada 3 hal utama dalam konsep stargeti pengembangan UMKM yakni :

- 1. Kemitraan merupakan sebuah konsep yang menampung aspirasi kelompok yang berafiliasi dalam sebuah usaha untuk menggali potensi lokal. Dengan kemitraan, berbagai potensi yang terdapat di dalam sebuah komunitas diharapkan dapat diangkat dan menjadi keunggulan*

yang memiliki nilai ekonomi dan mampu menciptakan keunggulan komparatif di sebuah daerah.

2. *Pembiayaan guna mengoptimalkan peran koperasi dan UMKM sebagai basis ekonomi rakyat, sesungguhnya pemerintah melalui Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kupang telah membuat berbagai kebijakan dan regulasi yang ditunjukkan untuk memberikan bantuan biaya langsung, maupun lembaga keuangan dengan mendirikan atau menugaskan bank dan lembaga keuangan lainnya guna menyalurkan bantuan keuangan bagi UMKM. Bentuk yang sudah dilakukan di antaranya memberikan Bantuan Modal Usaha, melakukan kerjasama dengan perbankan terkait penyaluran Kredit Usaha Rakyat, dll.*
3. *Pengembangan Usaha dan UMKM merupakan langkah penting dalam meningkatkan dan memperkuat dasar perekonomian UMKM khususnya penyediaan lapangan kerja dan pembentukan usaha-usaha baru. Mengingat peran strategis tersebut, maka perencanaan pengembangan koperasi dan UMKM harus dilakukan secara sistematis dan menyeluruh. Biasanya Pengembangan koperasi dan UMKM hendaknya bertujuan untuk:*
 - a) *Menciptakan iklim usaha yang lebih kondusif termasuk membuka kesempatan usaha baru yang seluas luasnya bagi masyarakat, serta menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi*
 - b) *Mengembangkan sistem pendukung usaha bagi koperasi dan UMKM untuk meningkatkan akses kepada sumber daya produktif sehingga dapat membuka kesempatan bagi berbagai potensi masyarakat untuk memanfaatkan berbagai sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia.*
 - c) *Mengupayakan pengembangan kewirausahaan terutama dengan cara memanfaatkan berbagai keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif.*

Dalam pelaksanaan Pengembangan UMKM di Kota Kupang kepada masyarakat pelaku UMKM maka Dinas Koperasi Dan UKM Kota Kupang telah beberapa kali dengan mengadakan pelatihan dalam setahun dengan jumlah peserta yang mengikuti pelatihan adalah 30-40 pelaku usaha UMKM. Pembinaan dan Pelatihan ini dilakukan untuk memasyarakatakan dan membudayakan kewirausahaan, Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial, Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis dan penciptaan wirausaha baru. tanggung jawab pemerintah Kota Kupang terhadap pemberdayaan masyarakat pelaku

UMKM di Dinas Koperasi dan UKM Kota Kupang dalam hal pelayanan dan pemberdayaan sudah berjalan baik namun masih belum sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.

5.2 Pembahasan

Hasil penelitian pembahasan menunjukkan bahwa kondisi ekonomi UMKM sangat membutuhkan bantuan dari pemerintah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Beberapa Pelaku UMKM dapat disimpulkan bahwa Usaha yang dilakukan masing-masing pelaku usaha secara khusus berpengaruh terhadap ekonomi masing-masing keluarga, dan secara umum akan meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat di Kota Kupang khususnya melalui strategi pengembangan, pemasaran, serta pemberian modal yang baik diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat secara umum.

5.2.1 Strategi Pengembangan terhadap UMKM di Kota Kupang

Sebagai upaya untuk mengetahui strategi yang dilakukan masing-masing pelaku usaha dan Dinas Koperasi terhadap Pengembangan UMKM di Kota Kupang maka penulis melakukan wawancara dengan beberapa UMKM terkait sejauh mana program dan kegiatan pembinaan yang dilakukan Dinas Koperasi Kota Kupang dalam rangka pengembangan UMKM di Kota Kupang.

Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kupang mengupayakan berbagai Program dan Kegiatan untuk meningkatkan kualitas produk dan mendukung usaha kecil. Untuk itu fokus Pembinaan dilakukan untuk

mendukung bisnis, serta meningkatkan keunggulan produk dari masing-masing usaha. Dinas Koperasi juga berupaya menyusun beberapa kebijakan pemerintah yang mendorong standarisasi produk usaha mikro agar mampu bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain. Selain itu bersamaan dengan tujuan ini juga dilakukan perbaikan manajemen usaha, khususnya di bidang pengelolaan usaha mikro berbasis kewirausahaan, serta pengusahaan modal usaha bagi masing-masing usaha yang membutuhkan.

Dinas Koperasi Kota Kupang juga telah melakukan pendataan UMKM untuk dapat memudahkan akses terhadap permodalan, informasi pasar produk, jejaring kemitraan dan perijinan.

Terkait beberapa program dan kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi tersebut, maka Informasi yang diperoleh dari sisi UMKM sebagai berikut

UMKM Penjahit Bapak Edu lake

“dari sisi saya sebagai pelaku usaha maka strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara mempromosikannya lewat media social agar hal itu lebih muda dalam proses pemasaran dan juga lebih menarik para pelanggan menemukan bahwa dengan kemajuan teknologi saat ini, UMKM memanfaatkannya dengan memperluas akses pasar untuk mempromosikan hasil produksinya melalui media. Terkait peran dari Dinas Koperasi yang dilakukan, saya mendapatkan pembinaan usaha, juga pernah mendapatkan Bantuan Modal usaha untuk meningkatkan usaha saya agar lebih berkembang. Modal tersebut saya gunakan untuk membeli beberapa peralatan jahit dan juga kebutuhan beberapa bahan yang digunakan untuk mendukung usaha saya”

Berdasarkan pernyataan diatas tampak bahwa secara umum masing-masing UMKM berupaya untuk tetap mempertahankan usaha mereka

dan juga mengembangkannya, sebagian besar usaha berupaya menggunakan teknologi khususnya media social sebagai salah satu strategi pemasaran yang paling mudah untuk dilakukan.

Selain itu sebagian besar usaha juga merasakan dampak baik dari pembinaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kupang yang pernah diikuti fasilitasi untuk mengikuti pameran promosi melalui pembinaan yang dilakukan maka pemasaran Produk yang dilakukan bisa lebih baik khususnya terkait pemasaraan lewat media sosial.

Beberapa usaha mengakui terdampak dengan adanya pandemic Covid19, namun seiring berjalannya waktu khususnya saat ini perkembangan usaha menjadi lebih baik yang ditandai dengan terjadi peningkatan permintaan, omzet penjualan yang semakin baik, semakin baiknya akses permodalan dan adanya bantuan peningkatan kualitas SDM karena sering diikutkan dalam kegiatan pendidikan dan pelatihan UMKM yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kupang. Dengan semua hal yang dilaksanakan diharapkan UMKM itu bisa tetap survive tetap eksis pemasarannya.

5.2.2 Gambaran pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Kupang

Untuk mendukung pertumbuhan ekonomi di Kota Kupang yang ditopang pengembangan UMKM maka Dinas Koperasi telah berupaya menyusun berbagai program dan kegiatan dengan sasaran koperasi dan UMKM agar koperasi dan UMKM dapat bertumbuh menjadi pelaku usaha yang berdaya

saing, selain itu juga diharapkan menumbuhkan wirausaha baru berbasis teknologi dan/atau berorientasi ekspor, serta peningkatan akses dan perluasan pasar ekspor bagi produk-produk koperasi dan UMKM.

Perkembangan UMKM suatu daerah sangat fluktuatif sehingga perubahan dari sisi jumlah unit, aset, omzet maupun penyerapan tenaga kerja selalu berubah ubah seketika karena bisa saja terjadi dormansi (keadaan stagnase) bahwa UKM bisa tumbuh dan mati yang artinya secara kelembagaan UMKM itu ada tetapi tidak melaksanakan aktivitas usaha. Demikian halnya dengan perkembangan UMKM di Kota Kupang. Sesuai dengan hasil penelitian maka perkembangan UMKM di Kota Kupang sesuai tabel berikut:

Tabel 5.1 Perkembangan UMKM Kota Kupang

| Uraian | Satuan | Tahun | | | | |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Jumlah UMKM | Unit | 16.450 | 16.750 | 17,050 | 17.350 | 17.650 |
| Penyerapan Tenaga Kerja | Orang | 21.197 | 21.208 | 21,397 | 21.497 | 21.597 |

Sumber Data: Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro Dinas Kop dan UKM Kota Kupang

Dari data tabel 5.1 menunjukkan bahwa trend pertumbuhan UMKM setiap tahun mengalami kenaikan baik dari segi jumlah unit maupun penyerapan tenaga kerja. Table ini menggambarkan bahwa dengan meningkatnya jumlah unit UMKM diikuti dengan jumlah penyerapan tenaga kerja. Dengan

demikian maka dapat disimpulkan UMKM memiliki peran strategis untuk mengatasi masalah pengangguran karena sebagai penyedia lapangan kerja. Selain jumlah UMKM sesuai data Dinas Koperasi Kota Kupang ada sumber dari Dinas Koperasi Provinsi NTT juga memiliki data UMKM yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.2
Jumlah UMKM di Kota menurut Dinas Koperasi Provinsi

| No | Kelas UMKM | Unit | Penyerapan Tenaga Kerja |
|--------|------------|--------|-------------------------|
| 1 | Mikro | 10,083 | 20,166 |
| 2 | Kecil | 7,853 | 23,559 |
| 3 | Menengah | 897 | 34,086 |
| Jumlah | | 18.833 | 77.811 |

Sumber: Dinas Koperasi Provinsi NTT

Berdasarkan data jumlah UMKM dan Penyerapan Tenaga Kerja pada tabel 5.1 dan Tabel 5.2 Terdapat perbedaan yang sangat signifikan pada data penyerapan tenaga kerja yakni dari kota kupang 17.650 unit dengan penyerapan tenaga kerja 21.597 orang sedangkan menurut data provinsi 18.833 unit dengan penyerapan tenaga kerja 77.811 orang. Dari data Kupang artinya bahwa kebanyakan UMKM hanya 1 sampai 2 orang tenaga kerja artinya bahwa pelaku UMKM saja tanpa rekrut tambahan tenaga kerja sedangkan data provinsi menunjukkan bahwa selain pelaku usaha sebagai tenaga kerja ada rekrutmen tambahan tenaga kerja rata-rata 3 orang.

Terkait dengan hasil wawancara terhadap beberapa responden diatas, maka terlihat bahwa rata-rata pelaku usaha terdampak adanya dengan adanya pandemic Covid19 yang terjadi pada beberapa waktu lalu, namun seiring berjalannya waktu, rata-rata pelaku usaha sudah mulai merasakan adanya perbaikan dari segi permintaan terhadap produk barang maupun jasa yang menjadi usaha mereka. Ini tampak dari hasil wawancara terhadap UMKM Bakso Babi El Shadai Mengenai Bagaimana Gambaran Pertumbuhan Usahanya

Beliau mengatakan :

“Bahwa pertumbuhan usaha Depot Bakso Babi El Shadai pada saat ini sudah bertumbuh dengan baik karena Covid19 sudah terlewatkan dan sangat terbantu dengan adanya beberapa Program bantuan dari Dinas Koperasi seperti pembinaan UMKM khususnya Manajemen sangat membantu usaha ini untuk berkembang. Saat ini memang usaha telah mulai tumbuh kembali, namun belum sama seperti sebelum Covid19, permintaan terhadap usaha saya sudah semakin baik. Kedepannya saya optimis usaha saya bisa lebih berkembang, namun saya masih terkendala dengan modal usaha, dan beberapa kebutuhan sumber daya lainnya untuk lebih meningkatkan pertumbuhan usaha saya.”

Beberapa responden lain juga menyatakan hal yang sama, hal ini menjadi suatu awal yang baik dimana masing-masing pelaku usaha tetap berupaya mempertahankan dan menjalankan usaha mereka masing-masing, hal ini juga menjadi tantangan tersendiri Pemerintah. dalam hal ini Dinas Koperasi agar mampu melaksanakan program, dan kegiatan yang tepat untuk menjawab kebutuhan dari masing-masing UMKM agar usaha yang mereka laksanakan dapat tetap berkembang dengan bantuan dukungan dari Pemerintah yang

diharapkan pada akhirnya dapat menjadi penopang sektor ekonomi masyarakat Kota Kupang secara umum.

5.2.3 Dampak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bagi ekonomi rumah tangga di Kota Kupang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sehingga mampu memperkecil jurang pemisah antara yang kaya dengan yang miskin. Perhatian pemerintah terhadap pentingnya peran dan keberadaan para usahawan UMKM dibuktikan dengan adanya wadah UMKM dan Koperasi berada di bawah Kementerian Koperasi dan UMKM dan hadirnya Dinas Koperasi dan UMKM dimasing-masing Kabupaten Kota termasuk di kota Kupang sendiri.

Perhatian yang tinggi tersebut diberikan kepada para pelaku UMKM tersebut sebagai wujud penghargaan pemerintah yang mampu menopang keberadaan ekonomi rakyat kecil dan berdampak langsung terhadap tingkat kehidupan masyarakat kalangan bawah sehingga kesejahteraan masyarakat dapat terus meningkat. dampak dari UMKM bagi masyarakat pelaku UMKM dapat meningkatkan pendapatan per kapita bagi pelaku UMKM, meminimalisir tingkat pengangguran di Kota Kupang dan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat di Kota Kupang dengan dukungan Modal dan binaan dari pihak UMKM dan Koperasi di Kota Kupang.

Sejalan dengan hasil penelitian diatas, sebagi besar responden menyatakan bahwa usaha yang mereka laksanakan sangat berdampak dalam mendukung ekonomi rumah tangga mereka, hal ini tampak dari hasil wawancara terhadap beberapa pelaku usaha diantaranya :

Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Rental mobil kupang bersama bapa Roby Ken Beliau mengatakan :

“Bahwa dampak yang saya rasa dari usaha rental mobil ini membawa perubahan bagi ekonomi rumah tangga, dan memenuhi kebutuhan hidup dan menjamin kebutuhan di masa mendatang.”

Selain itu pernyataan serupa juga disampaikan oleh Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Vinaco Beliau mengatakan :

“Dampak bagi usaha yang saya jalankan saat ini sangat membantu perekonomian rumah tangga saya. karena dari pihak Dinas koperasi membantu usaha saya dengan membimbing dan memberikan pelatihan pelatihan bagaimana cara berjualan secara manual dan secara modern. saya merasa bahwa usaha ini sudah cukup untuk kebutuhan keluarga dan menjamin untuk kebutuhan di masa mendatang.”

Hal ini menunjukkan keberadaan usaha yang dilakukan masing-masing pelaku usaha merupakan bagian penting dalam penopang ekonomi keluarga secara khusus, dan jika dikembangkan dengan baik dan mendapatkan perhatian yang penuh dari Pemerintah, dalam hal ini dari Dinas Koperasi maka diharapkan keberadaan sektor UMKM ini menjadi penopang ekonomi masyarakat Kota Kupang secara umum.