

Sirna Hindayani¹
Mourris Sagara²

Analisis Peranan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Artikel Penelitian

Abstrak.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat. Usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup itu di antara dengan melakukan UMKM. keberadaan (existence) dan keberlangsungan (continuity) hidup UMKM ikut dipengaruhi juga oleh kedua faktor internal yaitu motif ekonomi dan eksternal yaitu lingkungan dan habitat ekonomi yang menjadi tempat hidup seseorang atau suatu komunitas dalam melaksanakan kehidupan ekonominya. Tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui perkembangan UMKM, untuk mengetahui tingkat perekonomian masyarakat pelaku UMKM, untuk mengetahui peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di desa sembung kecamatan Narmada kabupaten Lombok barat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Yang menjadi subjek penelitian adalah informan atau pemilik dan karyawan UMKM yang berada di desa sembung kecamatan Narmada kabupaten Lombok barat sedangkan objek penelitiannya adalah UMKM di desa sembung kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa UMKM yang berada di desa Sembung kecamatan Narmada mengalami perkembangan yang positif baik dari jumlah UMKM yang bertambah maupun dari pendapatan masyarakat yang menjadi lebih baik, selain itu kegiatan UMKM berpengaruh positif terhadap kesejahteraan pemilik serta meningkatkan perekonomiannya salah satu indikator kesejahteraan adalah pendapatan, jenis rumah dan kendaraan yang dimiliki pemilik UMKM termasuk dalam kriteria yang sejahtera, dalam meningkatkan perekonomian masyarakat peran UMKM sangatlah penting khususnya di desa Sembung Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat hal ini bisa dilihat dari rumah masyarakat yang 90% sudah tembok, dan memiliki kendaraan, selain dari karyawan dan pemilik UMKM yang cukup signifikan

Kata Kunci: *Peran, UMKM, Perekonomian Masyarakat.*

¹Universitas Nahdlatul Wathan
Mataram
sirnahndyti@gmail.com

²Universitas Nahdlatul Wathan
Mataram
mourriss@gmail.com

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi adalah suatu usaha untuk meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat, karena dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka kebutuhan masyarakat akan terpenuhi (Sakti Aji Sasmita, 2011 : 59) . Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka dibutuhkan lapangan pekerjaan yang mampu menyerap setiap angkatan yang ada. Indonesia sebagai negara yang penuh dengan kekayaan alam, belum mampu untuk memaksimalkan potensi yang ada. Masyarakat dituntut untuk lebih mengembangkan kemampuan atau potensi yang ada pada diri sendiri maupun yang berada di wilayah masing-masing sehingga kebutuhan mereka masih bisa dipenuhi.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat. Dengan adanya peluang usaha tersebut, diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik sehingga mampu mengurangi tingkat urbanisasi yang tinggi. Selain itu, dengan adanya usaha yang menitikberatkan pada peluang yang ada di daerah sekitar, diharapkan mampu menjadi ikon atau ciri khas dari daerah tersebut.

Salah satu sektor usaha yang sedang berkembang di Indonesia adalah ekonomi kreatif, Ekonomi kreatif merupakan proses ekonomi yang termasuk kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa di dalamnya yang membutuhkan gagasan dan ide kreatif serta kemampuan intelektual dalam membangunnya. Ekonomi kreatif merupakan gabungan dua kata yang masing-masing memiliki makna tersendiri. Ekonomi itu sendiri menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* merupakan ilmu tentang asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan, sementara kreatif merupakan kemampuan dalam memiliki daya cipta serta kemampuan untuk menciptakan. Dapat dikatakan

bahwa ekonomi kreatif merupakan proses perekonomian yang mengutamakan nilai kreativitas

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia, ekonomi kreatif merupakan sebuah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Industri ekonomi kreatif tentunya meliputi banyak sektor pekerjaan di dalamnya. Jenis-jenis ekonomi kreatif dibagi menjadi 14 sektor industri, diantaranya adalah : 1) Periklanan, 2) Kerajinan, 3) Pasar Seni, 4) Arsitektur, 5) Desain, 6) Mode, 7) Perfilman, video, dan Fotografi, 8) Game interaktif, 9) Industri Musik, 10) Seni Drama, 11) Penerbitan dan Pencetakan, 12) Layanan Komputer dan Perangkat Lunak, 13) Penyiaran Radio dan Televisi, 14) Penelitian dan Pengembangan (LITBANG).

Berdasarkan jenisnya maka ekonomi kreatif tentunya harus memiliki dasar yang kuat. Dalam hal tersebut maka dihadirkan yang membahas tentang ekonomi kreatif dan tertuang pada UU No. 24 Tahun 2014 tentang ekonomi kreatif yang menyatakan bahwa Indonesia memiliki kekayaan warisan budaya yang perlu dimanfaatkan menjadi produk yang menciptakan nilai tambah melalui pengembangan ekonomi kreatif untuk memajukan kesejahteraan umum sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

Usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup itu diantaranya dengan melakukan Usaha Mikro Kecil menengah. Keberadaan (*existence*) dan keberlangsungan (*continuity*) hidup UMKM ikut dipengaruhi juga oleh kedua faktor internal yaitu motif ekonomi dan eksternal yaitu lingkungan dan habitat ekonomi yang menjadi tempat hidup seseorang atau suatu komunitas dalam melaksanakan kehidupan ekonominya. Hubungan antara pemerintah dengan UMKM yang tepat adalah hubungan peranan di negara terhadap salah satu

bagian pemilik negara, dengan jalan memandang UMKM sebagai usaha ekonomi yang melibatkan banyak orang dan menjadi gantungan hidup bagi sebagian besar rakyat Indonesia.

Perkembangan usaha mikro kecil menengah diperkirakan lebih baik karena makin terbukanya kesempatan berusaha serta adanya konsolidasi di kalangan UMKM dalam mengatasi keterbatasan akses permodalan. Sejak krisis keuangan sektor UMKM tetap bisa berjalan meskipun tidak didukung kebijakan yang tepat dari pemerintah maupun kredit perbankan. Justru dalam keadaan sulit seperti itu UMKM belajar bagaimana menciptakan peluang-peluang baru termasuk mengatasi keterbatasan modal dengan cara sharing sesama pengusaha dengan pola bagi hasil. UKM yang dahulu banyak mengandalkan dari proyek pemerintah kini sudah banyak beralih ke bisnis yang tahan terhadap krisis seperti agroindustri, perdagangan, ekspor serta yang berbasis *human resources*. Kedepannya perkembangan UKM informal cukup baik asalkan faktor politik dan keamanan dapat mendukung dalam arti kondisi stabilitas politik dan keamanan harus lebih bagus.

Menurut Kuncoro Mudrajad (2009 : 129) Karakteristik yang melekat pada UKM bisa merupakan kelebihan atau kekuatan yang justru menjadi penghambat perkembangan (*growth constraints*). Kombinasi dari kekuatan dan kelemahan serta interaksi keduanya dengan situasi eksternal akan menentukan prospek perkembangan UKM. Sektor ekonomi di Indonesia merupakan sektor yang paling banyak kontribusinya terhadap penciptaan kesempatan kerja dan sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan yang memiliki pendapatan yang rendah. Usaha Mikro Kecil Menengah yang merupakan salah satu komponen dari sektor industri pengolahan, secara keseluruhan mempunyai andil yang sangat besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Situasi sosial ekonomi masyarakat Desa Sembung Kabupaten Lombok Barat sangat beragam, mulai dari berjualan sembako hingga bertani dan beternak. Pada umumnya mereka hampir memiliki konsumen sendiri yang mana sering membeli barangnya.

UMKM di Desa Sembung diantaranya adalah berjualan dodol, telur asin, kripik singkong, kopi, kue tar, roti, dan produk kuliner yang tergabung dalam UMKM berjenis Kuliner untuk dijual kembali secara berkala pada pasar ataupun rumah usaha. Pengelola di desa sembung telah mengalokasikan dana agar dapat digunakan untuk melakukan pengembangan usaha produk usaha kuliner yang dijalankan UMKM Desa Sembung. Untuk pengembangan produk kuliner pada UMKM tidak hanya uang, masyarakat di modali dengan alat, yang dapat digunakan untuk mengelola kuliner. Bukan tanpa alasan, pengembangan yang dilakukan didasari karena desa tersebut memiliki kreativitas yang mumpuni untuk mengembangkan produk kuliner. Contohnya adalah banyaknya bahan-bahan dan rempah yang terdapat pada desa tersebut untuk digunakan untuk membuat kuliner karena banyak warga yang memiliki bunga tersebut. (hasil wawancara dengan ketua UMKM di desa sembung)

Pada tahap awal, UMKM di Desa Sembung mengolah berbagai produk kuliner dan saat ini UMKM desa sembung diantaranya: Dodol, Telur asin, kripik singkong, kopi, kue dan Roti. UMKM di urus 25 anggota yang dikelompokkan dalam 5 grup di mana tiap tiap grup mengelola masing-masing produk pemerintah memiliki rencana membangun pabrik supaya bisa di pakai oleh warga.

Berkaitan dengan program pemerintah serta ekonomi kerakyatan, terutama di bidang pengelolaan dan hasil, beberapa peneliti telah mengkajinya, antara lain; pendidikan dan pelatihan, juga dalam manajemen sumber daya manusia (sdm) proses rekrutmen, pelatihan, evaluasi dan pemberian penghargaan dan administrasi organisasi anggota, staf

mereka yang berkaitan dengan peradilan. (Dessler Gary, 2015:4).

Sebagaimana dijelaskan di atas, pendidikan dan pelatihan merupakan konsep sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan oleh UMKM ini oleh karena itu, pemerintah daerah, UMKM Kabupaten Lombok barat perlu dilibatkan dalam mengatasi hal itu dengan memberdayakan UMKM di samping hal teknis UMKM juga sulit bersaing dengan pelaku UMKM lainnya UMKM di kabupaten lombok barat harus memiliki program pengembangan yang tercantum dalam Rencana Strategis (RENSTRA)

Berdasarkan Pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan atau desa Sembung menemukan bahwa para pelaku UMKM di Desa tersebut merupakan pelaku UMKM yang berjenis Kuliner. Dari kegiatan UMKM yang sudah peneliti uraikan di atas bahwa perekonomian masyarakat Desa Sembung merupakan UMKM yang beragam jenisnya seperti yang sudah disebutkan di atas.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Peranan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Sembung Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat**

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangunan dan perekayasaan industri. Kelompok industri adalah bagian-bagian utama kegiatan industri, yakni kelompok industri hulu atau juga disebut kelompok industri dasar, kelompok industri hilir, dan kelompok industri kecil. Sedangkan cabang industri merupakan bagian suatu kelompok

industri yang mempunyai ciri umum sama dalam proses produksi secara mikro.

Industri mempunyai pengertian sebagai kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti dengan erat. Secara pembentukan harta yaitu cenderung bersifat makro adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah dan secara garis besar dibagi menjadi dua bagian yaitu industri penghasil barang dan industri penghasil jasa.

Industri industri mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara umum dimana industri diartikan sebagai perusahaan yang menjalankan operasi di bidang kegiatan ekonomi yang tergolong kedalam sektor sekunder. Sedangkan yang selanjutnya adalah pengertian dalam teori ekonomi, dimana industri diartikan sebagai kumpulan dari perusahaan perusahaan yang menghasilkan barang yang sama dalam satu pasar. Industri itu juga dibagi tiga yaitu industri primer. Sekunder, dan tersier.

Badan pusat statistik mengelompokkan besar atau kecilnya suatu industri berdasarkan pada banyaknya jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Dalam hal ini sektor industri pengolahan dibagi menjadi empat kelompok industri berdasarkan jumlah tenaga kerja yaitu :

1. Industri besar, memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang
2. Industri sedang, memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang
3. Industri kecil, memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-19 orang
4. Industri rumah tangga, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1-4 orang

Definisi UMKM diatur dalam undang-undang republik indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Sedangkan usaha mikro adalah

usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Dalam undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut :

1. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
2. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp.50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000,00
3. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 miliar hasil penjualan tahunan diatas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian ke depan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian Nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan usaha besar yang makin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

b. Klasifikasi Usaha Mikro

Dalam perspektif perkembangannya, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok

usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok usaha mikro kecil dan menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) :

1. Livelihood activities, merupakan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
2. Micro Enterprise, merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. Fast Moving Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

c. Karakteristik Usaha Mikro Usaha Kecil

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

Menurut Pandji Anoraga (2005) diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha mikro kecil menengah memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadang kala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
2. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
3. Modal terbatas
4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan perusahaan masih sangat terbatas
5. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
7. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana di pasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.

Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro adanya kelemahan kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.

d. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro

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

1. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
2. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat

mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.

3. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
4. Memanfaatkan dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait. Sumber daya alam sekitar, industrinya kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.
5. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang kelemahannya, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Makro.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan metode kualitatif, karena permasalahan berhubungan dengan manusia yang secara fundamental bergantung pada pengamatan. Menurut Sugiyono (2011:9) bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, sedangkan untuk meneliti pada objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan). Analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan daripada generalisasi.

PEMBAHASAN

Pemasaran dan efisiensi pemasaran di UMKM 2 Dara menurut hasil dari wawancara peneliti ialah penghasilan yg didapatkan oleh sekelompok orang yang bekerja sebagai pegawai itu setara dengan proses produksinya, efisiensi pemasarannya juga sudah optimal namun perlu ditingkatkan lagi untuk menambah daya minat konsumen terlebih lagi dari segi pengemasannya yang sangat sederhana.

Menurut kotler dan keller (2016: 11-13), konsep manajemen pemasaran terdiri dari:

- a. Konsep produksi: dari waktu ke waktu umkm 2 dara selalu menciptakan inovasi-inovasi produk yang membuat konsumen itu tertarik yang dulunya hanya membuat aneka jajan saja namun seiring dengan berjalannya permintaan pasar sekarang udah mulai memproduksi dodol nangka dll. Oleh karena itu, konsep produksi yang digunakan oleh UMKM 2 Dara sudah optimal atau baik.
- b. Konsep produk: produk yang dihasilkan oleh UMKM 2 Dara sangat berinovasi dan berkualitas sehingga seiring berjalannya waktu yang sekarang juga semua harga bahan pokok naik namun mereka tetap berusaha menciptakan produk baru sesuai dengan permintaan pasar.
- c. Konsep penjualan: UMKM 2 Dara menerapkan konsep penjualan yang hanya menjual produk yang dibuat oleh kelompok umkm 2 Dara saja
- d. Konsep pemasaran: UMKM 2 Dara selalu berusaha menciptakan produk baru yang lebih baik dari pesaing yang ada di wilayah desa sembung yang membuat umk 2 dara menjadi salah satu tempat yang paling sering dikunjungi oleh tamu dari luar.
- e. Konsep pemasaran berwawasan sosial: dengan melakukan kerjasama bersama salah satu travel dari luar jawa dan selalu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan mereka karena dengan itu konsumen akan melakukan kerjasama yang panjang dengan UMKM 2 Dara.
- f. Perekonomian masyarakat di desa sembung kecamatan narmada bisa dibilang sudah lumayan meningkat sebab sebagian masyarakat sudah banyak yang mempunyai rumah tembok, motor sendiri, dan rumah sendiri tanpa harus menyewa dan sebagainya, lalu jika dilihat dari segi pendidikan pun sudah sangat baik sebab sudah mampu membiayai pendidikan anak-anaknya sampai masuk kuliah

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu: Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti mengenai analisis peranan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa sembung kecamatan narmada kabupaten lombok barat dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran yang dilakukan di UMKM 2 Dara sudah optimal atau bagus namun perlu peningkatan lagi untuk bisa lebih dikenal.
2. Kemasan untuk dari segi kemasan mungkin perlu ditingkatkan atau diperindah lagi supaya pembeli dapat tertarik untuk membeli produk dodol yang dimiliki oleh UMKM 2 Dara karena masih terbilang sangat sederhana
3. Faktor penghambat pemasaran yaitu pandemi covid-19 menjadi bahan acuan untuk mereka meningkatkan produk yang ada sehingga masih bisa diketahui konsumen walaupun tanpa tatap muka, dengan cara mempromosikan produk melalui website-website.
4. UMKM Industri kreatif kuliner dodol merupakan industri yang menghasilkan produk kreatif seperti rubah buah nangka menjadi produk dodol yang sangat enak dan supaya bisa dikonsumsi oleh banyak orang.

REFERENSI

- Abraham H. Maslow, 2010, *Motivation and Personality*. Rajawali, Jakarta.
- Anoraga, Panji, 2005, *Psikologi Kerja*, Rineka Cipta, Jakarta
- Berry, David. 2003. *Pokok-Pokok Pikiran dalam Sosiologi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Edi Suharto, (2010). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung, Idayu, Riyanthi. (2021). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk*

- Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten.* Jurnal.
- Lexy J. dan Moleong. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, PT. Remaja Rosda Karya.
- Lexy J. Moleong. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Miftah Thoha. 2012. *Kepemimpinan Dalam Manajemen*: PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Moleong, 2011, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosda.
- Putra, Adnan Husada. (2016). *Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora*. Jurnal.
- Pratomo, T dan Soejoedono, A. (2004). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba empat
- Sartika, Titik & Rachman, (2002). *Ekonomi skala Kecil/ Menengah dan Koperasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sedyastut, Kristina. (2018). *Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global*. Jurnal.
- Smith, Adam. 1776. *An Inquiry Into The Nature And Causes Of The Wealth Of Nations*. London: Methuen and Co. LTD.
- Soekanto, Soejono. 2012 *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Pusat Bahasa Depdiknas
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, Sadono, 2002. *Makro Ekonomi Modern*, P.T.Rajawali Grafindo Persada : Jakarta.
- Sumardi. 2004. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suseno H.G. (2011). *Reposisi Usaha Kecil dan Menengah Dalam Perekonomian Nasional*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma
- Anoraga, Pandji dan Djoko Sudantoko. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Semarang: Rineka Cipta
- Sutawi. 2002. *Manajemen Agribisnis*. Bayu Media. Malang
- badan pusat statistik. (2021). pengertian bekerja. Badan Pusat Statistik.
- Anoraga dan Sudantoko, 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta
- Gempur, Santoso. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks