

**STRATEGI PENDAMPINGAN MARKETING
OLEH PUSAT LAYANAN USAHA TERPADU KOPERASI
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (PLUT-KUMKM)
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI



VERA SUSANTI
NIM. 201105020015

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2024**

**STRATEGI PENDAMPINGAN MARKETING
OLEH PUSAT LAYANAN USAHA TERPADU KOPERASI
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (PLUT-KUMKM)
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Oleh:
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E VERA SUSANTI R
NIM. 201105020015

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2024**

**STRATEGI PENDAMPINGAN MARKETING
OLEH PUSAT LAYANAN USAHA TERPADU KOPERASI
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (PLUT-KUMKM)
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

VERA SUSANTI
NIM. 201105020015

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dosen Pembimbing:



An .

Dr. M.F.Hidayatullah, S.H.I.,M.S.I.
NIP. 197608122008011015

PENGESAHAN

**STRATEGI PENDAMPINGAN MARKETING OLEH PUSAT LAYANAN
USAHA TERPADU KOPERASI USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (PLUT-KUMKM) DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Senin

Tanggal: 03 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Aminatus Zahriyah, SE., M.Si.
NIP: 198907232019032012

Ravika Mutiara Savitrah, SE., M.S.Ak.
NIP: 199204062020122008

Anggota:

1. Dr. Hj. Mahmudah, S.Ag., MEI. (.....)

2. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. (.....)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag
NIP. 196812261996031001

MOTTO

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”¹ (Q.S. Al-Baqarah: 275)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur`an Dan Terjemah* (Semarang: Toha Putra, 1989).

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, berkah dan limpahan rahmat-Nya yang selalu memberikan kemudahan dalam setiap Langkah menjalani kehidupan, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya. Oleh karena itu, dengan rasa syukur dan bahagia saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak tercinta (Khairuddin) dan Ibu tercinta (Sayuti) yang senantiasa telah memberikan dukungan secara penuh, dukungan berupa doa tanpa henti dan motivasi maupun dukungan materil untuk terus melanjutkan pendidikan S1. Terimakasih sudah membesarkanku dan merawatku dengan ikhlas dan penuh kasih sayang. Semoga bapak dan ibuku selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Kakak saya tersayang (Ahmad Fauzi dan Dewi Agustin) yang selalu ada untuk saya dan memberikan semangat agar terus berusaha.
3. Keluarga besar tercinta yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam segala hal.
4. Teman-teman yang selalu menemani dan memberikan support penuh agar tetap semangat.
5. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2020 terlebih khusus Ekonomi Syariah 1 yang telah memberikan dukungan hingga skripsi ini selesai.
6. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas bantuan sehingga terselesainya pengerjaan skripsi ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam tak lupa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “*Strategi Pendampingan Marketing oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) di Kabupaten Jember*”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Melalui kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberi fasilitas yang memadai selama perkuliahan.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ibu Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah membekali ilmu serta pengetahuan yang bermanfaat.
7. Seluruh pihak Dinas Koperasi dan PLUT Jember yang telah memberi izin dan membantu pelaksanaan penelitian, serta UMKM Jember yang telah memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga dapat membantu dalam penyelesaian skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharap kritik serta saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi di masa mendatang. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan di waktu yang akan mendatang.

Jember, 02 Mei 2024

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Vera Susanti
NIM. 201105020015

ABSTRAK

Vera Susanti, M.F. Hidayatullah, 2024: Strategi Pendampingan Marketing oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) di Kabupaten Jember.

Kata Kunci: Strategi Pendampingan, PLUT, UMKM.

Strategi pendampingan marketing adalah sebuah metode untuk membantu UMKM atau pengusaha kecil dalam mengembangkan strategi pemasaran mereka. Strategi ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pengusaha dalam memasarkan produk atau layanan mereka secara efektif. Pendampingan marketing dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti: pelatihan, konsultasi, pendampingan teknis, dan promosi. Oleh karena itu strategi pendampingan marketing dapat menjadi alat yang sangat berharga bagi UMKM atau pengusaha kecil yang ingin meningkatkan kinerja pemasaran mereka.

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah: 1. Apa strategi pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember?, 2. Apa yang menjadi kendala pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember?, 3. Apa solusi atas kendala pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember?.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pendampingan yang diterapkan PLUT terhadap UMKM di Kabupaten Jember, kemudian kendala yang dialami selama pendampingan, dan solusi atas kendala pendampingan PLUT Kabupaten Jember.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun analisis data menggunakan reduksi data, penyajian, dan menarik kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1. Strategi pendampingan meliputi: Pendampingan Individual, Pelatihan dan Bimbingan Teknis, Konsultasi, Monitoring dan Evaluasi, dan Workshop. Dengan adanya strategi pendampingan PLUT dapat membantu pelaku UMKM di Kabupaten Jember untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka. 2. Kendala dalam pendampingan PLUT terhadap pelaku UMKM di Kabupaten Jember bisa meliputi: Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), Keterbatasan Anggaran, Ketidakmampuan UMKM dalam Memahami Teknologi, Kurangnya Kesadaran dan Pemahaman Pelaku UMKM, dan Kapasitas PLUT yang Terbatas. 3. Solusi dalam mengatasi kendala dalam pendampingan PLUT meliputi: melakukan rekrutmen dan pelatihan staf, menambah anggaran dengan bekerja sama, melakukan pendampingan secara bertahap, membentuk forum komunikasi antar pelaku UMKM, dan menyediakan infrastruktur yang memadai.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Istilah	12
F. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Subyek Penelitian	38

D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Analisis Data.....	40
F. Keabsahan Data	42
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	43
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	45
A. Gambaran Objek Penelitian.....	45
B. Penyajian Data Dan Analisis.....	48
C. Pembahasan Temuan.....	66
BAB V PENUTUP	79
A. Simpulan.....	79
B. Saran-saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Lampiran 1 : Keaslian Tulisan	
Lampiran 2 : Matrik Penelitian	
Lampiran 3 : Pedoman Wawancara	
Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian	
Lampiran 5 : Surat Selesai Penelitian	
Lampiran 6 : Jurnal Kegiatan Penelitian	
Lampiran 7 : Surat Screening Plagiasi	
Lampiran 8 : Surat Selesai Bimbingan	
Lampiran 9 : Dokumentasi Penelitian	
Lampiran 10 : Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	27
2.2	Perbandingan Strategi.....	55



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal.
4.1	Struktur Organisasi PLUT	55



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada zaman modern seperti saat ini, banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa. Hal tersebut membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen.² Banyak masyarakat melakukan kegiatan usaha, namun tidak bisa berkembang dan memerlukan edukasi dan pendampingan dari Lembaga terkait yang mengurus tentang kegiatan usaha. Pendampingan adalah suatu proses pembangunan kelompok masyarakat yang dilakukan secara transformasi, partisipatif, sistematis dan terus menerus melalui pengorganisasian dan peningkatan kemampuan sumber daya masyarakat agar mereka mampu menyatakan persoalan-persoalan dirinya sendiri dalam rangka merubah kondisi eksploitasi dan menindas yang mereka alami. Pencapaian

² Rahayu Rezeki Anwar, "Peran Lembaga Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Aceh Besar dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat (Studi pada Kelompok Usaha Kerajinan Rotan di Gampong Lamgaboh Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar)", (Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, 2020), 2.

umum dari pendampingan adalah terbangunnya kelompok masyarakat yang mandiri dan sebagai tempat berhimpun masyarakat dalam meningkatkan perekonomiannya.

Dalam Al-Qur`an, istilah ekonomi atau *iqtishadiyah* mungkin terbatas, namun dalam hal bisnis istilah tersebut tampak beragam. Bahkan ayat yang terpanjang dan penuh makna yakni ayat tentang ekonomi. Ayat tersebut terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 282. Selain perintah shalat, terdapat pula perintah untuk melakukan ekonomi dan bisnis dalam kehidupan sehari-hari tentunya dengan cara yang baik. Dalam sistem ekonomi islam, tentu melaksanakan hal-hal yang sesuai dengan syariat dan ajaran agama islam. Sebagaimana Nabi Muhammad SAW pada saat dakwah sembunyi-sembunyi hingga berdakwah secara terang-terangan sekaligus melakukan kegiatan bisnis atau berdagang untuk mempertahankan ekonomi pada masa itu. Selain itu juga Rasulullah SAW. Memberi pesan moral kepada umatnya agar menyeimbangkan antara kehidupan dunia dan kehidupan akhirat dalam segi perjuangan hidup ekonomi tentu ini sangat dibutuhkan baik di masa lalu atau masa yang akan datang.³

Saat ini, pemasaran harus dipahami tidak dalam konsep yang lama yaitu membuat produk kemudian menjualnya, tetapi dalam arti baru yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan. Jika pemasar memahami kebutuhan konsumen, mengembangkan produk yang memberikan nilai superior, menetapkan harga, mendistribusikannya, dan mempromosikannya secara

³ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 152.

efektif, maka produk ini akan terjual dengan sangat mudah. Dengan demikian, penjualan dan iklan hanya bagian dari “*marketing mix*” yang merupakan satu set alat pemasaran yang bekerja sama untuk mempengaruhi pasar. Pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan orang lain. Untuk menjelaskan definisi ini, maka kita harus mengerti terlebih dahulu hal berikut: kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk dan jasa: nilai, kepuasan dan kualitas: pertukaran transaksi hubungan dan pasar. Pemasaran adalah suatu proses manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.⁴ Dengan adanya pemasaran dapat memudahkan UMKM dalam menjual produknya. Dengan strategi pemasaran yang efektif, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk, menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, dan memperkuat citra merek. Ini dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting sebagai pilar utama ekonomi di Indonesia. UMKM merupakan sektor ekonomi yang luas dan beragam, melibatkan berbagai jenis usaha seperti perdagangan, jasa, manufaktur, pertanian, dan lain-lain. Pengembangan

⁴ Ngatno, *Manajemen Pemasaran*, (Semarang: E. F Press DigiMedia, 2018), 7.

pada sektor UMKM memberikan makna yang tersendiri mengenai usaha dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta usaha dalam menekan angka kemiskinan suatu negara.⁵

Berdasarkan data yang disampaikan Sartini (Kepala Dinas Koperasi dan UKM Pemkab Jember) jumlah UMKM di Kabupaten Jember mencapai 647 ribu pelaku UMKM. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, pertumbuhan perekonomian Jember merupakan yang tertinggi di daerah Kawasan Tapal Kuda yakni sebanyak 4,53 persen. Pada tahun 2023, Badan Pusat Statistik Jember menjelaskan bahwa inflasi Jember pada 2 bulan terakhir mengalami penurunan yaitu saat Juni inflasi sebanyak 0,14%, lalu saat Juli turun menjadi 0,11%, dan pada Agustus mengalami penurunan menjadi 0,03%. Itu terdiri atas pelaku ultra mikro, mikro, kecil, dan juga menengah. Baik yang sudah memiliki NIB (Nomor Induk Berwirausaha), maupun yang tidak. Usahanya menetap, maupun yang keliling. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kabupaten Jember ini mempunyai 3 sektor unggulan UKM Kerajinan, Fashion, dan Kuliner. Namun, tingginya jumlah UMKM di Kabupaten Jember juga tidak terlepas dari tantangan yang ada. Beberapa tantangan tersebut antara lain mulai dari legalitas usaha, akses pendanaan, tata kelola usaha, standar produksi, hingga pemasaran untuk produk UMKM.⁶

⁵ Fifian Permata Sari, Melifia Liantifa, Muzayyah Yuliasih, Dkk, *Strategi Pengembangan dan Pemasaran UMKM: Teori & Studi Kasus*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 40, https://books.google.co.id/books?id=WC7AEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=strategi+pendampingan+umkm&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&redir_esc=y - v=onepage&q=strategi%20pendampingan%20umkm&f=false.

⁶ Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember

Saat ini pemerintah dari Dinas Koperasi dan UMKM telah membentuk yang namanya Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT-KUMKM) untuk mendampingi para pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan produknya. Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT-KUMKM) Kabupaten Jember berdiri pada tahun 2019 setelah di tetapkannya dan mulai efektif operasional pada tahun 2021 setelah di tetapkannya konsultan pendamping yang lulus perekrutan pada tahun 2020 dan perangkat pengelola oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Provinsi Jawa Timur. Tujuan PLUT-KUMKM yaitu untuk membantu mengatasi masalah UMKM dalam rangka meningkatkan produktivitas, nilai tambah, kualitas kerja, dan daya saing UMKM, melalui konsultan pendampingan Produksi, dan Pemasaran. Selain mempunyai tujuan untuk membantu UMKM meningkatkan produktivitas PLUT-UMKM juga ditunjang dengan program-program unggulan yaitu program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM seperti BIMTEK peningkatan kualitas produk, dan program pengembangan kapasitas PLUT-KUMKM Kabupaten Jember.⁷

PLUT-KUMKM memiliki andil yang cukup besar dalam perkembangan UMKM di Kabupaten jember, PLUT-KUMKM memberikan pendampingan berupa pemasaran produk melalui sosialisasi dari media massa atau secara langsung untuk memberikan edukasi berupa pemasaran produk yang baik bagi pemilik usaha, selain itu produk juga dipromosikan melalui pameran UMKM serta memberikan informasi peluang pasar. Pusat Layanan

⁷ Ria Wulandari “Optimalisasi Pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT-UMKM) Lampung Dalam Meningkatkan Produktivitas UMKM Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2021), 10.

Usaha Terpadu (PLUT) berfungsi sebagai tempat pelatihan bagi para pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya. Dengan adanya PLUT ini diharapkan para pelaku UMKM dapat terbantu dengan diberi pelatihan yang melengkapi berbagai keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola usahanya. PLUT Kabupaten Jember menyampaikan bahwa saat ini UMKM membutuhkan pelatihan-pelatihan praktis, khususnya pelatihan terkait pemasaran digital.⁸

Program pendampingan dilaksanakan oleh konsultan pendamping, dalam menjalankan tugasnya konsultan memiliki bidangnya masing-masing seperti:

1. Bidang produksi, bertugas dalam hal pendampingan peningkatan kualitas produk, kemasan produk, merek usaha, desain kemasan, sertifikasi produk, standarisasi produk, kualitas bahan baku.
2. Bidang pemasaran, bertugas dalam hal penyediaan informasi pasar, pengembangan promosi dan kemitraan, peningkatan akses pasar, pengembangan jaringan pemasaran, pemanfaatan teknologi informasi, dan pengembangan database yang terkait perkembangan koperasi usaha mikro, kecil dan menengah.

Sesuai dengan tugas masing-masing konsultan, maka semuanya mempunyai tanggung jawab untuk membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya. Sehingga, program ini sangat membantu para UMKM yang mempunyai permasalahan terkait dengan produknya. Pelaku

⁸ M.F. Hidayatullah, dkk, "Strategi Literasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kabupaten Jember", *Journal of Sharia Management and Business* Vol.3 No.2 Oktober 2023.

UMKM dapat meningkatkan kualitas produknya, karena kualitas produk sangatlah penting dalam meningkatkan daya saing terhadap pasar.⁹

PLUT Kabupaten Jember sedang gencar melakukan kegiatan pelatihan bagi usaha rintisan hingga UMKM yang ingin melakukan pengembangan dari segala sisi bisnis. Salah satu pengembangan yang gencar dilaksanakan adalah pelatihan digital marketing. Dalam dunia usaha, adanya digital marketing membawa angin baru dalam dunia bisnis. Hal ini karena penggunaan digital marketing dianggap menjadi lebih mudah, murah, dan efektif. Walaupun tidak semuanya yang dimiliki oleh digital marketing adalah kebaikan tetapi setidaknya di masa post-pandemic seperti ini penggunaan digital marketing menjadi tren bagi semua para pelaku usaha. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pemasaran dari usaha kecil dan menengah (UKM) yang semula dilakukan secara konvensional menjadi secara digital dengan memanfaatkan penggunaan media sosial dan website untuk memasarkan produk mereka. Pemanfaatan media online menjadi pilihan tepat bagi para UKM untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Mudahnya akses internet saat ini, besarnya manfaat yang didapatkan, serta murahnya biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi UKM sebelum akhirnya mereka memilih media online sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya.¹⁰

⁹ Suci Hastuti, diwawancara oleh Penulis, Jember, 18 Oktober 2023.

¹⁰ Yohanes Mario Pratama et al., "Pelatihan Dan Pendampingan Tata Kelola Usaha Dan Digital Marketing Pada UMKM Binaan PLUT Kabupaten Semarang, Jawa Tengah," *Jurnal Atma Inovasia (JAI)* 3, no. 5 (2023).

PLUT berada di bawah naungan KemenKOP, dan bertanggung jawab secara langsung kepada KemenKOP. Dalam pelaksanaannya PLUT Kabupaten Jember berada di bawah koordinasi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember dimana PLUT dipimpin oleh pengelola dari dinas tersebut. Dalam melakukan pemberdayaan dan menaikkan kelas UMKM pertama yang dilakukan adalah terkait legalitas usaha, dalam pelaksanaannya PLUT akan melakukan sosialisasi dan fasilitasi legalitas usaha khususnya Nomer Induk Berusaha (NIB) pada pelaku UMKM, baik itu secara on the spot maupun kepada UMKM yang datang langsung ke kantor PLUT. Selain itu PLUT juga memberikan pembinaan pada UMKM. Pembinaan yang dilakukan oleh PLUT yaitu melalui beberapa program diantaranya program Pelatihan-pelatihan, Bimbingan Teknologi, Studi lapang, Pameran-pameran atau bazar. Untuk menjadi anggota binaan PLUT tidak ada persyaratan khususnya, pelaku UMKM hanya harus memiliki usaha sendiri dan diproduksi secara kontinu. Dengan menjadi anggota binaan PLUT para pelaku UMKM dapat dengan mudah mendapatkan informasi pembinaan seperti pelatihan, bimtek, temu usaha dan lain sebagainya. PLUT-KUMKM juga dapat meningkatkan pemasaran produk sebesar 10% sampai 80%. Binaan PLUT-KUMKM pada tahun 2023 sekitar 200 UMKM, sedangkan UMKM yang di damping langsung oleh PLUT-KUMKM sebanyak 92 produk UMKM.¹¹

¹¹ Muhtar Rifa'i, Kasih Prihantoro, and Panji Suwarno. "Peran Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah (PLUT KUMKM) Kabupaten Tulungagung dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat." *Jurnal Cafeteria*, Vol. 3 No. 1, 2022: 36, https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pusat+usaha+layanan+terpadu+koperasi+usaha+mikro+kecil+menengah+&btnG=-d=gs_qabs&t=1699542588920&u=%23p%3DB-YF9HQkYGIJ.

Melihat dari konteks latar belakang diatas Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) menjadi sangat penting bagi para pelaku UMKM di Kabupaten Jember dalam pengembangan usahanya yaitu, melalui pendampingan dan pembinaan dari para konsultan yang ahli dibidangnya, sehingga penulis ingin mengkaji dan meneliti secara lebih mendalam dengan judul “ **Strategi Pendampingan Marketing Oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) di Kabupaten Jember** ”.

B. Fokus Penelitian

Masalah menjadi tolak ukur dalam sebuah penelitian karena inti dari penelitian adalah memecahkan masalah-masalah. Permasalahan muncul biasanya dapat dilihat dari pengalaman pribadi atau dengan melihat fenomena yang terjadi, oleh karena itu rumusan masalah menjadi fokus dalam penelitian. Dari rumusan masalah tersebut akan terdapat penjelasan yang lebih terperinci sehingga akan menjadi hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya.

Maka dari itu berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa strategi pendampingan yang dilakukan oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember?
2. Apa yang menjadi kendala strategi pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember?

3. Apa solusi atas kendala strategi pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pendampingan yang dilakukan oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui kendala dari pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember.
3. Untuk mengetahui solusi dari pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti, Lembaga, Masyarakat, dan para pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ada dua yaitu manfaat teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Pada penelitian ini di harapkan dapat membantu mengembangkan atau memperluas ilmu pengetahuan sehingga membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut.

- b. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang baik tentang bagaimana pendampingan oleh PLUT-KUMKM dalam meningkatkan penjualan produk pelaku UMKM.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi PLUT KUMKM

Penelitian ini dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi PLUT-KUMKM dalam meningkatkan penjualan produk pelaku UMKM di Kabupaten Jember.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan juga diharapkan dapat menjadi sarana bagi penulis untuk menerapkan teori yang ada kaitannya dengan masalah pengembangan usaha. Seperti, peneliti dapat menerapkan ilmu pengembangan usaha yang telah diterapkan PLUT terhadap UMKM agar produk yang dimiliki bisa lebih baik lagi.

c. Bagi Kampus UIN KHAS Jember

Diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa UIN KHAS Jember, dan juga diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk instansi sebagai bahan ajar dan penemuan teori baru yang berguna dalam bidang akademik baik bagi dosen maupun mahasiswa.

d. Bagi Pelaku UMKM dan Masyarakat

Bagi para pelaku UMKM dan masyarakat diharapkan penelitian ini menambah pengetahuan tentang keberadaan serta fungsi PLUT KUMKM, baik yang sudah memiliki produk ataupun yang belum.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah ini berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti,¹² yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Pendampingan Marketing

Strategi pendampingan marketing adalah pendekatan atau rencana yang digunakan untuk memberikan dukungan atau bantuan kepada individu, kelompok, atau organisasi agar mencapai tujuan atau hasil tertentu. Ini dapat melibatkan berbagai metode dan tindakan yang dirancang untuk meningkatkan kinerja, pengembangan, atau kemajuan dalam berbagai konteks, seperti segmentasi pasar, pemetaan pelanggan, dan penggunaan media sosial. Tujuan strategi pendampingan marketing dapat bervariasi tergantung pada situasi dan kebutuhan yang spesifik.

2. PLUT-KUMKM

PLUT-KUMKM adalah Program Kementrian Koperasi dan UMKM yang memberikan berbagai layanan dan dukungan kepada usaha kecil, mikro, dan menengah (UKM) dalam satu tempat atau pusat layanan. Tujuan

¹² Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2020), 46.

dari PLUT KUMKM adalah untuk mempermudah proses perizinan, pelatihan, konsultasi, dan bantuan lainnya kepada pemilik UKM sehingga mereka dapat tumbuh dan berkembang lebih baik dalam perekonomiannya.

4. UMKM

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha. UMKM adalah sektor bisnis yang melibatkan entitas dengan skala kecil hingga menengah. Umumnya, UMKM mencakup bisnis dengan jumlah karyawan terbatas dan pendapatan yang relatif kecil.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftarisasi. Adapun sistematika pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, merupakan dasar pijakan dalam penelitian yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan. Fungsi bab ini untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam penelitian skripsi ini.

BAB II Kajian Kepustakaan, Bab ini memaparkan kajian pustaka, terkait: Kajian terdahulu serta literatur yang berhubungan dengan skripsi.

Penelitian terdahulu yang mencantumkan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, kemudian dilanjutkan dengan kajian teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

BAB III Metode Penelitian, yang berisi mengenai metode yang akan dilakukan yaitu meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan keabsahan data serta tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, pada bab ini akan menjelaskan seputar objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan masalah atau pembahasan temuan.

BAB V Penutup atau kesimpulan dan saran, yang di dalamnya mencakup kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan saran-saran yang tentunya bersifat konstruktif.

Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran-lampiran sebagai pendukung di dalamnya pemenuhan kelengkapan data penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, artikel yang dimuat pada jurnal ilmiah, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.¹³ Beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian ini diantaranya:

1. Ahmad Zaenuddin, 2020, “Strategi Pendampingan PLUT-KUMKM dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pelaku UMKM dari Dampak Covid-19 di Kabupaten Cianjur”.¹⁴

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan subyek Pimpinan, Konsultan dan Pelaku UMKM Binaan PLUT-KUMKM Kabupaten Cianjur. Teknik pemilihan subyek menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik yang digunakan dalam analisis data adalah reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan. Trianggulasi yang digunakan untuk menjelaskan keabsahan data dengan sumber data.

¹³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2020), 46.

¹⁴ Ahmad Zaenudin, “Strategi Pendampingan PLUT-KUMKM dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pelaku UMKM dari Dampak Covid-19 di Kabupaten Cianjur”. (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, 2020), 69.

Hasil penelitian ini menunjukkan tahapan pendampingan yakni meliputi perencanaan yakni berupa pendataan pelaku UMKM, persiapan jadwal pelaksanaan, persiapan materi pendampingan, persiapan metode dan persiapan tempat. Untuk pelaksanaan pendampingan meliputi peran pelaksanaan lima macam bidang pendampingan yaitu bidang kelembagaan, bidang SDM, bidang produksi, bidang pembiayaan, dan bidang pemasaran, dan yang di dalamnya memiliki peran masing-masing konsultan pendamping. Selanjutnya evaluasi penilaian yakni melalui review, tanya jawab, dan rapat mingguan.

Persamaan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yang digunakan adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya adalah hasil penelitian yang menunjukkan tahapan pendampingan yang mana meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan persiapan tempat.

2. Ulfi Nur Ma'rifah, 2020, "Strategi Pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Sulawesi Tenggara".¹⁵

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian lapangan (field research) pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, klasifikasi data dan verifikasi dengan

¹⁵ Ulfi Nur Ma'rifah, "Strategi Pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Sulawesi Tenggara". (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari 2020), 43.

pengujian keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

Hasil penelitian menunjukkan PLUT berupaya untuk mengatasinya dengan menerapkan strategi pendampingan berdasarkan peran dari masing-masing bidang yang ada di PLUT, yaitu bidang kelembagaan, bidang sumber daya manusia (SDM), bidang produksi, bidang pembiayaan, dan bidang pemasaran. Strategi yang diterapkan mulai dari memfasilitasi proses pengurusan perizinan produk UMKM, peningkatan skill, memfasilitasi bahan baku, pelatihan kemasan produk, pengecekan proses produksi, memfasilitasi akses pembiayaan di Bank maupun Non Bank, pelatihan penyusunan rencana bisnis dan memberikan pelatihan tentang pemasaran. Strategi tersebut diterapkan berdasarkan kendala yang dihadapi UMKM seperti, keterbatasan modal kerja, distribusi dan pengadaan bahan baku, kurang paham dalam memasarkan produk, kurang paham tentang peluang pasar, dan keterbatasan sumber daya manusia.

Persamaan dalam penelitian ini adalah tujuan dari peneliti yang sama-sama ingin mengetahui strategi pendampingan yang diterapkan PLUT terhadap UMKM.

Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian yang dilakukan.

3. Niken Lestari, dkk, 2023, “Pendampingan Wirausaha Pac Ansor dan Fatayat Kecamatan Kebumen dalam Pengembangan Produk Bisnis Melalui PLUT-KUMKM”.¹⁶

Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah dengan cara melakukan pendampingan. Pendampingan dan pemberdayaan merupakan bagian dari metode *Participation Action Research* (PAR). *Participation Action Research* (PAR) adalah partisipatif dalam arti bahwa ia sebuah kondisi yang diperlukan dimana orang memainkan peran kunci di dalamnya dan memiliki informasi yang relevan tentang sistem sosial (komunitas) yang tengah berada di bawah pengkajian, dan bahwa mereka berpartisipasi dalam rancangan dan implementasi rencana aksi itu didasarkan pada hasil penelitian.

Hasil dari pendampingan wirausaha PAC GP Ansor dan PAC Fatayat yang berkonsultasi di PLUT KUMKM. Saat di PLUT KUMKM wirausaha mengkonsultasikan terkait kendala usaha atau bisnis yang dijalankan oleh pelaku UMKM yakni Ansor-Fatayat kecamatan Kebumen. Selanjutnya para pihak memberikan pernyataan terkait kendala yang ada pada usaha mereka, hasil dari survei yang dilakukan, kendala yang dihadapi oleh wirausaha yaitu modal, Sumber Daya Manusia (SDM), dan pemasaran. Pada tahap selanjutnya para konsultan akan memberikan

¹⁶ Niken Lestari, dkk, “Pendampingan Wirausaha Pac Ansor dan Fatayat Kecamatan Kebumen dalam Pengembangan Produk Bisnis Melalui PLUT-KUMKM”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2 No. 1, (Februari 2023),54,
<http://pakisjournal.com/index.php/mestaka/article/download/22/8>.

waktu kepada wirausaha yang usahanya belum memiliki NIB untuk membuat NIB secara gratis.

Persamaan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data yang dilakukan sama-sama melalui observasi dan wawancara.

Sedangkan perbedaannya terletak pada hasil dari peneliti sebelumnya atau peneliti saat ini.

4. Nurani, Eni Widhajati, 2019, “Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di PLUT KUMKM Tulungagung”.¹⁷

Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah non-probability sampling, untuk menjadi sampel dimana setiap responden yang memenuhi kriteria populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama. Penelitian ini pengambilan Respondennya menggunakan non probability sampling dengan metode convenience sampling, yaitu peneliti dalam pengambilan sampel menggunakan teknik memilih sampel dari anggota populasi karena berada di tempat dan waktu yang tepat. Teknik pengumpulan data adalah dengan metode wawancara.

Hasil penelitian diketahui bahwa dengan adanya perkembangan teknologi sekarang pelaku UMKM melakukan strategi pemasaran online agar dapat dengan lebih cepat menempati posisi terdepan menawarkan produknya dan supaya memenangkan persaingan antar pesaing. Pemasaran online sebagai alternatif cara efektif dan akan berdampak besar terhadap peningkatan penjualan.

¹⁷ Nurani, Eni Widhajati, “Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di PLUT KUMKM Tulungagung”. *Jurnal Benefit* Vol. 6 No. 1, (Juli 2019), 62, <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/download/267/247>.

Persamaan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data yang dilakukan sama-sama melalui teknik wawancara.

Sedangkan perbedaannya terletak pada hasil penelitian sebelumnya atau peneliti saat ini.

5. Astrid Aprica Isabella, Pipit Novilasari Sanjaya, 2022, “Efektivitas Pendampingan Konsultan Pendamping UMKM Terhadap Kinerja UMKM: Studi Kasus Pada UMKM Kabupaten Mesuji”.¹⁸

Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan melalui pendekatan normatif melalui uji sampel dan data UMKM sebagai data utama yang selanjutnya diolah secara kualitatif berdasarkan data yang ada. Kegiatan dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data penelitian, melakukan analisis data, laporan hasil penelitian, dan publikasi melalui jurnal nasional terakreditasi.

Hasil penelitian yaitu untuk mengetahui seberapa efektif peran konsultan pendamping dalam meningkatkan kinerja UMKM khususnya di Kabupaten Mesuji dan untuk mengetahui keberhasilan pendampingan yang telah dilakukan oleh konsultan UMKM sebagai acuan bagi Kabupaten/kota yang belum memiliki konsultan pendamping bagi UMKM.

¹⁸ Astrid Aprica Isabella, Pipit Novilasari Sanjaya, “Efektivitas Pendampingan Konsultan Pendamping UMKM Terhadap Kinerja UMKM: Studi Kasus Pada UMKM Kabupaten Mesuji”. *Jurnal Manajemen* Vol. 16 No. 2, (November 2022), 279, <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/1072>.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pendampingan PLUT terhadap pelaku UMKM.

Sedangkan perbedaannya terletak pada cara mengumpulkan data yang menggunakan kuesioner untuk mendapat jawaban dari responden, sedangkan peneliti saat ini menggunakan observasi dan wawancara.

6. Binti Nur Aisyah, dkk, 2023, “Peran PLUT - UMKM dalam Proses Pendampingan dan Kerjasama Permodalan Umkm di Kabupaten Tulungagung”.¹⁹

Metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis studi kasus yang menyajikan prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kalimat tertulis. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah studi kasus, dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang.

Hasil penelitian yang didapat bahwa PLUT memberikan berbagai layanan kepada kewirausahaan UMKM dengan memberikan pendampingan perizinan usaha seperti NIB, PIRT, Sertifikasi Halal, dan perizinan lainnya dalam rangka mendukung produk UMKM Kabupaten Tulungagung untuk mendapatkan legalitas dan pengakuan dari masyarakat bahwa produk tersebut layak untuk dikonsumsi/dijual. Selain itu, pendampingan pemasaran produk UMKM baik secara digital maupun

¹⁹ Binti Nur Aisyah, Dkk, “Peran PLUT-UMKM dalam Proses Pendampingan dan Kerjasama Permodalan UMKM di Kabupaten Tulungagung.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 5 No. 1, 2023, <https://jurnal.usi.ac.id/index.php/ekuilnomi/article/view/594>.

konvensional juga dilakukan oleh PLUT - UMKM ke berbagai jaringan pemasaran dalam rangka meningkatkan volume penjualan UMKM Kabupaten Tulungagung. Disamping itu, PLUT - UMKM juga memfasilitasi kewirausahaan UMKM dalam menjalin kerjasama permodalan umkm dari lembaga keuangan perbankan/non perbankan, bantuan/hibah pemerintah, dan *corporatesocialresponsibility*.

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya adalah tujuan peneliti sebelumnya yang bertujuan untuk menganalisis peran PLUT-KUMKM dalam pemberdayaan UMKM kabupaten tulungagung.

7. Rahayu Rezeki Anwar, 2020, “Peran Lembaga Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Aceh Besar dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat (Studi pada Kelompok Usaha Kerajinan Rotan Di Gampong Lamgaboh Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar)”.²⁰

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Subjek penelitian ini adalah Ketua

²⁰ Rahayu Rezeki Anwar, “Peran Lembaga Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Aceh Besar dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat (Studi pada Kelompok Usaha Kerajinan Rotan di Gampong Lamgaboh Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar)”, (Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, 2020), 38.

Lembaga Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Aceh Besar, Konsultan Bidang Kelembagaan, Konsultan Bidang Pemasaran, Konsultan Bidang SDM dan lima orang pengrajin rotan binaan PLUT Aceh Besar yang ada di Gampong Lamgaboh.

Hasil penelitian diketahui bahwa adanya perkembangan usaha kerajinan rotan di Gampong Lamgaboh baik dari segi produksi, manajemen, pemasaran maupun sarana dalam usaha kerajinan rotan setelah adanya pendampingan oleh Lembaga PLUT Aceh Besar. Perubahan ini dilakukan dengan berbagai strategi, yaitu dari pengembangan sumber daya manusia yang meliputi pemasaran secara online, pengrajin sudah memiliki kios masing-masing, dan sudah mampu mengelola keuangan usaha dengan baik. Namun, pada masa pandemi covid'19 saat ini, pengrajin rotan sedang mengalami penurunan pendapatan. Contohnya kelompok usaha Leu Badoo Awee yang ada di Gampong Lamgaboh juga telah merasakan perubahan perluasan pasar setelah adanya pendampingan dari PLUT Aceh Besar dan juga telah mengikuti beberapa pelatihan yang diselenggarakan oleh PLUT Aceh Besar.

Persamaan dalam penelitian ini adalah tujuan penelitian yang ingin mengetahui bagaimana proses pendampingan Lembaga PLUT dalam mengembangkan ekonomi masyarakat dan mengetahui bagaimana peran Lembaga PLUT dalam mendampingi pelaku usaha mikro.

Sedangkan perbedaannya terletak pada teknis analisis data yang sudah dilakukan peneliti sebelumnya menggunakan Teknik deskriptif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan, penarikan kesimpulan.

8. Desi Rahmiyanti, Deanita Sari, 2022, “Pengaruh Pelatihan, Pendampingan, dan Pembinaan PLUT-KUMKM Kota Kupang Terhadap Peningkatan UMKM”.²¹

Metode penelitian menggunakan teknik purposive sampling dalam pemilihan sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner langsung kepada pemilik UMKM, kuisisioner tersebut berisikan daftar pertanyaan dan pernyataan yang disusun dengan mengacu pada skala likert yang dimodifikasi dalam bentuk ordinal dengan nilai berdasarkan 5 poin, skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1.

Dengan diadakannya Pelatihan, Pendampingan, dan Bimbingan dari Pemerintah Kota Kupang melalui PLUT-KUMKM diharapkan peningkatan kualitas pelaku usaha dapat tercapai meningkat sehingga mempengaruhi pendapatan UMKM. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik ganda regresi linier dan uji asumsi klasik. Analisisnya menggunakan bantuan SPSS versi 25 program. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel pelatihan, pendampingan, pembinaan yang dilakukan Pemerintah Kota Kupang berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Secara istilah pelatihan, pendampingan, pembinaan

²¹ Desi Rahmiyanti, Deanita Sari, “Pengaruh Pelatihan, Pendampingan, dan Pembinaan PLUT-KUMKM Kota Kupang Terhadap Peningkatan UMKM”. *E Journal* Vol. 18 No. 1, (Juni 2022), 151, <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/view/2366>.

Pemerintah Kota Kupang melalui PLUT-KUMKM mempunyai berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Persamaan dalam penelitian ini adalah pembahasannya yang sama-sama membahas tentang pendampingan yang dilakukan oleh PLUT-KUMKM.

Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang dilakukan pada peneliti sebelumnya menggunakan penyebaran kuesioner sedangkan peneliti saat ini melalui wawancara dan observasi.

9. Eni Widhajati, Nurani, Eni Minarni, Mokhamad Eldon, 2021, “Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm di PLUT KUMKM Tulungagung”.²²

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini pelatihan dan pendampingan.

Hasil dari kegiatan disamping meningkatkan pengetahuan diharapkan pelaku usaha juga mampu memanfaatkan sosial media sebagai sarana promosi dan pemasaran produk sehingga penjualan dapat meningkat. Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, namun bagaimana suatu produk dapat menguasai pasar menjadi salah satu prioritas yang harus dilakukan oleh pelaku usaha. Pada era Revolusi Industri 4.0 pelaku usaha tidak dapat lagi mengandalkan pemasaran konvensional, mereka juga harus mulai memasarkan produknya secara

²² Eni Widhajati, Nurani, dkk, “Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm di PLUT KUMKM Tulungagung”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1 No. 1, (April 2021), 45, <https://doi.org/10.36563/pengabdian.v1i1.260>.

online. Pergeseran model pemasaran ini harus segera dilakukan oleh pelaku usaha agar produknya mampu bersaing dipasar global. Pelaku usaha binaan PLUT KUMKM Tulungagung banyak mengalami kendala dalam hal pemasaran, pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan media social secara maksimal sebagai sarana pemasaran produknya.

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada tujuan yang sama-sama untuk meningkatkan penjualan produk pelaku UMKM.

Sedangkan perbedaannya terletak pada hasil dari penelitian tersebut.

10. Maya Sartika, 2019, “Pengaruh Pelatihan, Pendidikan, dan Pendampingan Terhadap Pendapatan UMKM pada UPT PLUT KUMKM Provinsi Sulawesi Selatan (Studi Pada UMKM di Kota Makassar)”.²³

Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner dengan mengambil responden sebanyak 70 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelatihan, pendidikan dan pendampingan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap pendapatan UMKM pada UPT PLUT KUMKM Provinsi Sulawesi Selatan. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM pada UPT PLUT KUMKM

²³ Maya Sartika, “Pengaruh Pelatihan, Pendidikan, dan Pendampingan Terhadap Pendapatan UMKM pada UPT PLUT KUMKM Provinsi Sulawesi Selatan (Studi Pada UMKM di Kota Makassar)”. (Skripsi, STIE NOBEL Indonesia Makassar, 2019), 48.

Provinsi Sulawesi Selatan ialah ‘Pelatihan’. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner dengan mengambil responden sebanyak 70 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan SPSS versi 22.

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada pembahasan yang membahas tentang pendampingan yang dilakukan oleh PLUT-KUMKM.

Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan peneliti saat ini menggunakan metode kualitatif.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Penulis, Judul, dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Penelitian tesis yang dilakukan oleh Ahmad Zaenuddin, tahun 2020, dengan judul “Strategi Pendampingan PLUT-KUMKM dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pelaku UMKM Dari Dampak Covid-19 Di Kabupaten Cianjur”.	Metode penelitian yang digunakan adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaannya terletak pada Hasil penelitian yang menunjukkan tahapan pendampingan yang mana meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan persiapan tempat.
2	Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Ulfi Nur Ma’rifah, tahun 2020, dengan judul “Strategi Pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	Tujuan dari penelitian ini adalah sama-sama ingin mengetahui strategi pendampingan yang diterapkan PLUT terhadap UMKM.	Perbedaan terletak pada tempat penelitian yang dilakukan.

NO	Penulis, Judul, dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Di Sulawesi Tenggara”.		
3	Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Niken Lestari, Diniyatul Kumala, Lulu Addina Shafa, Muhammad Alif Aristya, tahun 2023, dengan judul “Pendampingan Wirausaha Pac Ansor dan Fatayat Kecamatan Kebumen dalam Pengembangan Produk Bisnis Melalui PLUT-KUMKM”.	Pengumpulan data yang dilakukan adalah sama-sama melalui observasi dan wawancara.	Hasil dari pendampingan wirausaha PAC GP Ansor dan PAC Fatayat yang berkonsultasi di PLUT KUMKM. Saat di PLUT KUMKM wirausaha mengkonsultasikan terkait kendala usaha atau bisnis yang dijalankan oleh pelaku UMKM yakni Ansor-Fatayat kecamatanKebumen.
4	Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Nurani, EniWidhajati, tahun 2019, dengan judul “Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung”.	Pengumpulan data yang dilakukan adalah sama-sama melalui wawancara.	Hasil penelitian diketahui bahwa dengan adanya perkembangan teknologi sekarang pelaku UMKM melakukan strategi pemasaran online agar dapat dengan lebih cepat menempati posisi terdepan menawarkan produknya dan supaya memenangkan persaingan antar pesaing. Pemasaran online sebagai alternatif cara efektif dan akan berdampak besar terhadap peningkatan penjualan.
5	Penelitian jurnal	Sama-sama	Perbedaannya

NO	Penulis, Judul, dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	yang dilakukan oleh Astrid Aprica Isabella, Pipit Novilasari Sanjaya, tahun 2022, dengan judul “Efektivitas Pendampingan Konsultan Pendamping UMKM Terhadap Kinerja UMKM: Studi Kasus Pada UMKM Kabupaten Mesuji”.	membahas tentang pendampingan PLUT terhadap UMKM.	terletak pada cara mengumpulkan data yang menggunakan kuesioner untuk mendapat jawaban dari responden, sedangkan peneliti saat ini menggunakan observasi dan wawancara.
6	Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Binti Nur Asiyah, Mashudi, Dwi Astuti Wahyu Nurhayati, Novi Tri Oktavia, tahun 2023, dengan judul “Peran PLUT - UMKM dalam Proses Pendampingan dan Kerjasama Permodalan Umkm di Kabupaten Tulungagung”.	Persamaannya terletak pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaannya adalah Tujuan penelitian sebelumnya yang dilakukan untuk menganalisis peran PLUT - UMKM dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Tulungagung.
7	Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Rahayu Rezeki Anwar, tahun 2020, dengan judul “Peran Lembaga Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Aceh Besar dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat (Studi pada Kelompok Usaha Kerajinan Rotan Di Gampong Lamgaboh Kecamatan Lhoknga	Persamaan dari penelitian ini adalah Tujuan penelitian ialah untuk mengetahui bagaimana proses pendampingan lembaga PLUT dalam mengembangkan ekonomi masyarakat dan mengetahui bagaimana peran lembaga PLUT dalam	Perbedaannya terletak pada teknis analisis data yang dilakukan dari peneliti sebelumnya menggunakan teknik deskriptif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

NO	Penulis, Judul, dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Kabupaten Aceh Besar)".	mendampingi pelaku usaha mikro.	
8	Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Desi Rahmiyanti, Deanita Sari, tahun 2022, dengan judul "Pengaruh Pelatihan, Pendampingan, dan Pembinaan PLUT-KUMKM Kota Kupang Terhadap Peningkatan UMKM".	Dalam pembahasannya sama-sama membahas tentang pendampingan yang dilakukan oleh PLUT-KUMKM.	Perbedaannya terletak pada metode penelitian yang menggunakan penyebaran kuesioner sedangkan peneliti saat ini melalui wawancara dan observasi.
9	Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Eni Widhajati, Nurani, Eni Minarni, Mokhammad Eldon, tahun 2021, dengan judul "Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm di PLUT KUMKM Tulungagung".	Persamaannya terletak pada tujuan yang sama-sama untuk meningkatkan penjualan produk pelaku UMKM.	Perbedaannya terletak pada hasil dari penelitian tersebut.
10.	Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Maya Sartika, tahun 2019, dengan judul "Pengaruh Pelatihan, Pendidikan, dan Pendampingan Terhadap Pendapatan UMKM pada UPT PLUT KUMKM Provinsi Sulawesi Selatan (Studi Pada UMKM di Kota Makassar)".	Persamaannya terletak pada pembahasan yang membahas tentang pendampingan yang dilakukan oleh PLUT KUMKM.	Perbedaannya terletak pada metode penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan peneliti saat ini menggunakan metode kualitatif.

Sumber: diolah oleh peneliti

Dari data penelitian terdahulu diatas, terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ini, baik dalam segi objek penelitian, fokus penelitian, maupun metode penelitian. Sehingga penelitian ini menjadi menarik untuk dibahas.

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Berbeda dengan penelitian kuantitatif, posisi teori dalam penelitian kualitatif diletakkan sebagai perspektif atau pisau analisis dan bukan untuk diuji.²⁴

1. Strategi Pendampingan

a. Pengertian Strategi Pendampingan

Strategi bertujuan mengalokasikan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan. Strategi merupakan cara organisasi atau pelaku usaha akan mencapai tujuan-tujuannya, dengan mengevaluasi peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi, dan sumber daya serta kemampuan internal perusahaan.²⁵ Edi Suharto mengatakan strategi adalah usaha-usaha menyeluruh yang dirancang untuk menjamin agar perubahan-perubahan yang diusulkan dapat diterima

²⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember, IAIN Jember Press,2020),46.

²⁵ M.F. Hidayatullah et al., "Strategi Digital Marketing dengan Instagram dan Tiktok pada Butik Dot.Id," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 10 no. 1 (2023): 130, <http://dx.doi.org/10.30829/hf.v10i1.15161>.

oleh partisipan atau berbagai kalangan (*stakeholders*) yang akan terlibat dan dilibatkan dalam proses perubahan.²⁶

Pendampingan sebagai suatu strategi yang umum digunakan oleh pemerintah dan lembaga non profit dalam upaya meningkatkan mutu dan kualitas dari sumber daya manusia, sehingga mampu mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari permasalahan yang dialami dan berupaya untuk mencari alternative pemecahan masalah yang dihadapi. Kemampuan sumber daya manusia sangat dipengaruhi oleh keberdayaan dirinya sendiri. Oleh karena itu sangat dibutuhkan kegiatan pemberdayaan disetiap kegiatan pendampingan. Suharto menguraikan bahwa pendampingan merupakan satu strategi yang sangat menentukan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat, selanjutnya dikatakannya pula dalam kutipan Payne bahwa pendampingan merupakan strategi yang lebih mengutamakan “*making the best of the client's resources*”.²⁷

b. Fungsi dan Tujuan Strategi Pendampingan

Fungsi strategi pendampingan:

1) Memfasilitasi

Pendamping bertindak sebagai fasilitator bagi individu atau kelompok yang didampingi dalam proses pembelajaran dan

²⁶ Edi Suharto, *pekerjaan sosial di dunia industri memperkuat CSR* (Bandung: Alfabeta, 2009), 140, [Pekerjaan sosial di dunia industri : memperkuat CSR \(corporate sosial responsibility\) / Edi Suharto | OPAC Perpustakaan Nasional RI. \(perpusnas.go.id\)](#).

²⁷ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communications* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), 3, [Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus - Freddy Rangkuti - Google Buku](#).

pengembangan diri. Hal ini termasuk membantu mereka dalam memahami informasi, mengidentifikasi sumber daya, dan menyelesaikan tugas.

2) Memperkuat

Pendampingan bertujuan untuk memperkuat kapasitas individu, kelompok, atau komunitas agar mereka dapat mandiri dan berkelanjutan. Hal ini dapat dilakukan dengan membantu mereka mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan kepercayaan diri yang mereka butuhkan untuk sukses.

3) Mempromosikan

Pendampingan dapat mempromosikan perubahan sosial dengan membantu individu, kelompok, atau komunitas untuk menentang ketidakadilan dan ketidaksetaraan. Hal ini dapat dilakukan dengan membantu mereka mengembangkan pemahaman tentang hak-hak mereka, dan dengan mendukung mereka untuk mengambil Tindakan kolektif.

4) Menghubungkan

Pendampingan dapat membantu menghubungkan individu, kelompok atau komunitas dengan sumber daya dan jaringan yang mereka butuhkan. Hal ini dapat membantu mereka untuk mengakses informasi, dukungan, dan peluang baru.

Tujuan Strategi Pendampingan:

1) Meningkatkan Kemandirian

Tujuan utama pendampingan adalah untuk membantu individu, kelompok, atau komunitas menjadi mandiri dan mampu mencapai tujuan mereka sendiri.

2) Memperkuat Kapasitas

Pendampingan bertujuan untuk memperkuat kapasitas individu, kelompok, dan komunitas agar mereka dapat lebih efektif dalam mencapai tujuan mereka.

3) Mendorong Perubahan Sosial

Pendampingan dapat digunakan untuk mendorong perubahan sosial dengan membantu individu, kelompok, atau komunitas untuk menantang ketidakadilan dan ketidaksetaraan.

4) Meningkatkan Kesejahteraan

Pendampingan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan individu, kelompok, atau komunitas dengan membantu mereka mengakses sumber daya dan peluang baru, dengan mendukung mereka untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang mereka butuhkan untuk menjalani kehidupan yang lebih baik.²⁸

²⁸ Rai Setiabudi, Strategi Pendampingan Sosial dan Kemitraan, Denpasar, 24 Mei 2017, <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=55c237fcfa2d3d06JmltdHM9MTY5OTQ4ODAwMCZpZ3VpZD0yNGVjYTJjYy0wYmQ1LTYwNTEtMTVjOS1iMzk3MGEyODYxODEmaW5zaWQ9NTI4Mg&ptn=3&hsh=3&fclid=24eca2cc-0bd5-6051-15c9-b3970a286181&psq=strategi+pendampingan+pdf&u=a1aHR0cHM6Ly9scHBtLnVudWQuYWMMuaWQvaW1nL3VwbG9hZHMvUGFwYXJhbi1SYWktU2V0aWFidWRoaTEucGRm&ntb=1>

c. Kendala Pendampingan

Kendala pendampingan adalah hambatan atau rintangan yang dihadapi dalam proses pendampingan. Hal ini dapat menghambat efektifitas dan efisiensi pencapaian tujuan pendampingan. Dengan mengatasi kendala pendampingan, proses pendampingan dapat menjadi lebih efektif dan efisien dalam mencapai tujuannya.

Secara umum, kendala pendampingan dapat dikategorikan menjadi dua jenis yaitu:

a. Kendala internal

Kendala internal adalah faktor-faktor penghambat yang berasal dari dalam diri individu atau organisasi yang didampingi.

b. Kendala eksternal

Kendala eksternal adalah faktor-faktor penghambat yang berasal dari luar individu atau organisasi yang didampingi.

Meskipun pendampingan dapat memberikan banyak manfaat, ada beberapa kendala yang dapat menghambat efektivitasnya seperti:

- 1) Akses informasi
- 2) Persaingan yang ketat
- 3) Kurangnya minat mengikuti pendampingan
- 4) Keterbatasan pengetahuan
- 5) Ketidakpercayaan terhadap pendamping²⁹

²⁹ Erna Rachmawati, "Tantangan dan Permasalahan Program Pemberdayaan UMKM", Maret 4, 2022, <https://forbil.id/industri/tantangan-dan-permasalahan-program-pemberdayaan-umkm/erna-rachmawati/>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian berisikan uraian tentang pendekatan penelitian yang dipilih, yaitu pendekatan penelitian kualitatif. Sementara itu, jenis penelitian misalnya dapat mengambil jenis studi kasus, etnografi, atau jenis lainnya.³⁰

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*.³¹

Penelitian yang dilakukan berupaya mendeskripsikan secara jelas mengenai strategi pendampingan yang dilakukan oleh PLUT-KUMKM dalam meningkatkan penjualan produk pelaku UMKM Kabupaten Jember dengan keterangan-keterangan yang didapat dari lapangan berupa hasil wawancara kepada subjek yang diteliti dan dokumentasi saat pelaksanaan penelitian. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yang

³⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember, 2020), 46.

³¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta Bandung, 2013), 9.

bertujuan supaya memberikan gambaran yang jelas tentang suatu objek yang diteliti berdasarkan fakta-fakta yang tampak dan bagaimana adanya.³²

Penentuan pendekatan dan jenis penelitian harus diikuti oleh alasan-alasan yang kuat.³³ Jenis penelitian ini menggunakan studi lapangan, hal ini dikarenakan peneliti akan meneliti langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang akurat.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan suatu wilayah atau tempat penelitian tersebut hendak dilakukan. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Jl. Letjen S. Parman No.58, Kali Oktak, Karangrejo, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember.

Dalam penelitian ini objek yang akan diteliti ialah PLUT-KUMKM Kabupaten Jember, karena PLUT-KUMKM merupakan suatu lembaga yang dibentuk oleh pemerintah pusat yaitu melalui kementerian Dinas Koperasi dan UMKM untuk melayani dalam layanan jasa non finansial guna untuk membantu permasalahan-permasalahan yang dihadapi atau yang dialami oleh para pelaku UMKM di Kabupaten Jember dan juga menjadi pendamping dalam meningkatkan suatu produktivitas para pelaku UMKM baik dalam memiliki daya saing yang kuat, meningkatkan nilai tambah dan terutama dalam meningkatkan penjualan para pelaku UMKM di Kabupaten Jember.

³² Husen Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005),36.

³³ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember, 2020), 47.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini penelitian yang menggunakan penentuan informan, untuk menentukan subyek penelitian sebagai informasi ditentukan sendiri oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling mengetahui tentang permasalahan yang akan diteliti. Berdasarkan hal tersebut maka yang akan menjadi subyek penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang produksi
2. Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang pemasaran
3. Ibu Lidya dan Ibu Rufiatin selaku pelaku UMKM binaan PLUT

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada sub bab ini akan menguraikan teknik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumen. Masing-masing harus mendeskripsikan tentang data apa saja yang diperoleh melalui teknik-teknik tersebut. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila

responden yang diamati tidak terlalu besar.³⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Observasi Non Partisipan*, dimana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya menjadi pengamat independent, sehingga observer bisa melakukan pengamatan serta pencatatan secara detail dan cermat dengan segala aktivitas yang terjadi dilapangan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini penelitian menggunakan pedoman wawancara tidak terstruktur. Dimana penelitian tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya, sehingga memungkinkan keleluasaan yang lebih besar dalam pengajuan pertanyaan, sehingga pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Dalam pelaksanaannya, peneliti menggunakan metode wawancara atau interview tersebut untuk mengetahui dan memahami tentang:

- a. Strategi pendampingan marketing yang dilakukan PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember.
- b. Kendala pendampingan marketing yang dilakukan PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember.

³⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta Bandung, 2013), 145.

- c. Dampak pendampingan marketing yang dilakukan oleh PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses atau hasil dari mencatat atau mengarsipkan informasi, data, atau peristiwa. Ini termasuk pembuatan catatan tertulis, gambar, grafik, atau rekaman digital untuk tujuan pengarsipan, komunikasi, atau referensi dimasa depan.

Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel atau dapat dipercaya jika, didukung oleh foto-foto kegiatan yang berjalan selama penelitian.

E. Analisis Data

Pada bagian ini diuraikan bagaimana prosedur analisis data yang hendak dilakukan sehingga memberikan gambaran bagaimana peneliti akan melakukan pengolahan data seperti proses pelacakan, pengaturan, dan klasifikasi data yang akan dilakukan.³⁵

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis data deskriptif yaitu metode analisa dengan mengumpulkan data secara sistematis, menganalisa, dan menginterpretasikan data dengan gambaran-gambaran sehingga mendapat kesimpulan dalam penelitian ini yang terdapat tiga permasalahan yang akan dianalisis. Adapun aktivitas dalam analisis data, yaitu:

³⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember, 2020), 47.

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti yang telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi itu, maka wawasan peneliti akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.³⁶

2. Penyajian Data (Data Display)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dalam hal ini biasanya bentuk penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dalam bentuk teks yang bersifat naratif.³⁷

³⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2023), 134-137.

³⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2023), 137.

3. Menarik Kesimpulan Atau Verifikasi (Verification)

Penarikan kesimpulan ini masih bersifat sementara dan merupakan tahapan akhir yang harus dilakukan dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan dan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.³⁸

F. Keabsahan Data

Bagian ini memuat bagaimana usaha-usaha yang hendak dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data temuan di lapangan.³⁹ Data yang telah didapat dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Agar diperoleh temuan yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data seperti perpanjangan kehadiran peneliti di lapangan supaya dapat diuji keabsahannya serta dapat ditanggung

³⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2023), 141-142.

³⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember, 2020), 48.

jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi (menggunakan beberapa sumber, metode, peneliti, teori). Hal ini dilakukan untuk menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahap pra-lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian. Berikut adalah penjelasannya :

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan merupakan sejumlah kegiatan yang harus dilakukan oleh peneliti sebelum memasuki lapangan. Diantara lain ialah:

- a. Menyusun rancangan penelitian
- b. Memilih lapangan penelitian
- c. Meninjau objek penelitian yang telah ditentukan
- d. Mengajukan judul
- e. Meninjau kajian Pustaka
- f. Mengurus perizinan penelitian
- g. Melakukan survei keadaan lapangan
- h. Memilih informan
- i. Menyiapkan perlengkapan penelitian

j. Etika dalam melakukan penelitian

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Pada tahap ini terdapat tiga kegiatan yang harus dilakukan oleh peneliti, yaitu:

- a. Memahami latar penelitian
- b. Memasuki lapangan
- c. Berperan serta sambil mengumpulkan data.

3. Tahap Penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahap paling akhir dari sebuah penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun data yang telah dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah yang berlaku di Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil PLUT

Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) Kabupaten Jember berdiri pada tahun 2019 setelah ditetapkannya dan mulai efektif operasional pada tahun 2021 dan ditetapkannya konsultan pendamping yang lulus perekrutan pada tahun 2020 dan perangkat pengelola oleh dinas koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah provinsi Jawa Timur, dipinggir jalan poros Surabaya-jember-banyuangi sehingga mudah dijangkau oleh semua lapisan dan kendaraan umum. Pusat Layanan Usaha Terpadu Kabupaten Jember terletak di Jl. Letjen S. Parman No.58, Kali Oktak, Karangrejo, Kec. Sumpalsari, Kabupaten Jember, Jawa Timur, 68124.

PLUT Kabupaten Jember memiliki 5 layanan konsultasi dan informasi bisnis bagi pelaku usaha K-UMKM yaitu⁴⁰:

a. Bidang Kelembagaan

- 1) Pembentukan dan pemantapan kelembagaan koperasi dan UMKM
- 2) Fasilitasi legalitas badan izin usaha koperasi UMKM
- 3) Penguatan sentra UMKM/kluster/Kawasan
- 4) Pendampingan, pendaftaran dan perizinan KUMKM
- 5) Advokasi perlindungan KUMKM

⁴⁰ PLUT KUMKM Kabupaten Jember, "Layanan PLUT KUMKM Jember", 26 Februari 2023.

b. Bidang Pemasaran

- 1) Penyediaan informasi pasar
- 2) Pengembangan promosi dan kemitraan
- 3) Peningkatan akses pasar
- 4) Pengembangan jaringan pemasaran dan kemitraan
- 5) Pemanfaatan teknologi informasi (*e-commerce*)
- 6) Pengembangan database yang terkait pengembangan koperasi usaha mikro, kecil dan menengah.

c. Bidang Sumber Daya Manusia (SDM)

Peningkatan sumber daya manusia, koperasi dan UMKM melalui pendekatan, konsultasi, fasilitasi, pendampingan, monitoring, pengalaman dan pelatihan.

d. Bidang Pembiayaan

- 1) Perencanaan bisnis
- 2) Penyusunan proposal pengembangan usaha
- 3) Fasilitasi dan mediasi akses lembaga keuangan dan berbagai sumber pembiayaan
- 4) Manajemen/ pengelolaan keuangan
- 5) Advokasi pemodalan

e. Bidang Produksi

- 1) Akses bahan baku
- 2) Pengolahan dan pengembangan produk (peningkatan kualitas, desain, merk dan kemasan)

3) Pemanfaatan/ aplikasi teknologi pengolahan

4) Standarisasi dan sertifikasi produk serta pelebelan dan pengemasan.

a. Visi dan Misi PLUT

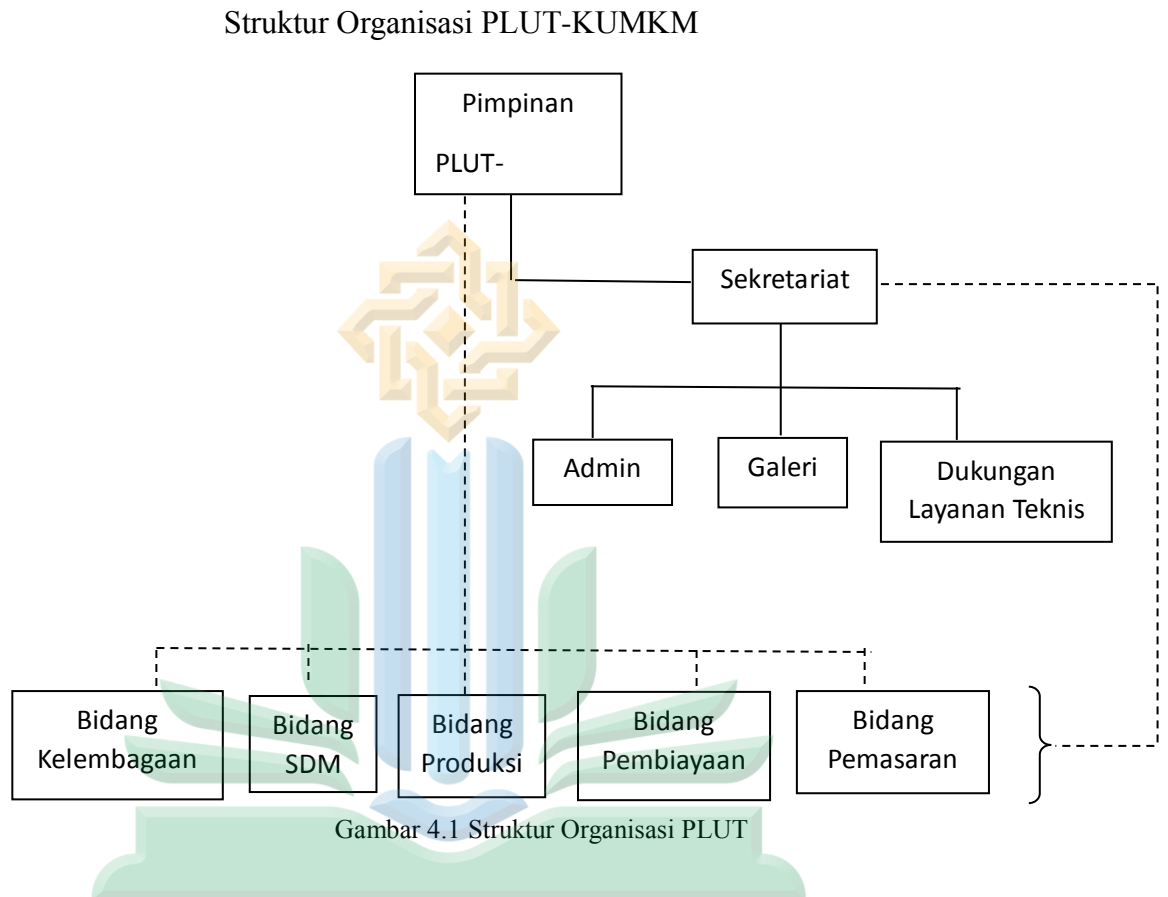
Visi:

Menjadikan Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan UMKM (PLUT-KUMKM) sebagai rumah kolaborasi UMKM untuk layanan konsultasi bisnis dan pendampingan usaha, inkubasi bisnis, peningkatan kualitas SDM serta kapasitas UMKM menuju koperasi modern dan UMKM naik kelas dalam mewujudkan jember yang maju, mensejahterakan perekonomian dan melek digital.

Misi:

- 1) Meningkatkan kualitas SDM KUMKM
- 2) Memajukan sentra UMKM daerah
- 3) Mensinergikan pemerintah dan non pemerintah dalam mendukung pemberdayaan
- 4) Meningkatkan dan mengembangkan wirausaha baru
- 5) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, produktif, mandiri dan berdaya saing berbasis potensi daerah.

b. Struktur Organisasi PLUT



B. Penyajian Data dan Analisis

1. Strategi Pendampingan oleh PLUT terhadap Pelaku UMKM di Kabupaten Jember

Didalam pendampingan marketing PLUT pastinya memiliki berbagai macam strategi yang digunakan untuk memberikan arahan kepada pelaku UMKM. Pada dunia bisnis yang semakin kompetitif, pendampingan marketing menjadi salah satu strategi yang sangat penting bagi pelaku UMKM untuk berkembang dan bersaing secara efektif. PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember memiliki beberapa strategi

pendampingan marketing untuk membantu UMKM dalam meningkatkan pemasaran produknya. Berikut adalah beberapa strateginya:

a. Pendampingan Individual

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“PLUT Jember juga menyediakan pendampingan individual untuk membantu UMKM dalam menerapkan strategi marketing. Pendampingan ini dilakukan oleh semua konsultan sesuai dengan kebutuhan spesifik setiap pelaku UMKM.”⁴¹

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“iya mbak, kami menyediakan pendampingan individu untuk pelaku UMKM yang mempunyai permasalahan terkait produknya atau pemasarannya, bisa langsung konsultasikan ke kami datang kesini langsung.”⁴²

Pernyataan dari Bapak Aries Nugroho diperkuat oleh pernyataan Ibu Lidya pelaku UMKM binaan PLUT Jember beliau menyampaikan:

”saya sangat terbantu dengan adanya pendampingan individu yang diberikan oleh PLUT. Saya jadi lebih paham tentang bagaimana mengelola bisnis, memasarkan produk, dan meningkatkan kualitas produk.”⁴³

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pendampingan individual termasuk dalam strategi pendampingan yang

⁴¹ Gandhi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

⁴² Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

⁴³ Lidya, diwawancarai oleh penulis, Jember, 20 Maret 2024.

dilakukan oleh PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember karena dapat membantu pelaku UMKM dalam menerapkan strategi marketing yang telah mereka pelajari. Pendampingan ini dilakukan oleh konsultan yang berpengalaman dan dapat di sesuaikan dengan kebutuhan spesifik setiap UMKM.

b. Pelatihan dan Bimbingan Teknis

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“Dalam pendampingan, PLUT-KUMKM memiliki berbagai macam strategi untuk memberikan arahan kepada pelaku UMKM. Strategi yang pertama itu ada pelatihan dan bimbingan teknis dimana PLUT Jember mengadakan pelatihan dan bimbingan teknis secara berkala untuk membekali para pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan tentang marketing dan itu dilakukan setiap sebulan sekali mbak”.⁴⁴

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“biasanya, pada saat pelatihan dan bimtek membahas berbagai topik seperti, strategi marketing digital kayak cara menggunakan media sosial, website, dan e-commerce untuk memasarkan produk. Kemudian branding yaitu cara membangun merek yang kuat. Terus riset pasar cara mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Terus keterampilan komunikasi yaitu cara berkomunikasi dengan pelanggan. Kemudian pengembangan produk, mengembangkan produk baru yang menarik bagi pelanggan”.⁴⁵

⁴⁴ Gandhi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

⁴⁵ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

Pernyataan dari Bapak Aries Nugroho diperkuat oleh pernyataan Ibu Rufiatin pelaku UMKM binaan PLUT Jember beliau menyampaikan:

“PLUT sangat membantu saya dengan pelatihan dan bimtek ini. Sebelum mengikuti pelatihan saya ragu untuk mengembangkan bisnis saya. Tetapi setelah mengikuti pelatihan, saya menjadi lebih percaya diri.”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember adalah pelatihan dan bimtek (bimbingan teknis) dimana PLUT Jember mengadakan pelatihan dan bimtek secara berkala untuk membekali para pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan tentang marketing. pada saat pelatihan dan bimtek membahas berbagai topik seperti, strategi marketing digital, yaitu cara menggunakan media sosial, website, dan e-commerce untuk memasarkan produk. Kemudian branding, yaitu cara membangun merek yang kuat. Kemudian riset pasar, cara mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kemudian keterampilan komunikasi, yaitu cara berkomunikasi dengan pelanggan. Kemudian pengembangan produk, yaitu mengembangkan produk baru yang menarik bagi pelanggan.

c. Konsultasi

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“terus strategi yang kedua itu ada konsultasi dimana PLUT Jember ini juga menyediakan layanan konsultasi bagi pelaku UMKM. Konsultasi ini dapat dilakukan secara individual atau berkelompok. Dalam konsultasi ini para pelaku UMKM dapat mendiskusikan masalah-masalah yang mereka hadapi dalam hal marketing dan mendapatkan saran dari para konsultan PLUT mbak vera”.⁴⁶

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“iya mbak dalam pendampingan itu bisa langsung datang dan konsultasi di PLUT, kemudian kita membantu pelaku UMKM memberikan solusi dan saran yang sesuai dengan permasalahannya”.⁴⁷

Hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa PLUT Jember juga menyediakan layanan konsultasi dalam pendampingan. Dimana konsultasi ini dapat dilakukan secara individual atau berkelompok. Dalam konsultasi ini para pelaku UMKM bisa langsung datang dan konsultasi di kantor PLUT, kemudian mendiskusikan masalah-masalah yang mereka hadapi dalam hal marketing dan konsultan membantu memberikan solusi dan saran yang sesuai dengan permasalahannya.

d. Monitoring dan Evaluasi

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

⁴⁶ Gandi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

⁴⁷ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

“disini juga melakukan yang namanya monitoring dan evaluasi terhadap program pendampingan marketingnya mbak, untuk memastikan bahwa program tersebut efektif dan mencapai tujuannya”.⁴⁸

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

”sama dengan yang dikatakan mas gandi bahwa ada monitoring dan evaluasi supaya kita tau yang sudah kita terapkan itu efektif apa tidak dalam program pendampingan marketing terhadap pelaku UMKM yang ada dijember gitu mbak”.⁴⁹

Hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa PLUT Jember juga melakukan monitoring dan evaluasi kepada pelaku UMKM guna memastikan program pendampingan tersebut efektif dan mencapai tujuan dan diharapkan dapat membantu UMKM di Kabupaten Jember untuk meningkatkan pemasaran produk mereka dan mencapai kesuksesan yang lebih besar.

e. **Workshop**

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“dan yang terakhir itu workshop. Workshop ini membahas berbagai topik seperti: manajemen usaha (cara memulai usaha, membuat laporan keuangan, memasarkan produk, dan lain sebagainya), kemudian pembiayaan, pemasaran, legalitas usaha, perizinan usaha, dan pengembangan produk”.⁵⁰

⁴⁸ Gandi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

⁴⁹ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

⁵⁰ Gandi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“iya workshop di PLUT Kabupaten Jember bisa disebut sumber daya yang berharga bagi pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya. Dan dengan mengikuti workshop ini, pelaku UMKM bisa mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka butuhkan untuk menjadi pengusaha yang sukses”.⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa workshop dapat membantu pelaku UMKM mengembangkan usahanya seperti: cara memulai usaha, membuat laporan keuangan, cara memasarkan produk, cara menggunakan teknologi untuk meningkatkan penjualan, cara membuat legalitas usaha, cara mendapatkan izin usaha, dan cara mengembangkan produk baru. Workshop di PLUT Kabupaten Jember adalah sumber daya yang berharga bagi pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya.

Dengan mengikuti workshop ini, pelaku UMKM bisa mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka butuhkan untuk menjadi pengusaha yang sukses.

Tabel perbandingan antara strategi yang direncanakan dengan strategi yang dilakukan.

⁵¹ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

Tabel 4.2
Perbandingan Strategi

No	Strategi yang direncanakan	Strategi yang dilakukan
1.	Penerapan Teknologi Tepat Guna	Pendampingan Individual
2.	<i>Business Matching</i> (pencocokan bisnis)	Pelatihan dan Bimbingan Teknis
3.	Workshop	Konsultasi
4.	Digitalisasi Usaha	Monitoring dan Evaluasi
5.		Workshop

2. Kendala Strategi Pendampingan PLUT terhadap Pelaku UMKM di Kabupaten Jember

Pendampingan marketing adalah proses membantu UMKM atau pengusaha kecil dalam mengembangkan strategi dan menjalankan kegiatan marketing pelaku UMKM. Meskipun tujuannya mulia, proses ini tidak selalu mudah dan terdapat beberapa kendala yang bisa dihadapi. Adapun kendala yang dihadapi oleh PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember yaitu:

a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyiq selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“kendalanya yaitu jumlah pendampingan yang masih terbatas mbak, sehingga tidak sebanding dengan jumlah UMKM yang membutuhkan pendampingan. Kemudian keterampilan dan pengetahuan pendamping yang bervariasi, sehingga kualitas pendampingan tidak selalu merata mbak.”⁵²

⁵² Gandhi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“iya kurangnya pelatihan dan pengembangan berkelanjutan bagi pendamping marketing, sehingga mereka tidak selalu uptodate dengan tren dan perkembangan terbaru dalam pemasaran”.⁵³

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala yang ada di PLUT salah satunya adalah keterbatasan SDM dimana jumlah pendamping yang masih terbatas, sehingga tidak sebanding dengan jumlah UMKM yang membutuhkan pendampingan. Kemudian keterampilan dan pengetahuan pendamping yang bervariasi, sehingga kualitas pendampingan tidak selalu merata. Dan kurangnya pelatihan dan pengembangan berkelanjutan bagi pendamping marketing, sehingga mereka tidak selalu uptodate dengan tren dan perkembangan terbaru dalam marketing.

b. Keterbatasan Anggaran

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“kendala lain yang ada di PLUT adalah keterbatasan anggaran. Anggaran yang disediakan untuk pendampingan masih terbatas, sehingga pendampingan yang diberikan tidak selalu optimal”.⁵⁴

⁵³ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

⁵⁴ Gandhi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“keterbatasan anggaran yang ada disini itu kurangnya dana untuk kegiatan promosi dan edukasi bagi UMKM, sehingga UMKM tidak selalu mendapatkan informasi yang mereka butuhkan”.⁵⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala yang ada di PLUT adalah keterbatasan anggaran. Dimana anggaran yang disediakan untuk pendampingan masih terbatas, sehingga pendampingan yang diberikan tidak selalu optimal, dan juga kurangnya dana dalam kegiatan promosi dan edukasi pendampingan marketing bagi UMKM, sehingga UMKM tidak selalu mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

c. Ketidakmampuan UMKM dalam Memahami Teknologi

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“banyak UMKM yang masih belum familiar dengan teknologi digital, sehingga mereka kesulitan untuk menerapkan strategi marketing digital”.⁵⁶

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

⁵⁵ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

⁵⁶ Gandhi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

“kendalanya itu kurangnya akses terhadap infrastruktur teknologi, seperti internet dan perangkat komputer, di beberapa daerah kabupaten Jember. Dan juga biaya teknologi yang mahal bagi beberapa UMKM, sehingga mereka tidak mampu untuk berinvestasi dalam teknologi marketing”.⁵⁷

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala yang ada di PLUT adalah ketidakmampuan UMKM dalam memahami teknologi. Dimana banyak UMKM yang masih belum familiar dengan teknologi digital, sehingga mereka kesulitan untuk menerapkan strategi marketing digital. Kemudian kurangnya akses terhadap infrastruktur teknologi, seperti internet dan perangkat komputer, di beberapa daerah di Kabupaten Jember. Dan juga biaya teknologi yang mahal bagi beberapa UMKM, sehingga mereka tidak mampu untuk berinvestasi dalam teknologi marketing.

d. Kurangnya Kesadaran dan Pemahaman Pelaku UMKM

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“kendala dalam pendampingan yang sering terjadi itu banyak pelaku UMKM di Jember yang belum menyadari bahwa pentingnya marketing dalam mengembangkan bisnis mereka terutama dalam hal pemasaran dan kurangnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM tentang strategi marketing sehingga membuat produk mereka sulit untuk menonjol dipasaran. Solusinya itu meningkatkan edukasi dan sosialisasi tentang pentingnya marketing kepada pelaku UMKM”.⁵⁸

⁵⁷ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

⁵⁸ Gandi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“iya kendala dalam pendampingan itu pasti ada, tapi kita selalu bisa mengatasinya mbak, contohnya ketidakmampuan pelaku UMKM untuk mengakses informasi dan pelatihan yang sudah kita berikan, nah padahal kita sudah memaksimalkan tapi pelaku UMKM tidak mampu menangkap dengan baik ya kita ajari pelan-pelan sampai ngerti gitu”.⁵⁹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi oleh bidang pemasaran dan bidang produksi adalah banyak pelaku UMKM di Jember yang belum menyadari pentingnya marketing dalam mengembangkan bisnisnya, kemudian kurangnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM tentang strategi marketing yang efektif, dan ketidakmampuan pelaku UMKM untuk mengakses informasi dan pelatihan marketing yang berkualitas. Solusi dari kendala pendampingan marketing PLUT Jember adalah: yang pertama meningkatkan edukasi dan sosialisasi tentang pentingnya marketing kepada pelaku UMKM. Kedua membantu pelaku UMKM dalam mengakses informasi.

e. Kapasitas PLUT yang Terbatas

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

⁵⁹ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

“untuk kendala lain yaitu jumlah karyawan di PLUT Kabupaten Jember masih terbatas, sehingga tidak dapat melayani semua pelaku UMKM yang membutuhkan pendampingan, jadi harus satu-satu dan gantian gabisa bareng-bareng”.⁶⁰

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“kendala yang kami hadapi dalam mengatasi permasalahan UMKM di Kabupaten Jember itu banyak, seperti keterbatasan sumber daya manusia di PLUT, baik dari segi jumlah maupun kompetensi, kemudian kurangnya infrastruktur dan sarana prasarana yang memadai di PLUT untuk mendukung kegiatan pendampingan dan juga persaingan yang ketat di pasar, terutama dari pelaku usaha yang lebih besar dan sudah mapan”.⁶¹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi oleh bidang pemasaran dan bidang produksi secara umum itu sama yaitu jumlah karyawan di PLUT Jember masih terbatas, sehingga tidak dapat melayani semua pelaku UMKM yang membutuhkan pendampingan, kemudian keterbatasan sumber daya manusia di PLUT baik dari segi jumlah maupun kompetensi, dan kurangnya infrastruktur dan sarana prasarana yang memadai di PLUT Kabupaten Jember untuk mendukung kegiatan pendampingan, dan juga persaingan yang ketat di pasar, terutama dari pelaku usaha yang lebih besar dan sudah mapan. Dan solusi dari kendala diatas adalah satu: memperkuat kapasitas PLUT dengan menambah jumlah sumber

⁶⁰ Gandi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

⁶¹ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

daya manusia, atau meningkatkan kompetensi staf dan menyediakan infrastruktur yang memadai. Dua: mengembangkan program pendampingan yang lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan spesifik dari setiap pelaku UMKM di Kabupaten Jember.

3. Solusi atas Kendala Pendampingan PLUT terhadap Pelaku UMKM di Kabupaten Jember

Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) adalah pusat pelayanan bagi pelaku UMKM yang bertujuan untuk memberikan dukungan dalam berbagai aspek, termasuk dalam hal marketing. Adapun upaya yang dilakukan oleh PLUT-KUMKM Kabupaten Jember dalam mengatasi kendala perlu di minimalisir agar pendampingan dapat terus berjalan dengan baik.

a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“solusinya itu melakukan rekrutmen dan pelatihan pendamping baru dengan fokus pada keahlian marketing digital, dan meningkatkan kerjasama dengan pihak lain untuk membantu pendampingan UMKM”.⁶²

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

⁶² Gandhi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

“membentuk forum komunikasi dan kerjasama antar instansi terkait untuk saling berbagi informasi dan sumber daya dan melakukan pertemuan dan koordinasi antar instansi terkait secara berkala untuk menyusun program pengembangan UMKM yang terintegrasi”.⁶³

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa solusi yang digunakan oleh PLUT-KUMKM yaitu melakukan rekrutmen dan pelatihan pendamping baru dengan fokus pada keahlian marketing digital, kemudian meningkatkan kerjasama dengan pihak lain untuk membantu pendampingan UMKM, membentuk forum komunikasi dan kerjasama antar instansi terkait untuk saling berbagi informasi dan sumber daya dan melakukan pertemuan dan koordinasi antar instansi terkait secara berkala untuk menyusun program pengembangan UMKM yang terintegrasi.

b. Keterbatasan Anggaran

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“mengusahakan penambahan anggaran dari pemerintah daerah atau mencari sponsor dari pihak swasta, kemudian memanfaatkan teknologi yang tersedia secara gratis atau berbiaya rendah, seperti platform media sosial dan aplikasi online marketing”.⁶⁴

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

⁶³ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

⁶⁴ Gandhi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

“bisa melakukan kerjasama dengan pihak lain untuk berbagi sumber daya, seperti penyedia jasa internet dan pengembangan aplikasi”.⁶⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa solusi yang digunakan oleh PLUT-KUMKM mengusahakan penambahan anggaran dari pemerintah daerah atau mencari sponsor dari pihak swasta, kemudian memanfaatkan teknologi yang tersedia secara gratis atau berbiaya rendah, seperti platform media sosial dan aplikasi online marketing dan melakukan kerjasama dengan pihak lain untuk berbagi sumber daya, seperti penyedia jasa internet dan pengembangan aplikasi.

c. Ketidakmampuan UMKM dalam Memahami Teknologi

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“kemampuan marketing UMKM di Kabupaten Jember beragam. Ada UMKM yang sudah cukup mahir dalam menggunakan teknologi digital, namun ada juga yang awam. Nah, Solusi dari masalah tersebut kita bisa melakukan pendampingan secara bertahap, dimulai dari materi paling dasar digital marketing hingga materi yang lebih lanjut”.⁶⁶

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“solusinya yaitu menyediakan berbagai jenis pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, seperti

⁶⁵ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

⁶⁶ Gandhi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

pelatihan dasar penggunaan media sosial, pelatihan pembuatan website, dan pelatihan strategi marketing online, dan juga bisa membentuk kelompok-kelompok UMKM dengan Tingkat kemampuan yang sama, sehingga pendampingan dapat lebih fokus dan efektif.”⁶⁷

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa solusi yang digunakan oleh PLUT-KUMKM kemampuan marketing UMKM di Kabupaten Jember beragam. Ada UMKM yang sudah cukup mahir dalam menggunakan teknologi digital, namun ada juga yang awam. Nah, Solusi dari masalah tersebut kita bisa melakukan pendampingan secara bertahap, dimulai dari materi paling dasar digital marketing hingga materi yang lebih lanjut serta menyediakan berbagai jenis pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, seperti pelatihan dasar penggunaan media sosial, pelatihan pembuatan website, dan pelatihan strategi marketing online, dan juga bisa membentuk kelompok-kelompok UMKM dengan Tingkat kemampuan yang sama, sehingga pendampingan dapat lebih fokus dan efektif.

d. Kurangnya Kesadaran dan Pemahaman Pelaku UMKM

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“melakukan sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya digital marketing kepada UMKM melalui berbagai media, seperti seminar, workshop, dan media massa”.⁶⁸

⁶⁷ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

⁶⁸ Gandhi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“memberikan contoh-contoh sukses UMKM yang telah berhasil menerapkan marketing digital dan membangun Kerjasama dengan influencer dan tokoh masyarakat untuk mempromosikan program pendampingan marketing PLUT-KUMKM”.⁶⁹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa solusi yang digunakan oleh PLUT-KUMKM adalah melakukan sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya digital marketing kepada UMKM melalui berbagai media, seperti seminar, workshop, dan media massa dan juga memberikan contoh-contoh sukses UMKM yang telah berhasil menerapkan marketing digital dan membangun Kerjasama dengan influencer dan tokoh masyarakat untuk mempromosikan program pendampingan marketing PLUT-KUMKM.

e. Kapasitas PLUT yang Terbatas

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gandhi Prastyawan selaku konsultan bidang pemasaran PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“Kemudian solusinya ya memperkuat kapasitas PLUT dengan menambah jumlah sumber daya manusia, atau meningkatkan kompetensi staf dan menyediakan infrastruktur yang memadai serta berikan pelatihan kepada staf PLUT untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam melayani dan memfasilitasi dengan efektif”.⁷⁰

⁶⁹ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

⁷⁰ Gandhi Prastyawan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Maret 2024.

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Aries Nugroho selaku konsultan bidang produksi PLUT-KUMKM Jember beliau mengatakan:

“Solusinya itu mengembangkan program pendampingan yang lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan spesifik dari setiap pelaku UMKM di Kabupaten Jember”.⁷¹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa solusi yang digunakan oleh PLUT-KUMKM adalah memperkuat kapasitas PLUT dengan menambah jumlah sumber daya manusia, atau meningkatkan kompetensi staf dan menyediakan infrastruktur yang memadai serta berikan pelatihan kepada staf PLUT untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam melayani dan memfasilitasi dengan efektif dan mengembangkan program pendampingan yang lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan spesifik dari setiap pelaku UMKM di Kabupaten Jember.

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi Pendampingan PLUT Terhadap Pelaku UMKM di Kabupaten Jember

Pendampingan adalah kegiatan membelajarkan kelompok yang berangkat dari kebutuhan dan kemampuan mereka atas dasar interaksi dari, oleh, dan untuk anggota dalam kelompok serta kesetiakawanan antar kelompok dalam rangka meningkatkan kesejahteraanya benang merah, bahwa pendampingan merupakan kegiatan untuk membelajarkan

⁷¹ Aries Nugroho, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Maret 2024.

sekelompok orang yang berawal dari kebutuhan, dan potensi mereka, atas dasar adanya interaksi dari, oleh, dan untuk anggota kelompok.

Didalam pendampingan marketing ini pastinya memiliki berbagai macam strategi yang digunakan untuk memberikan arahan kepada pelaku UMKM. Pada dunia bisnis yang semakin kompetitif, pendampingan marketing menjadi salah satu strategi yang sangat penting bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk berkembang dan bersaing secara efektif.⁷² Kabupaten Jember sebagai salah satu wilayah yang kaya akan potensi UMKM membutuhkan pendampingan yang tepat guna meningkatkan visibilitas dan daya saing produk lokal. Penelitian ini menguraikan strategi pendampingan marketing yang dapat diterapkan untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Kabupaten Jember, sehingga dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi hasil temuan dilapangan bahwasanya strategi pendampingan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember adalah sebagai berikut:

a. Pendampingan Individual

Pendampingan individual dalam PLUT-KUMKM merupakan sebuah layanan yang diberikan kepada pelaku UMKM secara perorangan untuk membantu mereka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas usahanya.

⁷² Binti Nur Aisyah, Dkk, "Peran PLUT-UMKM dalam Proses Pendampingan dan Kerjasama Permodalan UMKM di Kabupaten Tulungagung." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 5 No. 1, 2023, <https://jurnal.usi.ac.id/index.php/ekuilnomi/article/view/594>.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan strategi yang dilakukan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember yaitu pendampingan individual, dimana pendampingan individual termasuk dalam strategi pendampingan yang dilakukan oleh PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember karena dapat membantu pelaku UMKM dalam menerapkan strategi marketing yang telah mereka pelajari. Pendampingan ini dilakukan oleh konsultan yang berpengalaman dan dapat di sesuaikan dengan kebutuhan spesifik setiap UMKM. Hal ini sesuai dengan layanan yang ada di PLUT-KUMKM.

b. Pelatihan dan Bimbingan Teknis

Pada dasarnya strategi merupakan pola atau rencana, yang mengintegrasikan tujuan-tujuan pokok suatu organisasi, kebijakan-kebijakan dan tahapan-tahapan kegiatan ke dalam suatu keseluruhan yang bersifat kohensif.⁷³

Berdasarkan hasil temuan dilapangan strategi yang dilakukan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember yaitu pelatihan dan bimtek (bimbingan teknis) dimana PLUT Jember mengadakan pelatihan dan bimtek secara berkala untuk membekali para pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan tentang marketing. pada saat pelatihan dan bimtek membahas berbagai topik seperti, strategi marketing digital, yaitu cara menggunakan media sosial, website, dan e-commerce untuk memasarkan produk. Kemudian branding,

⁷³ Aiman Anas Bobsaid, et al., "Pendampingan Strategi Pemasaran UMKM Desa Giripurno Melalui Digital Marketing", *Jurnal Ilmiah* Volume 8, No. 2 (Oktober 2022): 59, <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v8i2.14365>.

yaitu cara membangun merek yang kuat. Kemudian riset pasar, cara mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kemudian keterampilan komunikasi, yaitu cara berkomunikasi dengan pelanggan. Kemudian pengembangan produk, yaitu mengembangkan produk baru yang menarik bagi pelanggan.

c. Konsultasi

Konsultasi merupakan proses interaktif antara pendamping dan individu atau kelompok yang memberikan bimbingan, saran, dan solusi untuk membantu individu atau kelompok dalam mencapai tujuannya.

Hal ini sesuai dengan strategi yang dilakukan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember yaitu PLUT Jember juga menyediakan layanan konsultasi. Dimana konsultasi ini dapat dilakukan secara individual atau berkelompok. Dalam konsultasi ini para pelaku UMKM bisa langsung datang dan konsultasi di kantor PLUT, kemudian mendiskusikan masalah-masalah yang mereka hadapi dalam hal marketing dan konsultan membantu memberikan solusi dan saran yang sesuai dengan permasalahannya.

d. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi merupakan bagian penting dalam pelaksanaan program PLUT-KUMKM karena dapat memastikan bahwa program PLUT-KUMKM berjalan sesuai dengan rencana dan target yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan strategi yang dilakukan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember yaitu PLUT Jember juga melakukan monitoring dan evaluasi kepada pelaku UMKM guna memastikan program pendampingan tersebut efektif dan mencapai tujuan dan diharapkan dapat membantu UMKM di Kabupaten Jember untuk meningkatkan pemasaran produk mereka dan mencapai kesuksesan yang lebih besar. Hal ini sesuai dengan strategi yang dilakukan PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember.

e. Workshop

Berdasarkan hasil temuan dilapangan strategi yang dilakukan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember yaitu workshop dapat membantu pelaku UMKM mengembangkan usahanya seperti: cara memulai usaha, membuat laporan keuangan, cara memasarkan produk, cara menggunakan teknologi untuk meningkatkan penjualan, cara membuat legalitas usaha, cara mendapatkan izin usaha, dan cara mengembangkan produk baru.⁷⁴ Workshop di PLUT Kabupaten Jember adalah sumber daya yang berharga bagi pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya. Dengan mengikuti workshop ini, pelaku UMKM bisa mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka butuhkan untuk menjadi pengusaha yang sukses.

Pada strategi pendampingan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember bisa dikatakan sesuai dengan teori yang digunakan oleh

⁷⁴ Nurani, Eni Widhajati, "Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di PLUT KUMKM Tulungagung". *Jurnal Benefit* Vol. 6 No. 1, (Juli 2019), 62.

peneliti, bahwa strategi pendampingan PLUT Jember ini disesuaikan dengan strategi yang direncanakan..⁷⁵ Dimana strategi yang direncanakan adalah suatu proses yang digunakan untuk menentukan arah dan tujuan suatu organisasi atau individu.

Tidak ada syarat khusus untuk menjadi anggota binaan PLUT-KUMKM, asalkan mereka memiliki produk, memproduksi secara kontinu, serta menjaga kualitas produk. Ketika para pelaku UMKM sudah menjadi anggota binaan PLUT-KUMKM maka akan lebih mudah mendapatkan informasi baik berupa pelatihan dan pembinaan yang dilakukan oleh PLUT-KUMKM maupun informasi pasar. Dengan demikian program yang dilakukan oleh pemerintah sangat membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas UMKM.

2. Kendala Strategi Pendampingan PLUT Terhadap Pelaku UMKM di Kabupaten Jember

Pendampingan marketing adalah proses membantu UMKM atau pengusaha kecil dalam mengembangkan strategi dan menjalankan kegiatan marketing pelaku UMKM. Meskipun tujuannya mulia, proses ini tidak selalu mudah dan terdapat beberapa kendala yang bisa dihadapi.

⁷⁵ Rai Setiabudi, Strategi Pendampingan Sosial dan Kemitraan, Denpasar, 24 Mei 2017, <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=55c237fcfa2d3d06JmltdHM9MTY5OTQ4ODAwMCZpZ3VpZD0yNGVjYTJjYy0wYmQ1LTlwNTEtMTVjOS1iMzk3MGEyODYxODEmaW5zaWQ9NTI4Mg&ptn=3&hsh=3&fclid=24eca2cc-0bd5-6051-15c9-b3970a286181&psq=strategi+pendampingan+pdf&u=a1aHR0cHM6Ly9scHBtLnVudWQuYWMuYWQvaW1nL3VwbG9hZHMvUGFwYXJhbi1SYWktU2V0aWFidWRoaTEucGRm&ntb=1>

Pada tahap ini ada beberapa tantangan dan ancaman yang harus dihadapi oleh UMKM karena UMKM ini akan kurang efektif apabila tidak dihadapi, baik dalam pemasaran, produk, kualitas, dan pelayanan konsumen, terlebih di pemasaran yang harus mampu bersaing dengan yang lain, kendala utama yang dihadapi UMKM adalah kurangnya pengetahuan dan pemahaman mengenai pemasaran. Kebanyakan UMKM tidak mengetahui bagaimana cara memasarkan produk secara efektif dan efisien. Hal ini tentu membuat UMKM menjadi kalah bersaing, dampak dari ini bisa mengakibatkan turunnya permintaan produk dan tentunya kurangnya pelanggan karena sudah berpindah pada yang lain.⁷⁶

Berdasarkan hasil temuan dilapangan terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses pendampingan marketing diantaranya:

a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

PLUT di Kabupaten Jember seringkali memiliki jumlah staf yang terbatas dibandingkan dengan jumlah KUMKM yang membutuhkan layanan. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam melayani semua UMKM secara optimal, keterbatasan jumlah staf juga dapat menyebabkan penumpukan pekerjaan dan waktu tunggu yang lama bagi UMKM yang ingin mendapatkan layanan.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan terdapat kendala yang dihadapi dalam proses pendampingan marketing yaitu keterbatasan SDM dimana jumlah pendamping yang masih terbatas, sehingga

⁷⁶ Betty Eliya Rokhmah, Ismail Yahya, "Tantangan, Kendala, dan Kesiapan Pemasaran Online UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, kabupaten sukoharjo". *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf* Vol 1. No.1, 2020.

tidak sebanding dengan jumlah UMKM yang membutuhkan pendampingan. Kemudian keterampilan dan pengetahuan pendamping yang bervariasi, sehingga kualitas pendampingan tidak selalu merata.⁷⁷ Dan kurangnya pelatihan dan pengembangan berkelanjutan bagi pendamping marketing, sehingga mereka tidak selalu uptodate dengan tren dan perkembangan terbaru dalam marketing.

b. Keterbatasan Anggaran

Keterbatasan anggaran menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi oleh PLUT-KUMKM dalam menjalankan fungsinya sebagai fasilitator pengembangan UMKM sehingga PLUT tidak dapat menjangkau seluruh pelaku UMKM di wilayahnya karena keterbatasan sumber daya manusia dan dana untuk melakukan kegiatan pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan terdapat kendala yang dihadapi dalam proses pendampingan marketing yaitu keterbatasan anggaran Dimana anggaran yang disediakan untuk pendampingan masih terbatas, sehingga pendampingan yang diberikan tidak selalu optimal, dan juga kurangnya dana dalam kegiatan promosi dan edukasi pendampingan marketing bagi UMKM, sehingga UMKM tidak selalu mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

⁷⁷ Astrid Aprica Isabella, Pipit Novilasari Sanjaya, "Efektivitas Pendampingan Konsultan Pendamping UMKM Terhadap Kinerja UMKM: Studi Kasus Pada UMKM Kabupaten Mesuji". *Jurnal Manajemen* Vol. 16 No. 2, (November 2022), 279.

c. **Ketidakmampuan UMKM dalam Memahami Teknologi**

Banyak pelaku UMKM, terutama dari generasi yang lebih tua, tidak memiliki latar belakang pendidikan atau pengalaman dengan teknologi. Hal ini menyebabkan mereka kesulitan dalam memahami konsep dan aplikasi teknologi dalam bisnis mereka.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan terdapat kendala yang dihadapi dalam proses pendampingan marketing yaitu ketidakmampuan UMKM dalam memahami teknologi. Dimana banyak UMKM yang masih belum familiar dengan teknologi digital, sehingga mereka kesulitan untuk menerapkan strategi marketing digital. Kemudian kurangnya akses terhadap infrastruktur teknologi, seperti internet dan perangkat komputer, di beberapa daerah di Kabupaten Jember. Dan juga biaya teknologi yang mahal bagi beberapa UMKM, sehingga mereka tidak mampu untuk berinvestasi dalam teknologi marketing.

d. **Kurangnya Kesadaran dan Pemahaman Pelaku UMKM**

Berdasarkan hasil temuan dilapangan terdapat kendala yang dihadapi dalam proses pendampingan marketing yaitu kurangnya kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM, banyak pelaku UMKM di Jember yang belum menyadari pentingnya marketing dalam mengembangkan bisnisnya, kemudian kurangnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM tentang strategi marketing yang efektif,

dan ketidakmampuan pelaku UMKM untuk mengakses informasi dan pelatihan marketing yang berkualitas.

e. Kapasitas PLUT yang Terbatas

Karyawan di PLUT Jember masih terbatas, sehingga tidak dapat melayani semua pelaku UMKM yang membutuhkan pendampingan, kemudian keterbatasan sumber daya manusia di PLUT baik dari segi jumlah maupun kompetensi, dan kurangnya infrastruktur dan sarana prasarana yang memadai di PLUT Kabupaten Jember untuk mendukung kegiatan pendampingan, dan juga persaingan yang ketat di pasar, terutama dari pelaku usaha yang lebih besar dan sudah mapan. Hal tersebut sesuai dengan teori kendala yang dihadapi dalam pendampingan marketing PLUT-KUMKM terhadap pelaku UMKM di Kabupaten Jember.⁷⁸

Dengan mengatasi kendala pendampingan, proses pendampingan dapat berjalan dengan lebih efektif dan mencapai tujuan yang diharapkan.

3. Solusi atas Kendala Pendampingan PLUT Terhadap Pelaku UMKM di Kabupaten Jember

Pusat Layanan Usaha Terpadu adalah pusat pelayanan bagi pelaku UMKM yang bertujuan untuk memberikan dukungan dalam berbagai aspek, termasuk pemasaran. Pendampingan marketing PLUT dapat

⁷⁸ Mariatul Karimah, ” “Penerapan Strategi Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Meningkatkan Kualitas Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) di Kabupaten Tulungagung”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), 109-110.

memiliki dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Jember.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi hasil temuan dilapangan bahwasanya solusi dari kendala pendampingan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember adalah sebagai berikut:

a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Solusi dari kendala yang dihadapi oleh PLUT-KUMKM yaitu melakukan rekrutmen dan pelatihan pendamping baru dengan fokus pada keahlian marketing digital, kemudian meningkatkan kerjasama dengan pihak lain untuk membantu pendampingan UMKM, membentuk forum komunikasi dan kerjasama antar instansi terkait untuk saling berbagi informasi dan sumber daya dan melakukan pertemuan dan koordinasi antar instansi terkait secara berkala untuk menyusun program pengembangan UMKM yang terintegrasi.

b. Keterbatasan Anggaran

Solusi dalam mengatasi hal tersebut PLUT-KUMKM mengusahakan penambahan anggaran dari pemerintah daerah atau mencari sponsor dari pihak swasta, kemudian memanfaatkan teknologi yang tersedia secara gratis atau berbiaya rendah, seperti platform media sosial dan aplikasi online marketing dan melakukan kerjasama dengan pihak lain untuk berbagi sumber daya, seperti penyedia jasa internet dan pengembangan aplikasi.

c. Ketidakmampuan UMKM dalam Memahami Teknologi

Solusi dalam mengatasi hal tersebut melakukan pendampingan secara bertahap, dimulai dari materi paling dasar digital marketing hingga materi yang lebih lanjut serta menyediakan berbagai jenis pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, seperti pelatihan dasar penggunaan media sosial, pelatihan pembuatan website, dan pelatihan strategi marketing online, dan juga bisa membentuk kelompok-kelompok UMKM dengan Tingkat kemampuan yang sama, sehingga pendampingan dapat lebih fokus dan efektif.

d. Kurangnya Kesadaran dan Pemahaman Pelaku UMKM

Solusi yang digunakan oleh PLUT-KUMKM adalah melakukan sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya digital marketing kepada UMKM melalui berbagai media, seperti seminar, workshop, dan media massa dan juga memberikan contoh-contoh sukses UMKM yang telah berhasil menerapkan marketing digital dan membangun Kerjasama dengan influencer dan tokoh masyarakat untuk mempromosikan program pendampingan marketing PLUT-KUMKM.

e. Kapasitas PLUT yang Terbatas

Solusi yang digunakan oleh PLUT-KUMKM adalah memperkuat kapasitas PLUT dengan menambah jumlah sumber daya manusia, atau meningkatkan kompetensi staf dan menyediakan

infrastruktur yang memadai serta berikan pelatihan kepada staf PLUT untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam melayani dan memfasilitasi dengan efektif dan mengembangkan program pendampingan yang lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan spesifik dari setiap pelaku UMKM di Kabupaten Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V **PENUTUP**

A. Simpulan

Dari uraian yang telah penulis paparkan, maka terdapat beberapa kesimpulan yang diambil sebagai jawaban atas masalah yang telah dirumuskan sebagai berikut:

1. Strategi Pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember terdapat beberapa strategi diantaranya: Pendampingan Individual, Pelatihan dan Bimbingan Teknis, Konsultasi, Monitoring dan Evaluasi, dan Workshop. Dengan adanya strategi pendampingan marketing PLUT dapat membantu pelaku UMKM di Kabupaten Jember untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka.
2. Kendala dalam pendampingan marketing PLUT terhadap pelaku UMKM di Kabupaten Jember bisa meliputi: Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), Keterbatasan Anggaran, Ketidakmampuan UMKM dalam Memahami Teknologi, Kurangnya Kesadaran dan Pemahaman Pelaku UMKM, dan Kapasitas PLUT yang Terbatas.
3. Solusi dalam mengatasi kendala dalam pendampingan marketing PLUT meliputi: melakukan rekrutmen dan pelatihan pendampingan, menambah anggaran dengan bekerja sama, melakukan pendampingan secara bertahap, membentuk forum komunikasi antar pelaku UMKM, dan menyediakan infrastruktur yang memadai.

B. Saran

1. Bagi PLUT disarankan penelitian ini dapat menjadi masukan yang bermanfaat dalam proses pendampingan marketing pelaku UMKM di Kabupaten Jember untuk lebih baik lagi. Seperti, PLUT bisa lebih berperan aktif lagi dalam melakukan pendampingan UMKM agar setiap permasalahan yang dihadapi UMKM bisa teratasi secara cepat dan tepat.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti bidang lain seperti: bidang SDM, Kelembagaan, dan Pembiayaan yang belum diteliti. Agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas terhadap masalah yang diteliti.
3. Bagi UMKM disarankan agar lebih memahami mengenai strategi, kendala, dan dampak dalam pendampingan marketing, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan para pelaku UMKM.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Binti Nur, dkk. "Peran PLUT-UMKM dalam Proses Pendampingan dan Kerjasama Permodalan UMKM di Kabupaten Tulungagung." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 5 No. 1, (Mei 2023): 117.
- Amtai Alasan, *Motode Penelitian Kualitatif*, Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021.
- Anwar, Rahayu Rezeki. "Peran Lembaga Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Aceh Besar dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat (Studi pada Kelompok Usaha Kerajinan Rotan di Gampong Lamgaboh Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar)", Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, 2020.
- Alimin Erina, *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)* (NusaTenggara Barat: SEVAL, 2022), 65.
- Eliya Betty Rokhmah, Ismail Yahya, "Tantangan, Kendala, dan Kesiapan Pemasaran Online UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, kabupaten sukoharjo". *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf* Vol 1. No.1, 2020.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-quran dan Terjemahan*. Semarang: Toha Putra, 1989.
- Departemen Sosial RI, *Rencana Strategis Penanggulangan Kemiskinan (Program Pemberdayaan Fakir Miskin Tahun 2006-2010)*, Jakarta: Departemen Sosial RI, 2005.
- Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Hendrayani, Eka, Wahyunita Sitinjak, et al., *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 114-119, https://www.researchgate.net/profile/Aditya-Wardhana/publication/354233995_Konsep_Bauran_Pemasaran_4P_dan_7P/links/612d812cc69a4e48796be143/Konsep-Bauran-Pemasaran-4P-dan-7P.pdf .
- Isabella, Astrid Aprica Pipit Novilasari Sanjaya, "Efektivitas Pendampingan Konsultan Pendamping UMKM Terhadap Kinerja UMKM: Studi Kasus Pada UMKM Kabupaten Mesuji". *Jurnal Manajemen* Vol. 16 No. 2, (November 2022), 279, <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/1072>.

- Lestari, Niken dkk, "Pendampingan Wirausaha Pac Anzor dan Fatayat Kecamatan Kebumen dalam Pengembangan Produk Bisnis Melalui PLUT-KUMKM". *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2 No. 1, 2023, 54, <http://pakisjournal.com/index.php/mestaka/article/download/22/8>.
- Hidayatullah, M.F, et al., "Strategi Digital Marketing dengan Instagram dan Tiktok pada Butik Dot.Id," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 10 no. 1 (2023): 130, <http://dx.doi.org/10.30829/hf.v10i1.15161>.
- Hidayatullah, M.F, et al., "Strategi Pemasaran Produk Mitraguna di Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Ekonomi, kenangan dan Bisnis Syariah*, Vol. 6 No. 2 (2024): 2837, DOI: 10.47467/alkharaj.v6i2.4123.
- Hidayatullah, M.F, dkk, "Strategi Literasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kabupaten Jember", *Journal of Sharia Management and Business* Vol.3 No.2 Oktober 2023.
- Ma'rifah, Ulfi Nur. "Strategi Pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Sulawesi Tenggara". Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari 2020.
- Maya Sartika, "Pengaruh Pelatihan, Pendidikan, dan Pendampingan Terhadap Pendapatan UMKM pada UPT PLUT KUMKM Provinsi Sulawesi Selatan (Studi Pada UMKM di Kota Makassar)". Skripsi, STIE NOBEL Indonesia Makassar, 2019.
- Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya, Unitomo Press, 2019), 4, [http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN.pdf).
- Mubasit, *Manajemen Pemasaran*, (Lampung: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampong, 2012, [Buku Manajemen pemasaran.pdf \(radenintan.ac.id\)](http://radenintan.ac.id).
- Nurani, Eni Widhajati, "Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di PLUT KUMKM Tulungagung". *Jurnal Benefit* Vol. 6 No.1, (Juli 2019), 62, <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/download/267/247>.
- Rahmiyanti, Desi, Deanita Sari, "Pengaruh Pelatihan, Pendampingan, dan Pembinaan PLUT-KUMKM Kota Kupang Terhadap Peningkatan UMKM". *E Journal* Vol. 18 No. 1, (Juni 2022), 151, <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/view/2366>.
- Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communications* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), 3,

Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus - Freddy Rangkuti - Google Buku.

- Rifai, Muhtar, Kasih Prihantoro, and Panji Suwarno. "Peran Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah (PLUT KUMKM) Kabupaten Tulungagung dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat." *Jurnal Cafeteria*, Vol. 3 No. 1, 2022: 36, https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pusat+usaha+layanan+terpadu+koperasi+usaha+mikro+kecil+menengah+&btnG=d=gs_qabs&t=1699542588920&u=%23p%3DB-YF9HQkYGIJ.
- Sarfiah, Sudati Nur, Hanung Eka Atmaja, and Dian Verawati. "UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa." *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* Vol. 4 No. 2, 2019: 138, <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/REP/article/view/1952> diakses 11 Agustus 2020/0.
- Sari, Fifian Permata, Melifia Liantifa, Muzayyah Yuliasih, Dkk. *Strategi Pengembangan dan Pemasaran UMKM: Teori & Studi Kasus*, Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023,
- Setiabudi, Rai, *Strategi Pendampingan Sosial dan Kemitraan*, Denpasar, 24 Mei 2017,
- Subali, Stefanus Budy Widjaja, et al., *Modul Pendampingan UMKM Terstruktur: Menyiapkan UMKM Naik Kelas*, Surabaya: Direktorat Penerbitan Dan Publikasi Ilmiah Universitas Surabaya, 2023, <http://repository.ubaya.ac.id/id/eprint/43521>.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta Bandung, 2013.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2023.
- Suharto, Edi, *pekerjaan sosial di dunia industri memperkuat CSR* (Bandung: Alfabeta, 2009), 140, [Pekerjaan sosial di dunia industri : memperkuat CSR \(corporate sosial responsibility\) / Edi Suharto | OPAC Perpustakaan Nasional RI. \(perpusnas.go.id\)](#).
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2020), 46.
- Umar, Husen *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Widhajati, Eni, Nurani, dkk, "Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm di PLUT KUMKM

Tulungagung”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1 No. 1, (April 2021), 45, <https://doi.org/10.36563/pengabdian.v1i1.260>.

Wulandari, Ria “Optimalisasi Pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT-UMKM) Lampung Dalam Meningkatkan Produktivitas UMKM Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.” Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2021.

Zaenudin, Ahmad. “Strategi Pendampingan PLUT-KUMKM dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pelaku UMKM dari Dampak Covid-19 di Kabupaten Cianjur.” Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, 2020.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 1 Matrik Penelitian

MATRIK PENELITIAN

Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Pendampingan Marketing oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) di Kabupaten Jember	1. Strategi Pendampingan Marketing	1. Mengimplementasikan strategi pendampingan marketing	1. Informan: a. Konsultan Bidang Pemasaran b. Konsultan Bidang Produksi c. Pelaku UMKM Binaan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember	1. Pendekatan dan Jenis Penelitian a. Pendekatan Kualitatif b. Jenis Penelitian Deskriptif 2. Lokasi Penelitian PLUT-KUMKM Kabupaten Jember 3. Teknik Pengumpulan Data a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Analisis Data a. Deskriptif 5. Keabsahan Data a. Triangulasi	1. Apa Strategi Pendampingan yang dilakukan oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember? 2. Apa yang menjadi kendala Pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember? 3. Apa solusi atas kendala strategi Pendampingan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vera Susanti
NIM : 201105020015
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul "*Strategi Pendampingan Marketing oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) di Kabupaten Jember*" ini adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 24 April 2024



Vera Susanti

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

1. Gambaran Umum PLUT
 - a. Bagaimana sejarah singkat berdirinya PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember ?
 - b. Bagaimana Struktur Organisasi yang ada di PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember?
 - c. Apa Visi Misi PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember ?
2. Pertanyaan Terkait Fokus Penelitian
 - a. Bagaimana strategi pendampingan marketing PLUT terhadap Pelaku UMKM di Kabupaten Jember ?
 - b. Apa saja indikator yang digunakan dalam strategi pendampingan yang dilakukan oleh PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember ?
 - c. Bagaimana hasil dari adanya strategi pendampingan tersebut ?
 - d. Seperti apa konsep strategi yang dilakukan oleh PLUT-KUMKM terhadap UMKM di Kabupaten Jember ?
 - e. Apa saja kendala pendampingan marketing PLUT terhadap pelaku UMKM di Kabupaten Jember?
 - f. Berikan contoh konkret adanya kendala yang dihadapi UMKM binaan ?
 - g. Apa saja faktor yang menyebabkan munculnya kendala-kendala tersebut ?
 - h. Bagaimana solusi dari kendala pendampingan marketing PLUT terhadap pelaku UMKM di Kabupaten Jember ?
 - i. Upaya apa yang dilakukan dalam menyelesaikan kendala tersebut ?

3. Pertanyaan Terkait UMKM binaan PLUT-KUMKM di Kabupaten Jember
 - a. Dengan adanya strategi pendampingan apakah membantu UMKM dalam meningkatkan kinerja marketingnya ?
 - b. Apa saja manfaat pendampingan yang diterima adanya PLUT-KUMKM ?
 - c. Apa hasil yang diperoleh setelah selesai melakukan pendampingan ?
 - d. Apakah PLUT sangat membantu terkait permasalahan para pelaku UMKM ?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos. 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-64 /Un 22/7 a/PP.00 9/02/2024
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

06 Februari 2024

Kepada Yth.

Pimpinan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember

Jl. Karimata No. 115, Gumuk Kerang, Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember
Jawa Timur 68128

Disampaikan dengan hormat, bahwa dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mahasiswa berikut :

Nama : Vera Susanti
NIM : 201105020015
Semester : VIII (Delapan)
Prodi : Ekonomi Syariah

Untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "Strategi Pendampingan Marketing oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) di Kabupaten Jember" di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenannya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


Nurul Widyawati Islami Rahayu





PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO

Jl. Karimata No. 115 Telp/Fax. (0331) 336101 JEMBER - 68121
Website : <https://www.diskopum.jemberkab.go.id> Email : diskopum@jemberkab.go.id

Jember, Maret 2024

Nomor : 518 / 181 / 324 / 2024
Sifat : Penting
Lampiran : -
Perihal : Selesai Penelitian terkait Strategi
Pendampingan Marketing.

K e p a d a
Yth. Sdr.....
Kabupaten Jember
di -
 J E M B E R .

Menindak lanjuti surat rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Jember Nomor : 074/ 0550 /415/ 2024 tanggal, 07 Februari 2024 tentang Surat Rekomendasi Ijin Penelitian atas nama :

N A M A : VERA SUSANTI
NIM : 201105020015
Instansi/Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Penelitian : “ Strategi Pendampingan Marketing oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah(PLUT-KUKM) di Kabupaten - Jember.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAL HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Telah melaksanakan Penelitian di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro pada tanggal, 07 Maret 2024 dengan baik.

Demikian disampaikan terima kasih

An. KEPALA DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO
KABUPATEN JEMBER

Sekretaris

NANIK INDAH RUPIARI, SH, M.Si

Pembina Tingkat I

NIP. 19680322 199403 2 010

JURNAL PENELITIAN

No	Tanggal	Kegiatan	Nama	Paraf
1.	06/02/2024	Menyerahkan surat izin ke Bakesbangpol	Drs. Sigit Akbari, Msi.	
2.	29/02/2024	Penyerahan surat izin penelitian ke Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember	Aditya Widjaya	
3.	18/03/2024	Wawancara dengan konsultan bidang pemasaran	Gandi Prastyawan	
4.	19/03/2024	Wawancara dengan konsultan bidang produksi	Aries Nugroho	
5.	20/03/2024	Wawancara dengan pelaku UMKM binaan PLUT-KUMKM Jember	Lidya	
6.	26/03/2024	Wawancara dengan pelaku UMKM binaan PLUT-KUMKM Jember	Rufiatin	
7.	29/03/2024	Penelitian selesai	Nur Kholik	

DOKUMENTASI



Kantor PLUT-KUMKM Kabupaten Jember



Produk UMKM Binaan PLUT-KUMKM Kabupaten Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E B E P



Wawancara dengan Bapak Gandi selaku Konsultan Bidang Pemasaran
PLUT-KUMKM Kabupaten Jember



Wawancara dengan Bapak Aries selaku Konsultan Bidang Pemasaran
PLUT-KUMKM Kabupaten Jember



Wawancara dengan Ibu Lidya Pelaku UMKM Binaan
PLUT-KUMKM Kabupaten Jember



Wawancara dengan Ibu Rufiatin Pelaku UMKM Binaan
PLUT-KUMKM Kabupaten Jember



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Vera Susanti
NIM : 201105020015
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pendampingan Marketing oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) di Kabupaten Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 15 Mei 2024

Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Luluk Musfiroh





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>




SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Vera Susanti
NIM : 201105020015
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 3 Mei 2024
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


Sofiah, M.E

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : Vera Susanti
NIM : 201105020015
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 29 Oktober 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Krajan, RT/RW 008/004, Kedungrejoso,
Kotaanyar, Probolinggo
Email : ferasusanti29.14@gmail.com
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

RIWAYAT PENDIDIKAN

- TK Raisul Anwar : 2006-2008
- MI Raisul Anwar : 2008-2014
- MTs Pandean : 2014-2017
- MA Arriyadlah : 2017-2020
- Universitas Islam Negeri Kiai Acmad Siddiq Jember : 2020-selesai