

Monograf

MANAJEMEN PEMASARAN

KERAJINAN

PURUN

SEBAGAI KHAS DAERAH

Dwi Mirani, SIP., M.Si. | Dra Martina, M.Si.
Aulia Utami Putri, S.IP. M.Si | Junaidi, S.IP. M.Si.

Monograf
Manajemen Pemasaran
Kerajinan Purun sebagai Khas Daerah

Monograf

Manajemen Pemasaran

Kerajinan Purun sebagai Khas Daerah

Dwi Mirani, SIP., M.Si.
Dra Martina, M.Si.
Aulia Utami Putri, S.IP. M.Si
Junaidi, S.IP. M.Si.



Monograf

Manajemen Pemasaran

Kerajinan Purun sebagai Khas Daerah

© Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI)

Penulis:

Dwi Mirani, SIP., M.Si.

Dra Martina, M.Si.

Aulia Utami Putri, S.IP. M.Si

Junaidi, S.IP. M.Si.

Editor: Rusli

Cetakan Pertama: November 2022

Cover: Tim Penyusun

Tata Letak: Tim Kreatif PRCI

Hak Cipta 2022, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia

ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151

Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website: www.rcipress.rcipublisher.org

E-mail: rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2022 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia

All Right Reserved

- Cet. I –: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022

Dimensi : 14,8 x 21 cm

ISBN: 978-623-448-291-1

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang

Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum.wr.wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga dapat menyelesaikan monograf dengan judul “Manajemen Pemasaran : Kerajinan Purun Sebagai Khas Daerah”. Monograf ini berisi cara meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengrajin Purun Tikus dalam menyusun segmenting, targeting, positioning; dapat mendiferensiasikan produk; dapat melakukan selling skills; dapat memilih strategi membangun merk/brand image; dapat memberikan pelayanan prima dan menangani keluhan pelanggan; dapat menyalurkan distribusi pemasaran produk.

Penulis berharap semoga monograf ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Namun tidak ada manusia yang sempurna kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menjadikan monograf ini lebih baik.

Wassalamualaikum.wr.wb

Palembang, 1 November 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I KONSEP MANJEMEN PEMASARAN.....	1
A. Pengertian Kerajinan Purun.....	1
B. Lingkup Permasalahan Manajemen Pemasaran.....	6
BAB II KEWIRAUSAHAAN.....	13
A. Kewirausahaan.....	13
B. Pemberdayaan Masyarakat.....	15
C. Pelatihan dan Pendampingan	22
D. Manajemen Pemasaran.....	24
BAB III PENGANTAR PENTINGNYA PEMAHAMAN MANAJEMEN PEMASARAN	27
A. Pendahuluan dan pemecahan masalah	27
BAB IV PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN	30
A. Analisis Deskriptif.....	30
B. Penyuluhan Kreativitas, Inovasi, danTransformasi Digital UMKM.....	31
C. Inovasi UMKM Kerajinan Purun.....	32
D. Strategi Pemasaran Purun.....	33

E. Strategi Peningkatan Inovasi dan Transformasi Digital UMKM Kerajinan Purun Di Desa Tanjung Atap	35
F. Kesimpulan	36
DAFTAR PUSTAKA	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Permasalahan Manajemen Pemasaran Pengrajin Purun di Desa Tanjung Atap.....	7
Tabel 2. Peserta Pelatihan, Jumlah dan Topik Pelatihan	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hasil produksi olahan tanaman purun di Desa Tanjung Atap.....	4
Gambar 2. Kerangka Pemecahan Masalah.....	12

BAB I

KONSEP MANJEMEN PEMASARAN

A. Pengertian Kerajinan Purun

Indonesia menjadi salah satu negara yang berpartisipasi dalam agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang disahkan di markas PBB (Sekar Panuluh & Fitri, 2015). Tujuan Pembangunan Berkelanjutan ini memiliki total 17 tujuan yang dapat dicapai salah satunya dengan pengelolaan Sumber Daya Alam di berbagai daerah di Indonesia yang sangat melimpah sebagai salahsatu upaya pembangunan ekonomi daerah (Marhaet al., 2022).

Dalam praktiknya di Indonesia, setiap daerahdapat mengelola Sumber Daya Alamnya sendiri melalui kebijakan desentralisasi. Masyarakat daerah berperan penting dalam pengelolaan Sumber Daya Alam agar dapat menjadi sesuatu yang menghasilkan (Laura et al., 2018). Salah satu yang dilakukan masyarakat adalah denganmemiliki Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai bentuk kewirausahaan yang dapat menjadi potensi besar dalam mewujudkan pembangunan ekonomi (Suhanto & Abidin, 2021).Maka dari

itu, dalam berwirausaha, masyarakat perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen pemasaran terutama dengan pemanfaatan teknologi digital agar pendapatan yang didapatkan mencapai hasil yang maksimal (Bakhri & Futiah, 2020).

Strategi pengembangan agar kerajinan tenun Purun menjadi produk unggulan dan dapat bersaing di pasar adalah dengan strategi insentif yaitu strategi penetrasi pasar, strategi penguatan usaha dan strategi pengembangan produk (Ernawati,2021). kerajinan dari anyaman memiliki peluang yang cukup besar untuk terus berkembang dengan adanya pembinaan secara intensif dan berkelanjutan. Peran peningkatan Sumber Daya Manusia, memanfaatkan teknologi, akses keuangan dan permodalan, akses pemasaran, akses informasi, dan manajemen. Peranan pemerintah daerah dengan memberikan bimbingan/pelatihan serta menyelenggarakan pameran/expo dan fasilitas lain terbukti mampu meningkatkan daya saing industri kerajinan anyaman secara signifikan (Dewi,2018).

Kegiatan pengabdian masyarakat program perkuliahan desa ini bekerja sama dengan dua mitra yaitu Pengrajin purun dan Hipmikindo DPCOGan Ilir yang berlokasi di Desa Tanjung Atap Kabupaten Ogan Ilir.

Kabupaten Ogan Ilir (OI) memang memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan kabupaten lainnya yaitu terkenal dengan daerah pengrajin. Banyak produk yang sudah dihasilkan di Kabupaten Ogan Ilir misalnya pengrajin kayu, batu, emas, besi atau pun aluminium, kerajinan purun, kemplang, pindang, dan makanan khas lainnya. Salah satu desa yang memiliki potensi pengembangan usaha di Kabupaten Ogan Ilir yaitu Desa Tanjung Atap. Desa ini memiliki tanaman purun yang tumbuh liar sehingga masyarakat di desa memanfaatkan tanaman tersebut sebagai mata pencarian. Desa Tanjung Atap memiliki ciri khas yaitu dapat mengelola tanaman purun menjadi tikar, tas, sandal dll. Meskipun desa ini terlihat memiliki prospek yang cukup menjanjikan di masa yang akan datang melihat dari berbagai kearifan lokal yang dimilikinya, namun hal ini tidak diiringi dengan perkembangan teknologi yang ada. Hal ini dapat terjadi dikarenakan kurangnya media sosialisasi dan pengenalan dari komunitas lokal, sehingga kurang dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

Purun tikus adalah salah satu tumbuhan liar yang banyak terdapat di lahan rawa pasang surut sulfat masam (Asikin & Thamrin, 2012). Sebagai tumbuhan liar dan tumbuh subur di Desa Tanjung Atap tanaman ini menjadi bermanfaat dan dapat

diolah menjadi barang yang bernilai guna setelah dikelola oleh para pengrajin purun di Desa Tanjung Atap. Tanaman purun dapat dikelola menjadi tas, dompet, sendal, tikar dan sebagainya. Berdasarkan hasil observasi awal terdapat 18 kelompok pengrajin purun dan menghasilkan 20-25 produk dalam satu kali produksi. Berikut merupakan hasil produk olahan tanaman purun di Desa Tanjung atas :



Gambar 1. Hasil produksi olahan tanaman purun di Desa Tanjung Atap

Berdasarkan gambar 1 tersebut tingginya kreativitas

masyarakat dalam mengelola tanaman purun sehingga menjadi produk yang bisa dijual dan memiliki daya guna. Namun dalam proses penjualan terdapat berbagai kendala yang dihadapi pengrajin purun. Pertama dalam melakukan kegiatan produksi, kendala yang sering dihadapi oleh komunitas pengrajin ini adalah kekurangan jumlah mesin jahit, sehingga beberapa diantaranya terpaksa harus meminjam mesin jahit pribadi anggota lain.

Kedua, pemasaran produk yang dibuat pun terkesan monoton yakni, hanya mengandalkan kunjungan wisatawan ataupun request yang dipesan oleh orang-orang, yang tentunya tidak memiliki jumlah pasti setiap harinya. Mereka juga belum mencoba memasarkan produk mereka melalui *platform e-commerce* seperti Shopee, Marketplace Facebook, Tokopedia, dsb. Sehingga membuat pemasukan mereka menurun drastis semenjak datangnya pandemi,

Ketiga, karena masih kurangnya kesadaran akan perlunya digitalisasi seperti saat ini, yang disini juga ada faktor penghambat lainnya yaitu masih rendahnya pengetahuan masyarakat tentang pemanfaatan teknologi dan informasi. Karena secara sosial, selain bekerja di sektor wisata, rata-rata penduduk setempat juga berprofesi sebagai nelayan dan petani, yang mana pekerjaan mereka memang tidak terlalu

berkaitan dengan teknologi, melainkan justru cenderung masih sangat bergantung dengan kekayaan alam sekitar.

Keempat, modal untuk sekali produksi perbulannya bisa berkisar satu juta rupiah dalam satu bulannya, untuk membeli alat dan bahan, seperti lem, kain, pernak-pernik dan busa. Biaya tambahan pun terpaksa dikeluarkan untuk membeli bahan baku utamanya, yaitu rumput purun itu sendiri, kelebihan rumput purun yang dibeli dibandingkan dengan mencari rumput purun secara mandiri adalah rumput purun yang dibeli telah menjalani proses pengeringan atau dengan kata lain sudah siap untuk diproses. Jika mempertimbangkan dengan jumlah 4 pekerja dan lamanya waktu pengeringan yaitu memakan waktu sekitar 2 minggu, oleh sebab itu mereka lebih memilih untuk membeli rumput purun yang sudah jadi. Proses pembuatan yang diperlukan untuk membuat produk pun menghabiskan waktu yang tidak sebentar, yaitu 3 hari. Pada hari pertama pengerjaan difokuskan pada pembuatan pola, penempelan, dan pemotongan kain yang selanjutnya akan dijahit di hari kedua, pada proses menjahit ini para pengrajin harus memakan waktu selama satu hari juga dikarenakan kurangnya ketersediaan mesin jahit. Kemudian, di hari ketiga mereka akan menjahit secara manual.

B. Lingkup Permasalahan Manajemen Pemasaran

Berdasarkan analisis situasi di atas, terlihat bahwa Desa Tanjung Atap sebenarnya memiliki potensi dalam bidang kewirausahaan. Hal ini terlihat dari adanya UMKM yang berpotensi untuk berkembang di daerah tersebut, yaitu UMKM penghasil kerajinan yang terbuat dari purun. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa terdapat beberapa hambatan dan permasalahan yang terjadi dalam pengelolaan prosesnya sehingga masyarakat yang berwirausaha menjadi sulit untuk berkembang. Adapun permasalahan-permasalahan pengrajin purun di Desa Tanjung Atap, sebagai berikut:

Tabel 1. Permasalahan Manajemen Pemasaran Pengrajin Purun di Desa Tanjung Atap

Permasalahan	Penjelasan
Belum ada Segmenting, Targeting, Positioning dalam penjualan	Penjualan hanya berfokus kepada wisatawan yang datang
Perlu Membangun Diferensiasi	Tidak ada modifikasi produk agar lebih menarik

Belum memiliki Selling Skills	Berjualan hanya menawarkan barang dagangan tanpa ada selling skills yang digunakan
Tidak mengetahui Strategi membangun Merk atau Brand	Masih belum ada merk atau brand terhadap produk yang diproduksi
Kurang mengembangkan saluran distribusi pemasaran	Belum ada penyaluran produk ke market place ataupun ke pasar swalayan dan sebagainya hanya melakukan penjualan di desa tersebut

Berdasarkan penjabaran masalah-masalah yang dihadapi oleh pengrajin purun Desa Tanjung Atap di atas, terlihat bahwa sebenarnya desa tersebut memiliki potensi yang besar bahkan bisa hingga ekspor kerajinan purun. Dari sini, terlihat bahwa pengrajin purun di Desa Tanjung Atap tersebut membutuhkan pendampingan mengenai Manajemen Pemasaran agar dapat memaksimalkan potensi yang ada untuk membuat produknya sendiri. UMKM yang akan menjadi sasaran dalam kegiatan pengabdian pendampingan manajemen pemasaran ini ialah Pengrajin Purun di Desa Tanjung Atap Kabupaten Ogan Ilir,

Sumatera Selatan. Adapun solusi yang dapat diberikan dari permasalahan tersebut yaitu:

1. tentang segmenting,targeting,positioning;
2. Pendampingan membangun diferensiasiproduk;
3. Pelatihan selling skills;
4. Pelatihan dan pendampingan strategi membangun merk/brand;
5. Pelatihan memberikan pelayanan prima dan menangani keluhan pelanggan;
6. Pelatihan dan pendampingan distribusipemasaran.

Berdasarkan paparan analisis situasi dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, salah satu mata kuliah yang relevan dengan kegiatan pengabdian masyarakat ini ialah mata kuliah Kewirausahaan. Mata kuliah Kewirausahaan merupakan mata kuliah wajib kurikulum Jurusan Ilmu Administrasi Publik. Mata kuliah ini menjelaskan Mata kuliah kewirausahaan mengajarkan bagaimana menjadi wirausahawan yang memiliki ide atau gagasan usaha menjadi suatu lapangan usaha dan dengan memahami situasi dan kondisi yang terjadi disekitar dapat mencetak wirausahawan yang sukses dan dapat menciptakan lapangan kerja bagiorang lain. Mata kuliah tersebut juga merupakan implementasi dari berbagai teori yang diajarkan dalam kewirausahaan sehingga mahasiswa diharapkan dapat menjadi wirausahawan baru

yang memiliki ide dan implementasi mengenai lapangan usaha baru yang dapat memajukan perekonomian pribadi, perusahaan, agama, dan negara.

Dengan adanya pembelajaran mata kuliah ini diharapkan mahasiswa mempunyai kemampuan menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan/atau teknologi sesuai dengan bidang keahliannya. Mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan, teknologi atau seni sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah untuk menghasilkan solusi, gagasan, desain, atau kritik di bidang kewirausahaan. Mahasiswa dapat merancang strategi bauran pemasaran dan dapat membuat segmen dan menentukan target pasar, Mahasiswa secara lancar dan tepat dapat memberikan keunggulan bersaing dan menjadikannya kreatifitas sebagai pola hidup.

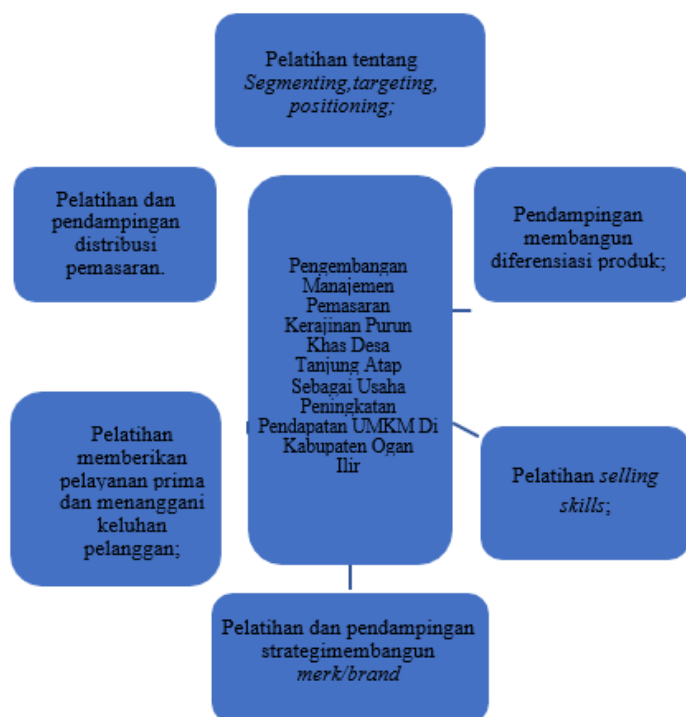
Kebijakan pemerintah yang membahas tentang kewirausahaan sudah dimulai sejak tahun 1995 dan terus berkembang hingga saat ini. Pada awal kebijakan tersebut Presiden RI saat itu menginstruksikan kepada seluruh masyarakat dan bangsa Indonesia untuk mengembangkan program-program kewirausahaan. kemudian gerakan

pendidikan kewirausahaan sudah mulai dibuat program dan kegiatan oleh berbagai organisasi, baik organisasi bidang pendidikan dasar, menengah dan pendidikan tinggi, serta organisasi pemerintah dan swasta. Diharapkan budaya kewirausahaan dapat menjadi bagian etos kerja masyarakat dan bangsa Indonesia, yang pada akhirnya dapat dilahirkan wirausaha-wirausaha muda, baru yang handal, tangguh dan mandiri. Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi sejak tahun 1997 sudah dibuat oleh Pendidikan Tinggi, Semua kebijakan tersebut dilaksanakan dalam upaya meningkatkan kualitas lulusan pendidikan tinggi dengan mengimplementasikan kemampuan, keahlian, sikap tanggungjawab, membangun kerjasama tim maupun mengembangkan kemandirian dan mengembangkan usaha melalui kegiatan yang kreatif dalam bidang ilmu yang ditekuni. Hal ini sejalan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 17 tahun 2010 yang menyatakan bahwa tujuan pendidikan tinggi antara lain adalah membentuk insan yang kritis, kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri dan berjiwa wirausaha.

Pengabdian ini akan mengajak mahasiswa untuk melihat dan menerapkan nilai-nilai kewirausahaan sehingga mahasiswa akan mampu mempersiapkan diri untuk menghadapi perkembangan perekonomian di Indonesia yang akan dimulai dengan membantu memberikan pelatihan dan pendampingan

kepada masyarakat desa agar dapat menjadi wirausaha yang mandiri sehingga para UMKM akan mencapai tingkat kesejahteraan.

Berikut adalah kerangka pemecahan masalah Manajemen Permasalahan:



Gambar 2. Kerangka Pemecahan Masalah

BAB II

KEWIRAUSAHAAN

A. Kewirausahaan

Drucker (dalam Hidayat, 2020) menyatakan bahwasanya kewirausahaan merupakan kemampuan untuk membuat terobosan baru yang mempunyai perbedaan dari yang sebelumnya. Artinya kewirausahaan menjadi proses dalam membuat sesuatu dengan kreatif, inovatif, serta memiliki tanggung jawab terhadap risiko, serta merupakan inovator yang memiliki khas terhadap sesuatu yang diciptakannya.

Kewirausahaan menurut pandangan Salim Siagian (dalam Hasni, 2018) didefinisikan sebagai semangat dan keahlian dalam berkontribusi sehingga mendapat suatu keuntungan dan mampu memberikan pelayanan dengan baik kepada masyarakat, melalui hal yang dilakukan agar dapat menambah pelanggan, mengembangkan produk yang bermanfaat, dan melaksanakan proses kerja yang efisien dengan kreativitas, inovatif, serta kemampuan dalam manajemen.

Definisi lainnya dinyatakan oleh Hisrich (Suryana, 2003) menyebutkan kewirausahaan sebagai proses dalam

merancang hal yang berbeda agar membentuk suatu nilai dengan memberikan usaha dan waktu yang diiringi dengan menggunakan uang, fisik, risiko sehingga mendapatkan hasil balas jasa yang berbentuk uang, rasa puas, dan kebebasan pribadi. Sementara itu, kewirausahaan dimaknai sebagai *value* yang dibutuhkan agar bisa membangun dan melakukan pengembangan terhadap usaha, maka kewirausahaan memiliki orientasi dalam sikap mental seorang wirausahaan untuk melakukan usaha (Prawirakusumo, 2010).

Zimmerer (dalam Saragih, 2017) memberikan pandangan bahwa kegiatan kewirausahaan memberikan dampak positif berupa:

1. Kesempatan untuk mengatur arah nasib diri sendiri;
2. Memberikan kesempatan untuk melakukan suatu perubahan dengan tujuan mendapatkan kehidupan dengan mutu yang berkualitas;
3. Memberikan kesempatan meraih kapasitas diri sepenuhnya;
4. Memberikan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin;
5. Memberikan kesempatan bertindak aktif pada lingkungan sekitar dan memperoleh label atas usaha yang dijalankannya;
6. Memberikan kesempatan dalam melaksanakan

kegiatan dan memunculkan perasaan gembira ketika menjalankan usaha.

Dari manfaat kewirausahaan di atas, Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM merupakan bagian dari kewirausahaan yang menjadi isu strategis yang berpotensi didirikan dengan modal yang kecil serta tanpa pendidikan formal tertentu. Hal tersebut dapat menggerakkan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum serta dapat meningkatkan penghasilan oleh sejumlah masyarakat di Indonesia (Hastuti et al., 2020). Masyarakat desa merupakan penduduk yang dapat mendirikan UMKM. Namun, diperlukan penguatan melalui pemberdayaan sebab jika tidak diberdayakan inovasi dan metode pelaksanaan UMKM akan ketinggalan zaman dan penghasilan yang didapatkan kemungkinan tidak maksimal (Sarfiyah et al., 2019)

B. Pemberdayaan Masyarakat

Secara etimologis, pemberdayaan dalam bahasa Inggris disebut dengan *empowerment*. Merujuk pada Webster's New World Dictionary, *empowerment*, berasal dari kata kerja *empower*, berarti *giving power* atau *authority to, giving ability to, or enable*. Jadi berdasarkan asal-usul katanya, secara umum, pemberdayaan adalah satu pihak memberikan kekuasaan atau

wewenang, atau member kemampuan kepada pihak lain sehingga pihak lain tersebut menjadi berdaya.

Pada dasarnya, pemberdayaan adalah serangkaian usaha yang dilakukan meningkatkan kemampuan, pengembangan, dan kemandirian agar dapat berbuat lebih banyak dan lebih baik lagi terhadap lingkungan demi keadaan yang lebih baik. Pemberdayaan dapat dilakukan, baik terhadap diri sendiri maupun pihak lain. Jadi ia mencakup lingkungan internal maupun eksternal.

Dalam bukunya, Harry Hikmat (2006), mengutip beberapa definisi pemberdayaan menurut beberapa penulis. Definisi-definisi tersebut, diantaranya, menurut:

Schumacker, pemberdayaan adalah suatu keadaan dimana kelompok miskin dapat diberdayakan melalui pengetahuan dan kemandirian sehingga dapat berperan sebagai agen pembangunan.

Rappaport, pemberdayaan diartikan sebagai pemahaman secara psikologis pengaruh kontrol individu terhadap keadaan sosial, kekuatan politik dan hak-haknya menurut undang-undang.

Mc Ardle, pemberdayaan merupakan proses pengambilan keputusan oleh orang-orang secara konsekuen melaksanakan keputusan tersebut. Orang-orang yang telah mencapai tujuan kolektif diberdayakan melalui kemandiriannya, bahkan merupakan 'keharusan' untuk lebih diberdayakan melalui usaha mereka sendiri dan akumulasi pengetahuan, keterampilan, dan sumber lainnya dalam rangka mencapai tujuan mereka tanpa bergantung pada pertolongan dari hubungan eksternal.

Lebih jauh lagi, Christenson, Fendley, and Robinson, JR, dalam Christenson and Robinson, JR (1989), menyajikan beberapa definisi dalam tulisan mereka, yaitu:

Cawley, community development is a deliberate, democratic, developmental activity; focusing on an existing social and geographical grouping of people; who participate in the solution of common problems for the common good.

Darby and Morris, community development is an educational approach which would raise levels of local awarnes and increase the confidence and ability of community groups to identify and tackle their own problems.

Durnbar, community development is a series of community improvement which take place over time as a result of the common efforts of various groups of the people. Each successive improvement is a discrete unit of community development. It meets a human want or need.

Voth, community development is a situation in which some groups, usually locality based such as a neighbourhood or local community... attempt to improve (their) social and economic situation through (their own efforts... using professional assistance and perhaps also financial assistance from outside... and involving all sector of the community or group to a maximum.

Wilkinson, community development is acts by people that open and maintain channels of communication and cooperation among local groups.

Menurut Pranoto dan Indrawijaya pemberdayaan di pandang sebagai sebuah proses dan sekaligus tujuan. Sebagai sebuah proses pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami kemiskinan, sebagai tujuan, pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh

sebuah perubahan sosial (Pranoto dan Indrawijaya, 2011 : 60 dalam German Sitompul 2012).

1. Usaha Kecil dan Menengah

Berdasarkan undang-undang RI No 20 tahun 2008, dinyatakan bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Kriteria usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 5.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), sampai 50.000.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah atau bangunan.

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Kriteria usaha besar adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), sampai 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah atau bangunan.