



## Journal Economic Insights

Journal homepage: <https://jei.uniss.ac.id/>  
ISSN Online : 2685-2446

---

### PROGRAM SERIBU PEMUDA BERWIRUSAHA DI KABUPATEN BATANG

**Arina Hidayati<sup>(1)</sup>, Eka Marwa Agustina<sup>(2)</sup>**

Universitas Selamat Sri<sup>(1)</sup>, Universitas Selamat Sri<sup>(2)</sup>  
hidayatiarina93@gmail.com<sup>(1)</sup>, ekamarwaagustina@gmail.com<sup>(2)</sup>

#### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Diterima pada 17 Januari  
2023

Disetujui pada 17 Januari  
2023

Dipublikasikan pada 31  
Januari 2023

**Kata Kunci:**

Pemerintah, Wirausaha,  
Pemuda

#### ABSTRAK

*Kabupaten Batang merupakan salah satu daerah yang memiliki visi misi mendukung wirausaha dalam meningkatkan perekonomian. Program yang diusung pemerintahan daerah Kabupaten Batang adalah menciptakan 1000 pemuda berwirausaha. Namun melalui program tersebut dinilai belum optimal, pasalnya tertera dalam rencana pembangunan jangka menengah (RPJM) 2018. Berdasarkan RPJM 2018 diperkirakan hanya menghasilkan 15%-45% pengusaha baru sampai tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk program 1000 pemuda desa yang berwirausaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian dilakukan dengan pengumpulan data dari teknik wawancara, observasi dan kajian dokumen. Berdasarkan metode tersebut peneliti mendapatkan hasil penelitian bahwa program peningkatan seribu pemuda berwirausaha dilakukan dengan dua teknik yakni peningkatan bidang pemasaran dan sumber daya manusia. Bidang peningkatan pemasaran dilakukan dengan mengadakan fasilitas pameran baik lokal, regional, nasional bahkan internasional, serta menyediakan kesempatan bagi pemilik usaha untuk melakukan kemitraan dengan pusat perbelanjaan di kota (seperti*

*Alfamart, Indomart, maupun Carefur). Sedangkan di bidang sumber daya manusia, peningkatan wirausaha dilakukan dengan beberapa jenis pelatihan guna meningkatkan kemampuan pemilik usaha dan produk yang dimiliki.*

## **PENDAHULUAN**

Perekonomian yang tidak merata menjadi salah satu pokok permasalahan di Indonesia (Hidayati et al., 2022). Data dari Lembaga Survei Indonesia (LSI) terkait dengan pemerataan ekonomi, sebanyak 91,6% responden mengakui distribusi pendapatan tergolong cukup tak setara dan tidak setara sama sekali (Ridhoi, 2021). Beberapa penelitian menyebutkan persentase wirausaha berbanding lurus terhadap pemerataan ekonomi (Noya, 2017). Secara rasional jumlah wirausahawan yang banyak akan mempengaruhi karakter dan pola pikir masyarakat. Indonesia merupakan negara berkembang dengan persentase wirausahawan sebesar 3,47% (Ismoyo, 2021). Jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya, saat ini Indonesia jauh tertinggal. Singapura memiliki 7%, Malaysia 5%, Thailand 4,5% dan Vietnam 3,6% (Amalia & von Korfflesch, 2021).

Permasalahan tersebut menjadi salah satu alasan penerapan program peningkatan *Easy of Doing Business* mulai tahun 2016 (Paula Putra, 2020). Selain itu bentuk pendidikan kewirausahaan yang menjadi fokus pada semua jenjang pendidikan formal, merupakan bagian dari program pemerintah dalam menggalakkan terciptanya wirausaha.

Kabupaten Batang merupakan salah satu daerah yang memiliki visi misi meningkatkan jumlah wirausaha setiap tahun (Batang, 2018). Program 1000 wirausaha menjadi salah satu *tag line* yang diungkapkan Bupati Batang Wihaji pada tahun 2019-2022 (Batang, 2018). Namun pelaksanaan program ini belum sepenuhnya mengubah kondisi pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Batang. Pasalnya Batang masih menduduki peringkat terbawah (4,93%) tahun 2017 dalam perbandingan pertumbuhan ekonomi di Jawa Tengah disusul oleh Kab. Pekalongan (5,16%), Kota Pekalongan (5,36%), Wonosobo (5,25%) dan Banjarnegara (5,41%) (Batang, 2018).

## **Kewirausahaan di Indonesia**

*Entrepreneurship and Development Institute*, Amerika Serikat menyebutkan saat ini Indonesia menduduki peringkat ke 90 dari 137 negara (Yovita, 2017). Hal ini dikarenakan beberapa hal yang menyebabkan rendahnya peringkat wirausaha di Indonesia:

1. Produk usaha kecil menengah di Indonesia hanya 7% yang sudah memasuki e-commerce, sedang sisanya (93%) merupakan produk luar negeri (CNBC, 2019).
2. Masih minim kerjasama antara akademisi (perguruan tinggi), pemerintah dan perusahaan (masyarakat) yang tergambar melalui angka publikasi terkait dengan kewirausahaan yang relatif kecil (Amalia & von Korfflesch, 2021).

Kedua permasalahan tersebut mendorong pemerintahan Indonesia menciptakan beberapa program untuk menjunjung nilai peringkat wirausaha.

## **Program Pemerintah Indonesia yang Mendukung Peningkatan Jumlah Wirausaha**

Salah satu program peningkatan jumlah wirausaha pada pemerintahan di Indonesia adalah mempermudah pelaku usaha untuk memulai bisnis. Pada tahun 2018, Indonesia tercatat memiliki predikat negara yang ramah untuk berbisnis. Hal ini dibuktikan melalui tingkat Ease of Doing Business di Indonesia menduduki angka 72, dibanding China di posisi 78 (BKPM, 2018). Selain itu pemerintah menjalin kerjasama dengan beberapa lembaga keuangan agar berkenan memberikan kemudahan dalam peminjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Hasanah, 2021).

Namun demikian program ini belum menghasilkan jumlah wirausaha yang sesuai dengan harapan. Perlu bantuan dari instansi-instansi lain untuk meningkatkan keberhasilan pencapaian program di atas.

## **MATERI DAN METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Pendekatan studi kasus digunakan dalam penelitian dengan tujuan agar peneliti dapat menelaah subjek dan objek penelitian secara lebih teliti (Rose & Spinks, 2015).

Tempat penelitian dilakukan pada Kabupaten Batang, berfokus pada pengamatan di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi yang menangani program 1000 wirausaha. Berdasarkan data yang diambil dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Jawa tengah tertulis 890 pelaku usaha di Kabupaten Batang (Dinas Koperasi UKM Jawa Tengah, 2022). Pelaku UKM tersebut merupakan usaha binaan yang mengikuti program peningkatan 1000 wirausaha di Batang. Namun peneliti membatasi subjek UKM yang digunakan adalah subjek UKM Klaster unggulan yang masuk dalam UKM berbasis OVOP. UKM berbasis OVOP berjumlah 7 usaha. UKM ini memiliki produk khas (unggulan) yang tidak dimiliki usaha lain (baik dikarenakan kualitas produk, kemasan dan keunikan usaha). 7 UKM yang tercatat dalam OVOP adalah (1) Emping Mlinjo daerah Ngaliyan Limpung, (2) Minyak Atsiri Kecamatan Reban-Bawang, (3) Gula Semut Margosono-Tersono, (4) Anyaman Bambu Sodong-Wonotunggal, (5) Industri Kulit Masin-Warungasem, (6) Madu Asli Desa Kedawung-Gringsing, (7) Batik Warna Alam Denasri-Batang.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang terdiri dari wawancara, observasi dan kajian dokumen. Guna memperoleh hasil penelitian yang luas, peneliti menggunakan wawancara mendalam yang terencana namun tidak terstruktur. Melalui teknik ini peneliti memiliki kebebasan dalam menyampaikan pernyataan yang telah direncanakan sebelumnya. Sedangkan untuk teknik observasi yang digunakan peneliti adalah observan sebagai pengamat penuh. Artinya peneliti hanya melakukan pengamatan, tanpa harus berperan sebagai salah satu partisipan dalam program pemerintah dalam meningkatkan jumlah 1000 wirausaha. Kajian dokumen yang dilakukan peneliti adalah dengan menggunakan data-data sekunder yang diperoleh selama penelitian.

Peneliti melakukan prosedur penelitian sebagai berikut; tahap awal peneliti akan melakukan observasi dan wawancara awal pada Disperindagkop untuk mengetahui jumlah subjek yang diinginkan sesuai dengan teknik *purposive sampling*. Selanjutnya peneliti merumuskan teori-teori yang digunakan dalam mendukung penelitian sehingga dapat berfungsi sebagai pedoman wawancara dan observasi. Apabila pedoman sudah

diperoleh, maka peneliti akan melanjutkan penelitian, dan mulai menganalisis data yang sudah diperoleh.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis domain (*Spradley*). Analisis data menggunakan poin-poin yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Pada penelitian ini peneliti merumuskan masalah berikut : apa saja program yang diterapkan pemerintah guna meningkatkan jumlah pemuda berwirausaha di Kabupaten Batang? Berdasarkan rumusan masalah ini peneliti mengklasifikasikan domain yang terbagi dalam bidang Disperindagkop, antara lain : bidang pemasaran dan sumber daya manusia.

Tabel 1 Analisis Domain “Program Peningkatan 1000 Wirausaha di Batang”

No.	Bidang Disperindagkop	Sub Bidang
1	Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Promosi (Bagaimana teknik promosi program peningkatan 1000 wirausaha di Batang?)</li><li>2. Kemitraan (Bagaimana prosedur kemitraan, dan siapa pihak mitra?)</li></ol>
2	Sumber daya manusia	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Distribusi produk (Bagaimana bentuk peningkatan sumber daya manusia dalam pengemasan, penjualan produk)</li><li>2. Pelatihan produk (Bagaimana bentuk pelatihan produk yang dilaksanakan Disperindagkop kepada pelaku usaha)</li><li>3. Pelatihan manajemen (Teknik pelatihan manajemen apa saja yang diterapkan Disperindagkop pada pihak pemilik usaha?)</li></ol>

Berdasarkan analisis domain di atas, peneliti akan melakukan penelitian dan membuat laporan penelitian, setelah dilakukan validasi terhadap data. Proses validitas data pada penelitian ini berfungsi untuk menguji kesahihan data-data penelitian (Andayani et al., 2015). Uji validitas data menggunakan teknik triangulasi yang terdiri dari triangulasi data, sumber dan waktu. Peneliti menggunakan beberapa jenis data yang diperoleh dari berbagai macam sumber dan diambil dari waktu yang berbeda. Dengan validitas data ini diharapkan peneliti dapat menemukan data yang akurat untuk disajikan dalam penelitian.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Pencapaian Program 1000 Pemuda Berwirausaha di Kabupaten Batang**

Program Peningkatan 1000 Pemuda di Kabupaten Batang telah dicanangkan sejak tahun 2017 hingga saat ini. Peresentase pemuda berwirausaha di tahun 2017 tercatat 15% dan target pencapaian adalah 45% pada tahun 2022. Hingga saat ini Kabupaten Batang tercatat memiliki 809 peserta yang telah mendaftarkan usaha miliknya (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Jawa tengah, 2022) . Artinya hampir 80% target yang diinginkan dapat tercapai. Pencapaian tersebut didasarkan atas beberapa bentuk strategi peningkatan jumlah wirausaha.

### **2. Program Peningkatan 1000 Pemuda Berwirausaha**

Sesuai dengan bidang yang terdapat dalam Disperindagkop, program peningkatan 1000 pemuda terklasifikasikan sesuai dengan kelompok bidang masing-masing.

#### **a. Bidang Pemasaran**

Pada bidang ini program peningkatan 1000 pemuda berwirausaha dilakukan dengan mempromosikan produk-produk UKM melalui pameran. Beberapa bentuk pameran yang dilakukan bersifat lokal, regional, nasional dan internasional. Salah satu pemilik usaha yang telah melakukan pameran di tingkat Internasional adalah Batik Bagus Warna (Hidayati, 2020). Batik Bagus Warna merupakan usaha binaan yang terdaftar sebagai anggota usaha dengan klasifikasi produk unggulan *One Village One Product*.

Penyediaan fasilitas promosi yang berupa pameran kepada pelaku usaha dari pemerintah (dalam hal ini Disperindagkop) merupakan bentuk dukungan dari program peningkatan kemampuan wirausaha (Firmansyah et al., 2014). Promosi tidak hanya dilakukan secara offline, melainkan menggunakan online. Promosi secara online dilakukan dengan menampilkan produk-produk UKM pada laman media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *twitter*. Pemasaran online dinilai dapat meningkatkan jumlah penjualan (Arbiyanto, C. B. dan Widodo, 2017; Nikmah, 2017).

Menurut peneliti, pelaksanaan program promosi telah memberikan manfaat bagi pelaku usaha. Pemberlakuan batasan kapasitas bagi peserta pelatihan sangat membantu memudahkan instruktur pelatihan dalam menyampaikan materi. Namun kapasitas peserta dalam pelatihan tersebut masih belum mendekati angka 50% dari jumlah UKM di Kabupaten Batang.

Program lain dalam bidang pemasaran yakni kemitraan. Disperindagkop Kabupaten Batang melakukan kerjasama dengan beberapa mini market seperti *Alfamart*, *Indomart*, maupun *Carefur* dengan tujuan memasukkan produk-produk UKM di tempat tersebut. Namun demikian, dikarenakan keterbatasan produk, tidak banyak UKM yang berhasil mengirimkan produk pada mitra tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa jiwa wirausahawan pada pemilik usaha di Kabupaten Batang belum optimal. Pasalnya menurut (Latief, 2017) karakteristik yang harus dimiliki seorang wirausaha adalah kemampuan menghadapi resiko, mencari peluang dan memiliki keterampilan personal.

b. Sumber daya manusia

Peningkatan kemampuan sumber daya manusia, dalam pmengoptimalkan kualitas UKM menjadi hal yang penting. Disperindagkop Kabupaten Batang sering mengadakan kerjasama dengan pemerintahan provinsi untuk mengadakan pelatihan terkait pengemasan. Pelatihan pengemasan ini bertujuan untuk meningkatkan inovasi kemasan dan menunjukkan daya tarik khusus bagi konsumen atas produk yang dihasilkan. Pelatihan pengemasan merupakan bagian yang penting. Hal ini dikarenakan pengemasan produk dapat meningkatkan nilai jual yang tinggi (Julyantari et al., 2021).

Wujud peningkatan sumber daya manusia tidak hanya dilakukan dalam hal pengemasan. Namun sangat penting untuk mengedepankan kualitas produk. Selama ini bentuk pelatihan produk dilakukan dengan study banding pada UKM sejenis dari daerah lain. Contoh seperti UKM kerajinan kulit di daerah Masing Warungasem yang pernah melakukan kunjungan ke kerajinan kulit di Cibaduyut Bandung. Namun kelemahan dari pelatihan ini adalah tidak adanya bentuk evaluasi berkelanjutan setelah pelaksanaan kunjungan. Artinya pihak pemerintah tidak mengukur sejauh apa peningkatan kompetensi pemilik hingga berakhiran pada peningkatan kualitas produk. Selain belum adanya evaluasi berkelanjutan, pelatihan ini hanya diberlakukan untuk jenis-jenis usaha yang telah memasuki klaster unggulan (produk memasuki klasifikasi *One Village One Product*).

Peningkatan kemampuan sumber daya manusia pada UKM di Kabupaten Batang dilakukan dengan pelaksanaan pelatihan pembukuan keuangan, dan pendampingan usaha. Namun berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa pemilik usaha dinyatakan bahwa pelatihan terkait keuangan dan manajemen hanya bersifat teori. Pemerintah belum mengadakan kunjungan yang bersifat mengevaluasi pembukuan yang dilakukan pemilik. Hal ini bukan dikarenakan pemerintah belum bekerja secara optimal, melainkan beberapa unit usaha tidak berkenan untuk menunjukkan laporan keuangan kepada pihak lain.

## **PENUTUP**

Upaya pemerintah dalam meningkatkan jumlah wirausaha berlaku di daerah Kabupaten Batang. Batang mengukung program peningkatan 1000 pemuda berwirausaha dengan beberapa jenis strategi. Strategi tersebut terbagi dalam beberapa fokus antara lain: bagian pemasaran, dan sumber daya manusia. Adapun di bidang pemasaran dimulai dengan pemberian fasilitas pameran dalam bentuk lokal, regional, nasional bahkan internasional. Bentuk program dimulai dengan pemilihan beberapa UKM yang memiliki kriteria tertentu agar dapat masuk dalam pameran. Selain pameran, program kemitraan dengan pusat berbelanja daerah (seperti *Alfamart*, *Indomart*, *Carefur*) merupakan

strategi lain untuk mengenalkan UKM dengan cara menjualkan produk. Program lain yang diusung dalam bidang sumber daya manusia adalah peningkatan kompetensi setiap SDM yang dimiliki UKM. Melalui peningkatan SDM ini diharapkan dapat menambah inovasi produk dan meningkatkan nilai jual.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk Pemerintah Kabupaten Batang yakni baiknya diadakan monitoring dan evaluasi yang disertai dengan pelaporan hasil evaluasi bagi wirausaha. Pemerintah Kabupaten Batang baiknya menyertakan para ahli dan akademisi dalam memberikan pelatihan kepada pemilik usaha guna memperkuat kompetensi mereka dalam mengusung usaha yang dimiliki untuk lebih maju.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. T., & von Korfflesch, H. F. O. (2021). Entrepreneurship education in Indonesian higher education: mapping literature from the Country's perspective. In *Entrepreneurship Education* (Vol. 4, Issue 3). Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/s41959-021-00053-9>
- Andayani, Sajidan, Muryani, Sariyatun, Ngadiso, Suryani, Mardiyana, Dewi, & Gunarhadi. (2015). *Pedoman Tesis dan Disertasi*. FKIP UNS.
- Arbiyanto, C. B. dan Widodo, J. (2017). Model Pendampingan Usaha Oleh Pemerintah Kepada UMKM Kulit Desa Masin Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 612–620.
- Batang, P. K. (2018). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah [Rpjmd] Kabupaten Batang Tahun 2017-2022*.
- BKPM. (2018). *Ease of Doing Business di Indonesia Terus Membaik*. Badan Koordinasi Penanaman Modal. <https://www2.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/ease-of-doing-business-di-indonesia-terus-membaik#:~:text=Indonesia terus menunjukkan prestasinya dalam memperoleh predikat sebagai,lebih baik dari China yang menempati posisi ke-78>.
- CNBC, I. (2019). *Kacau! E-commerce yang Disuntik Asing Bikin CAD Makin Parah*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190805132558-37-89896/kacau-e-commerce-yang-disuntik-asing-bikin-cad-makin-parah>
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Jawa tengah. (2022). *UMKM Di Kabupaten Batang*. <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/data/umkm-kabkota/Kabupaten Batang>

- Firmansyah, Pratiwi, & Riyanto. (2014). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Madiun (Studi pada Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun dan Sentra Industri Brem Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madi. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(1), 154–160.
- Hasanah, A. D. (2021). *BRI Beri Kemudahan Pinjaman untuk Pelaku UMKM*. <https://bangka.tribunnews.com/2021/11/04/bri-beri-kemudahan-pinjaman-kur-untuk-pelaku-umkm-begini-syaratnya>
- Hidayati, A. (2020). DESAIN PEMBERDAYAAN UMKM BERBASIS ONE VILLAGE ONE PRODUCT SEBAGAI GERAKAN EKONOMI BERNILAI KEARIFAN LOKAL. *Jurnal Utilitas*, 6(1), 8–16.
- Hidayati, A., Sulistiyanto, T. ., & Sigit, N. . (2022). Jurnal Ekonomika dan Bisnis. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 8(2), 27–41.
- Indonesia, R. (2013). *RAPAT KOORDINASI NASIONAL Pengembangan Produk Unggulan Daerah Dengan Pendekatan One Village One Product Melalui Koperasi*.
- Ismoyo, B. (2021). *Rasio Kewirausahaan Indonesia 3,47 Persen, Masih Kecil dan Setara Vietnam*. *Tribun Bisnis*. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/07/22/rasio-kewirausahaan-indonesia-347-persen-masih-kecil-dan-setara-vietnam>
- Julyantari, N. K. S., Purnama, I., Bagiarta, I., Pertama, P., & Liandana, M. (2021). Implementasi Website untuk Media Pemasaran Online dan Perbaikan Kemasan Produk. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 26–33. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v1i1.134>
- Latief, M. J. (2017). *Buku Ajar Kewirausahaan, Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Universitas Muhammadiyah Prof.Dr. Hamka.
- Nikmah, F. (2017). Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 47. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i1.19>
- Noya, S. (2017). Mencetak Wirausaha Muda Universitas Ma Chung. *ABM- Mengabdi*, 3(December 2016), 67–78.
- Paula Putra, B. (2020). Peningkatkan Jumlah Wirausahawan Di Indonesia Melalui Kolaborasi Akademisi – Pelaku Usaha – Mahasiswa. *Economicus*, 12(1), 63–71. <https://doi.org/10.47860/economicus.v12i1.147>
- Ridhoi, M. A. (2021). *Ketimpangan Ekonomi Indonesia Ada di Berbagai Sisi*. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/muhammadrighoi/analisisdata/600ae1cc246d2/ketimpangan-ekonomi-indonesia-ada-di-berbagai-sisi>
- Rose, S., & Spinks, N. & C. I. (2015). *Management Research: Applying the Principles*.
- Yovita. (2017). *Kewirausahaan Indoensia Menduduki Peringkat ke-90 di Dunia*. Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. [https://m.kominfo.go.id/content/detail/8706/kewirausahaan-indonesia-menduduki-peringkat-ke-90-di-dunia/0/sorotan\\_media](https://m.kominfo.go.id/content/detail/8706/kewirausahaan-indonesia-menduduki-peringkat-ke-90-di-dunia/0/sorotan_media)