

**EKSISTENSI WARUNG MILIK RAKYAT (WAMIRA) MART
DALAM MENDORONG PENINGKATAN USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN PAMEKASAN**

TESIS



Oleh:

Abd Hakim

NIM: 220504210037

MAGISTER EKONOMI SYARIAH

PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2025

**EKSISTENSI WARUNG MILIK RAKYAT (WAMIRA) MART
DALAM MENDORONG PENINGKATAN USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN PAMEKASAN**

TESIS

Diajukan Kepada :

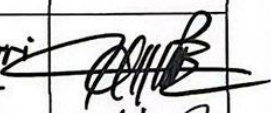
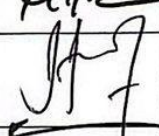
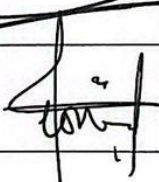
**Program Studi Magister Ekonomi Syari'ah
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi Syari'ah (M. E)**

**MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI

Tesis dengan judul "*Eksistensi Warung Milik Rakyat (WAMIRA) Mart Dalam Mendorong Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Pamekasan*" yang disusun oleh Abd Hakim (NIM: 220504210037) telah diuji dalam sidang ujian Tesis yang diselenggarakan pada Senin 23 Desember 2024 sebagaimana saran Dewan Penguji dibawah ini telah memeriksa perbaikan yang telah disarankan dan tesis ini dinyatakan SAH.

No.	Nama	Kedudukan	Tanggal Persetujuan	Tanda Tangan
1.	Dr. Hj. Umrotul Khasanah, S.Ag., M.Si	Penguji Utama	20 Januari 2025	
2.	Dr. Ir. H. Masyhuri, M.P	Ketua / Penguji	20-01-2025	
3.	Dr. H. misbahul Munir. Lc., M.Ei	Pembimbing 1 / Penguji	21/01/2025	
4.	Dr. Hj. Meldona. SE., MM., Ak., CA	Pembimbing 2 / Sekretaris	21/ 01/ 2025	

Mengetahui,

Direktur Pascasarjana

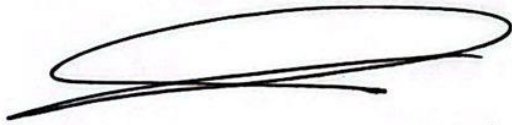


HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis yang berjudul “Eksistensi Warung Milik Rakyat (WAMIRA) Mart Dalam Mendorong Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Pamekasan” telah diperiksa dan disetujui untuk diuji:

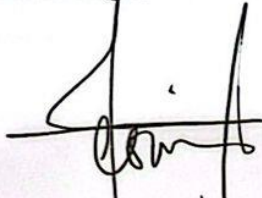
Malang, 03 Desember 2024

Pembimbing I



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP. 197507072005011005

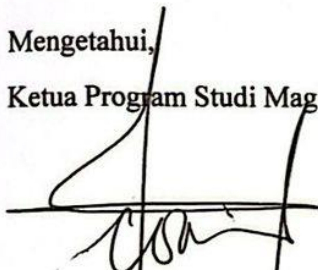
Pembimbing II



Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA
NIP. 197701022006042001

Mengetahui,

dan Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah



Eko Suprayitno, M. Si., Ph. D
NIP. 197511091999031003

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abd Hakim

Nim : 220504210037

Program studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul : **EKSISTENSI WARUNG MILIK RAKYAT (WAMIRA
DALAM MENDORONG PENINGKATAN USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI
KABUPATEN PAMEKASAN**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa hasil penelitian proposal tesis ini secara keseluruhan adalah karya peneliti sendiri kecuali yang tertulis atau dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber rujukan dan daftar rujukan

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Malang 4 Desember ,2024

Yang menyatakan


1000
Rp
METERAI
TEMPEL
6327FAKX570135195
ABD HAKIM

v

v

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi adalah pemindahalihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemah bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam footnote maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang standar internasional, nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 22 Januari 1998, No. 159/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi bahasa Arab (A Guide Arabic Transliteration), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
------------	------	-------------	------

ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	..."	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	... ' ...	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak di lambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma diatas ('), berbalik dengan koma (,) untuk pengganti lambang “ع”.Transliteration), INIS Fellow 1992.

C. Vokal, Panjang, dan Diftong

Setiap penulisan Bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vocal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal	Panjang	Diftong
A = fathah	A	قال menjadi
I = kasrah	I	قيل menjadi

U = dlommah	U	دون menjadi
-------------	---	-------------

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya' nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan "aw" dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftong	Contoh
Aw = و	قول menjadi qawlun
Ay = ي	خير menjadi khayrun

D. Ta' Marbutah (ة)

Ta' mar ditransliterasikan dengan “t” jika berada di tengah kalimat, tetapi *ta' mar* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya menjadi *al-risala li-midarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikut, misalnya menjadi *fi rahma*.

E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalalah

Kata sandang berupa “al” (ال) dalam lafadh jal yang berada ditengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhariy mengatakan...

2. Al-Bukhariy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan...
3. Masya'Allah *kana wa ma lam yasya lam yakun*.
4. *Billah 'azza wa jalla*.

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

شيء = syai'un	أمرت = umirtu
النون = an-nau'un	تأخذون = ta'khudzuna

G. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandangan maka ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangannya.

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak diperlukan.

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan. Maka, dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh : **الرازقين خير لهو هلا وإن** – wa innalillaha la lahuwa khairar-raziqin. Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

وما محمد إلا رسول	wa maa Muhammadun illa
إن أو ل بيت وضع للنس	inna Awwala baitin wu

Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut:

“...Abdurrahman Wahid mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi, dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintesian salat diberbagai kantor pemerintahan, namun...”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid,” “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd Al-Rahman Wahid,” “Amin Rais,” dan bukan ditulis dengan “Shalat”.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa. Keberhasilan dalam penulisan tesis ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada: Teristimewa kedua orang tua saya Bapak H. Jubri dan Ibu Hj. Hotijah serta gelar magister ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, yang selalu memberikan dukungan penulis berupa moral maupun materil yang tak terhingga serta doa yang tidak ada putusnya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi magister hingga selesai, semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupanmu yang barokah, senantiasa diberi kesehatan dan panjang umur. Kakak laki laki saya Moh Yasin, Adek Perempuan saya Fitrih yatun Hasanah yang telah memberikan dukungan dan pengingat bagi penulis supaya menyelesaikan studi tepat waktu. Bapak H. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei. selaku dosen pembimbing I, serta ibu Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA. selaku dosen pembimbing II, terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktunya disela kesibukan. Menjadi salah satu dari anak bimbingan panjenengan merupakan nikmat yang sampai saat ini selalu saya syukurkan. Terimakasih bapak, ibu, semoga jerih payah panjenengan terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan. Teruntuk teman-teman saya Kls MEsy 22, tukang GIGI Malang, dan Excelent Grup terimakasih tidak pernah meninggalkan penulis ketika sedang kesusahan dan selalu memberikan motivasi, semangat, dukungan tanpa henti sehingga secara tidak langsung membantu saya dalam menyelesaikan tesis

ini. Dan tak lupa saya ucapkan terimakasih. Last but not least diri saya sendiri yang mampu dan sudah berjuang serta bertahan hingga saat ini. Terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan tesis, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terimakasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup, tetap semangat..!

MOTTO

ذكاء بلا احتشام انحطاط فقير

Kesopanan Lebih Tinggi Nilainya Dari Pada Kecerdasan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh

Puji syukur Alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan naskah Tesis yang berjudul *Eksistensi Warung Milik Rakyat (WAMIRA) Mart Dalam Mendorong Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Pamekasan*, sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Pascasarjana Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Selanjutnya, penulis ucapkan terima kasih dengan beriring do'a dan harapan *jazakumullah ahsanal jaza'* kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya naskah proposal ini. Ucapan terima kasih ini, penulis ucapkan kepada:

1. Prof. Dr. Zainuddin, MA,. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Eko Suprayitno, SE., M. Si., Ph.D selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei. selaku dosen pembimbing I terimakasih atas pemberian motivasi, kemudahan pelayanan, kontribusi, pemikiran serta saran kepada penulis dalam penyusunan naskah tesis.
5. Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA selaku dosen pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan berdiskusi, memberikan kontribusi pemikiran, dan memberikan motivasi serta saran yang membangun kepada penulis selama menyelesaikan naskah tesis.
6. Seluruh Dosen Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas

ilmu, motivasi dan pengalaman yang diberikan kepada penulis. Terimakasih atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

7. Seluruh Staff Administrasi Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas segala informasi dan kemudahan pelayanan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih terdapat kekurangan dan penulis berharap semoga tesis ini bisa memberikan manfaat kepada para pembaca, khususnya bagi penulis secara pribadi. Aamiin Yaa Rabbal ‘Alamiin.
Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh

Malang, 04 Desember 2024
Penulis

ABD HAKIM

NIM. 220504210037

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR ORISINALITAS.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xiii
MOTTO.....	xv
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xviii
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	10
F. Definisi Istilah.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
A. UMKM.....	21
1. Pengertian UMKM.....	21
2. Tujuan UMKM.....	23
B. Pasar	24
1. Pengertian Pasar	24
2. Pasar Modern	25

3. Jenis-Jenis Pasar Modern	26
C. Budaya.....	30
D. Evaluasi Program	34
1. Pengertian Evaluasi Program	34
2. Tujuan Evaluasi Program.....	37
E. Kerangka Berfikir.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Kehadiran Penelitian	39
C. Latar Penelitian	40
D. Data dan Sumber Data Penelitian	40
E. Pengumpulan Data	42
F. Analisis Data	44
G. Keabsahan Data.....	46
H. Tahap-Tahap Penelitian	48
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN.....	52
A. Gambaran Umum Latar Penelitian.....	52
1. Geografi dan Iklim Kabupaten Pamekasan.....	52
2. Ketenagakerjaan Kabupaten Pamekasan.....	54
3. Kemiskinan Kabupaten Pamekasan	55
4. Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Pamekasan	56
B. Paparan Data	59
1. Pola Hubungan Wirausaha antara Pelaku UMKM Dan WAMIRA Mart. 59	
2. Implementasi Program WAMIRA Mart Terhadap UMKM Di Kabupaten Pamekasan.....	61
3. Evaluasi Program WAMIRA Mart Terhadap UMKM Di Kabupaten Pamekasan.....	64

C. Temuan Penelitian.....	67
BAB V PEMBAHASAN	71
A. Pola Hubungan Wirausaha antara Pelaku UMKM dan WAMIRA Mart...	71
1. Intraksi langsung antara pelaku UMKM dengan WAMIRA Mart	72
2. Memahami budaya dan sosial	75
3. Membangun hubungan sosial yang baik.....	77
4. Agen bermitra.....	79
B. Implementasi Program WAMIRA Mart Terhadap UMKM di Kabupaten Pamekasan	81
1. Sosialisasi program	82
2. Pengajuan Menjadi Pengelola WAMIRA.....	85
3. Pendirian WAMIRA dan Kerjasama dengan UMKM	87
4. Pemanfaatan produk lokal hasil UMKM	90
5. Dampak terhadap UMKM.....	92
C. Evaluasi Program WAMIRA Mart Terhadap UMKM di Kabupaten Pamekasan	94
1. Kejelasan hukum dan kebijakan.....	95
2. Pengawasan/Supervise	96
3. Sustainable/keberlanjutan	98
BAB VI PENUTUP	101
A. KESIMPULAN	101
B. SARAN	102
DAFTAR PUSTAKA	104

ABSTRAK

Abd Hakim, 2024, Eksistensi Warung Milik Rakyat (WAMIRA) Mart Dalam Mendorong Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM di Kabupaten Pamekasan. Tesis program studi magister ekonomi syariah, pasca sarjana universitas maulana malik ibrahim malang, pembimbing 1) H. misbahul Munir, Lc., M.Ei. Pembimbing II Dr. Hj. Meldona, SE., MM., AK., CA

Proram Warung Milik Rakyat (WAMIRA) adalah program unggulan Pemerintah dalam bidang ekonomi untuk mendorong UMKM dan menjadi *marketplace* yang menampung hasil produk UMKM lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil analisa pola hubungan wirausaha antara pelaku UMKM dan WAMIRA Mart, Implementasi program WAMIRA Mart di Kabupaten Pamekasan dan Mengevaluasi program WAMIRA Terhadap UMKM di Kabupaten Pamekasan.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Fiel resarch*) dan Peneltian *etnografi* dengan pendekatan kualitatif, pengumpulan data dengan hasil wawancara, dokumentasi, teknik analisis data dimulai dengan pengecekan data serta menggunakan trigulasi sumber data.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pada pola hubungan wirausaha antara Pelaku UMKM dengan WAMIRA menggunakan pola hubungan Intraksi Langsung/Komunikasi yang insentif, Memahami Budaya dan Sosial, Membangun Hubungan Sosial yang Baik. Menjadi Agen Bermitra. Sedangkan Implementasi Program WAMIRA Mart, Sosialisasi Program, Pegajuan Menjadi Pengelola/Pemilik WAMIRA, Pendirian/Peresmian WAMIRA dan Kerjsama dengan UMKM, Pemanfaatan Produk Lokal Hasil UMKM dan Dampak Terhadap Pelaku UMKM. Evaluasi Proram WAMIRA Terhadap UMKM. Kejelasan Hukum dan Kebijakan yang blom diatur secara rinci terkait mekanisme Program WAMIRA, Pengawasan yang kurang inten baik dari pemerintah atau dari pengelola WAMIRA, *Sustainable*/Keberlanjutan untuk memastikan bahwa produk UMKM dapat terus tersedia, berkualitas dan memberikan dampak positif.

Kata Kunci: WAMIRA Mart, UMKM, Pola Hubungan Wirausaha, Iplementasi, Evaluasiprogram.

ABSTRACT

Abd Hakim, 2024, The Existence of People's Owned Warung (WAMIRA) Mart in Encouraging the Increase of Micro, Small and Medium Enterprises MSMEs in Pamekasan Regency. Thesis of the master of sharia economics study program, postgraduate of Maulana Malik Ibrahim University Malang, supervisor 1) H. misbahul Munir, Lc., M.Ei. Supervisor II Dr. Hj. Meldona, SE., MM., AK., CA

The People's Warung Program (WAMIRA) is the Government's flagship program in the economic sector to encourage MSMEs and become a *marketplace* that accommodates local MSME products.

This study aims to describe the results of the analysis of the pattern of entrepreneurial relationships between MSME actors and WAMIRA Mart, the implementation of the WAMIRA Mart program in Pamekasan Regency and the Evaluation of the WAMIRA program for MSMEs in Pamekasan Regency.

This research is field research (*Fiel resarch*) and *ethnographic* research with a qualitative approach, data collection with interview results, documentation, data analysis techniques starting with data checking and using data source trigulation.

The results of the study show that the pattern of entrepreneurial relationships between MSME actors and WAMIRA uses an incentive Direct Intracation/Communication relationship pattern, Understanding Culture and Social, Building Good Social Relationships. Become a Partner Agent. Meanwhile, the implementation of the WAMIRA Mart Program, Program Socialization, Participation in Becoming a Manager/Owner of WAMIRA, Establishment/Inauguration of WAMIRA and Cooperation with MSMEs, Utilization of Local Products from MSMEs and the Impact of MSME Actors. Evaluation of WAMIRA Proram for MSMEs. Legal and Policy Clarity that is regulated in detail related to the mechanism of the WAMIRA Program, Lack of proper supervision either from the government or from WAMIRA managers, *Sustainable* to ensure that MSME products can continue to be available, quality and have a positive impact.

Keywords: WAMIRA Mart, MSMEs, Entrepreneurial Relationship Patterns, Implementation, Program Evaluation.

مستخلص البحث

عبد الحكيم، 2024 ، وجود سوق وارونج ميليك راكيات (WAMIRA) في تشجيع زيادة الشركات الصغيرة والمتوسطة UMKM في منطقة باميكاسا.رسالة الماجستير بكلية الدراسات العليا بقسم الاقتصاد الشريعة بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بمالانج، المشرف الأول: الحاج مصباح المنير الماجستير، المشرفة الثانية: الدكتورة ميلدونا الماجستير.

أنشطة وارونج ميليك راكيات (WAMIRA) هو النشاط الرئيسي للحكومة في القطاع الاقتصادي لتشجيع الشركات الصغيرة والمتوسطة وأصبح سوقا تضم منتجات الشركات الصغيرة والمتوسطة المحلية. الأهدف من هذا البحث إلى وصف نتائج تحليل نمط العلاقات الريادية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة WAMIRA ، وتنفيذ أنشطة WAMIRA في باميكاسان ريجنسي وتقييم أنشطة WAMIRA للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في منطقة باميكاسان.

استخدم الباحث هذا البحث ببحث ميداني (بحث ميداني) وبحث إثنوغرافي بنهج نوعي، وجمع البيانات مع المقابلات، والتوثيق، وتقنيات تحليل البيانات بدءا من التحقق من البيانات واستخدام مصادر بيانات المثلثات.

أظهرت النتائج أن نمط العلاقات الريادية بين الجهات الفاعلة في المشاريع الصغيرة والمتوسطة ووميرا استخدم نمط التفاعل المباشر / علاقات التواصل التحفيزي، وفهم الثقافة والاجتماعية، وبناء علاقات اجتماعية جيدة. كن وكيل شراكة. وفي الوقت نفسه ، وتنفيذ أنشطة WAMIRA، أنشطة التنشئة الاجتماعية ، بيغاجوان تصبح مدير/مالك واميرا ، وإنشاء/افتتاح أنشطة WAMIRA والتعاون مع المشاريع الصغيرة والمتوسطة، والاستفادة من المنتجات المحلية من المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتأثير الجهات الفاعلة المشاريع الصغرى والصغيرة والمتوسطة. تقييم أنشطة WAMIRA ضد الشركات الصغيرة والمتوسطة. وضوح القوانين والسياسات التي تنظمها بلوم بالتفصيل فيما يتعلق أنشطة WAMIRA، والإشراف الأقل كثافة سواء من الحكومة أو من مديري أنشطة WAMIRA، والاستدامة/الاستدامة لضمان استمرار توفر منتجات المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم وجودتها وتأثيرها الإيجابي.

الكلمات المفتاحية: WAMIRA، المشاريع الصغيرة والمتوسطة (UMKM)، أنماط العلاقة الريادية، تنفيذ، تقييم البرنامج.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pembangunan ekonomi secara teoritis akan berdampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Sebab, sektor perekonomian merupakan salah satu penopang pembangunan suatu negara. Semakin baik perekonomian suatu negara maka semakin sejahtera pula masyarakatnya. Oleh karena itu, pemerintah suatu negara akan terus melakukan upaya agar pertumbuhan ekonomi negara tersebut tetap tumbuh dengan baik (Yusuf dkk., 2022).

Pembangunan ekonomi merupakan hal yang urgen dalam suatu negara, terutama dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan ekonomi pada umumnya didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan terjadinya kenaikan per-kapita penduduk dalam jangka panjang. Pelaksanaan pembangunan ekonomi harus melibatkan seluruh lapisan masyarakat dan pemerintah dalam mengambil inisiatif pembangunan daerah dengan menggunakan seluruh dukungan sumber daya yang ada dan serta membangun ekonomi daerah.(Hidayat dkk., 2022) Meskipun UMKM merujuk pada kepanjangan dari kata usaha mikro, kecil, dan menengah, UMKM sangat penting bagi ekonomi kita secara keseluruhan. (Julyantoro dkk., 2020)

Kementrian UKM RI melaporkan bahwa secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62.9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di indonesia (2017), sementara usaha besar

hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit, Usaha Mikro menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%), Usaha Kecil 5,7 juta (4,74%) dan Usaha Menengah 3,73 juta (3,11%) sementara Usaha Besar menyerap sekitar 3.58 juta jiwa. Artinya secara gabungan UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, sementara Usaha Besar hanya menyerap 3% dari total tenaga kerja (Fianda Julyantoro, dkk, 2020).

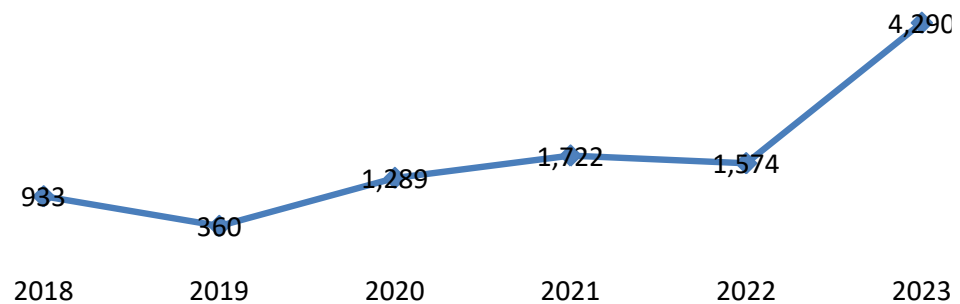
Seperti yang telah kita ketahui bahwa usaha mikro, kecil dan menengah adalah salah satu sarana dalam mengentaskan kemiskinan. Namun di beberapa tempat seringkali pemerintah daerah tidak menyediakan wadah khusus terhadap pelaku UMKM, sehingga para pelaku UMKM mendapatkan kesulitan dalam mendistribusikan produknya. Hasil penelitian dari Feni Dwi Anggraeni, dkk menunjukkan bahwa para kelompok usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, beberapa pengusaha terkendala dengan kurangnya sarana dan prasarana serta kurangnya akses pemasaran produk terutama dalam mendistribusikan produk (Feni Dwi Anggraeni dkk., 2013).

Perekonomian Kabupaten Pamekasan berdasarkan besaran Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku Tahun 2021 mencapai Rp 17.659,2 miliar rupiah dan atas dasar harga konstan 2020 mencapai Rp 11.496,2 miliar rupiah. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Pamekasan Tahun 2021 dibandingkan tahun 2020 mengalami kenaikan dan tumbuh positif sebesar 3,41%. Pada tahun 2021 Kabupaten Pamekasan berhasil bangkit dari kontraksi ekonomi karena covid-19.

(Qorib, 2023). Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk membantu perkembangan UMKM, baik dalam tingkat kabupaten atau provinsi. Dalam meningkatkan UMKM di Kabupaten Pamekasan, Pemerintah Kabupaten Pamekasan memiliki beberapa program unggulan dalam bidang pembangunan ekonomi, yaitu terdiri dari Program Desa tematik, Program Wirausaha Baru (WUB) dan pembangunan dan pembinaan UMKM. Adapun peneliti akan meneliti terkait program WUB yang sering didengar dengan “Sepuluh Ribu Pengusaha Baru” (Sapu Tangan Biru) sebagai salah satu program prioritas Bupati Pamekasan.

Tujuan dari usaha pembangunan ekonomi wilayah atas pembangunan daerah adalah selain berupaya menciptakan pertumbuhan yang tinggi juga berupaya menghapus atau mengurangi tingkat kemiskinan, ketimpangan pendapatan dan tingkat pengangguran atau menciptakan kesempatan kerja bagi penduduk disuatu wilayah (Gunawan, 2015). Maka dalam hal ini WAMIRA Mart memiliki tujuan dalam pendistribusian produk UMKM di Kabupaten Pamekasan, sehingga para pelaku UMKM memiliki peningkatan dalam produksi.

Pertumbuhan Wirausaha Baru (Skala Mikro)



Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Pamekasan

Berdasarkan statistik di atas maka dalam perkembangan ekonomi di Kabupaten Pamekasan juga memiliki pertumbuhan yang meningkat dibidang Wirausaha baru yang berskala Mikro (<https://satudata.pamekasankab.go.id/16januari2024>). Pada tahun 2018 sebanyak 933. Pada tahun 2019 memiliki penurunan sehingga wirausahabaru Cuma 360. Sedangkan pada tahun-tahun berikutnya memiliki kenaikan, 2020 sebanyak 1,289. 2021 sebanyak 1,722. Tahun 2022 sebanyak 1,574 dan pada tahun 2023 memiliki kenaikan yang sangat pesat yakni sebanyak 4,290.

Dalam pendistribusian produk di Kabupaten Pamekasan ada beberapa kendala yang dialami UMKM diantaranya keterbatasan akses akses pasar, rendahnya akses terhadap sumber daya produksi, minimnya pemahaman terkait pasar digital, setra permasalahan pengemasan produk dan standarisasi. Dalam permasalahan ini pemerintah daerah memberikan jalan alternatif terhadap UMKM dengan adanya swalayan yang diberikan istilah WAMIRA Mart untuk memasarkan produk UMKM, selain itu

pemerintah juga melakukan kegiatan terkait pengembangan strategi dan promosi online, serta memberikan sosialisasi usaha dan standarisasi produk UMKM (<https://bakorwilpamekasan.jatimprov.go.id/>). Dengan ini pemerintah daerah berharap agar upaya-upaya yang dilakukan pemerintah dapat membantu UMKM dalam mengatasi kendala-kendala distribusi produk di Kabupaten Pamekasan.

Adapun Warung Milik Rakyat (WAMIRA) Mart merupakan fasilitas pemasaran offline atau pasar modern yang merupakan gagasan Bupati Pamekasan, untuk pelaku WUB dan UMKM agar para pelaku lokal bisa bersaing. Selain untuk pemasaran offline juga ada pelatihan secara gratis dan bantuan alat melalui dana *corporate social responsibility* (CSR). Pada tahun 2021, Dinas Koperasi dan UMKM telah mendirikan 9 WAMIRA Mart yang tersebar di beberapa kecamatan di Kabupaten Pamekasan. Kecamatan Waru, Kecamatan Pakong, Kecamatan Palengaan, Kecamatan Proppo, Kecamatan Larangan, Kecamatan Kota ada 2 dan Kecamatan Tlanakan ada 2. (<https://pamekasankab.go.id>).

Masyarakat merasakan adanya WAMIRA Mart sangat bermanfaat untuk pemasaran lokal, baik produk wirausaha baru (WUB) atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) secara umum. Sehingga kesejahteraan pelaku usaha terus meningkat. Namun ada beberapa WAMIRA Mart yang masih belum beroperasi.

Adanya WAMIRA Mart dikarenakan para pelaku UMKM tidak adanya pasar dalam mendistribusikan hasil produknya sehingga pemerintah daerah memberikan solusi dengan adanya pasar Modern yang

diberinama WAMIRA Mart dan setiap daerah di Kabupaten Pamekasan memiliki pusat perputaran ekonomi masing-masing dimana produk di WAMIRA Mart diperoleh dari pelaku daerah yang memiliki ciri khas masing-masing dan konsumennya berasal dari daerah setempat atau dari luar daerah tersebut. Adapun dengan setiap produk yang didistribusikan para UMKM memiliki ciri khas atau budaya yang kental akan daerah masing-masing.

Kebudayaan bagi para UMKM merupakan nilai budi yang indetik dengan hasil akal yang tetntunya merefleksikan nilal positif yang terkandung didalamnya yang kemudian menjadi pegangan atau menjadi inovasi dalam kreativitas disetiap produknya. Melalui budaya yang ada di sekitarnya melalui tradisi yang ada dalam suatu daerah ini sangat jauh lebih menambah keberagaman disetiap produk yang dihasilkan dari setiap daera masing-masing (Mariadi dkk., 2023).

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Penelitian yang dilakukan oleh May Indah Jelita Putri tahun 2020 Dalam pengembangan ekonomi UMKM muslim di kota medan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran minimarket 212 mart dalam

pengembangan ekonomi UMKM sesuai dengan Visi, Misi, dan tujuan minimarket 212 mart

Penelitian yang dilakukan oleh Nurfitri Rahmadani Saputri, Rahman Muin dan Abdul peranan koperasi terhadap UMKM selama pandemi covid19. Hasil penelitian dalam jurnal ini menunjukkan bahwa koperasi simpan pinjam Berkat cabang Pekkabata memiliki peran yang signifikan dalam mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) selama pandemi COVID-19.

Penelitian yang dilakukan Maria Yomianti Poling, Henrikus Herdi dan Paulus Libu Lamawitak Peranan koperasi simpan pinjam dalam upaya pengembangan UMKM pada KSP kopdit ikamala. Hasil penelitian dalam jurnal ini menunjukan bahwa KSP Kopdit Ikamala memiliki peran dalam pengembangan UMKM sebagai penyedia modal usaha, penyimpanan uang selain Bank, memenuhi permodalan UMKM dan memberdayakan ekonomi masyarakat namun dalam perkembangan UMKM, KSP Kopdit Ikamala masih rendah kemampuan SDMnya.

Penelitian yang dilakukan Dedi Suprandi dengan peran koperasi syariah bengkulu berjamaah dalam pengembangan mini market 212 mart di kota bengkulu. Hasil penelitian menunjukan bahwa peran koprasi syariah bengkulu berjamaah sangat berperan penting dalam pengembangan mini market 212 mart, karena sesuai dengan visi, misi dan tujuan koperasi tersebut.

Peneltian tersebut, dapat dijadikan acuan serta sebagai petunjuk dalam menentukan keterbaruan dalam penelitian ini. Oleh karena itu

dalam penelitian yang akan dilakukan ini semaksimal mungkin berupaya dalam menentukan efisiensi WAMIRA Mart terhadap peradaban UMKM. Hal itu bisa berjalan dengan adanya kerjasama atau intervensi positif dari pihak pemerintah, dunia usaha dan perguruan tinggi dalam meningkatkan WAMIRA Mart yang berkelanjutan.

Dalam pelaksanaan WAMIRA Mart di Kabupaten Pamekasan Jawa Timur memerlukan analisis evaluasi yang baik agar pelaku UMKM mampu memahami masalah dan kebutuhan dalam menentukan tujuan, solusi yang tepat dalam mengalokasikan sumberdaya, serta kesesuaian antara rencana, proses dengan hasil secara efektif. Oleh karena itu Pemerinta Kabupaten, Pelaku UMKM dan dinas koperasi sama sama menyamakan visi dalam membangun peradaban UMKM.

Berdasarkan realitas, menarik dikaji secara akademik berkaitan dengan pengembangan UMKM ini serta eksistensi WAMIRA Mart ini yang diselenggarakan pemerintah Kabupaten Pamekasan. Penelitian ini dirumuskan degan tema **“EKSISTENSI WARUNG MILIK RAKYAT (WAMIRA) MART DALAM MENDORONG USAHA, MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN PAMEKASAN.”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola hubungan wirausaha antara pelaku UMKM dan Wamira mart ?

2. Bagaimana implementasi program WAMIRA Mart pada UMKM di Kabupaten Pamekasan ?
3. Bagaimana evaluasi program WAMIRA Mart pada UMKM di Kabupaten Pamekasan Jawa ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menggali pola hubungan wirausaha antara pelaku UMKM dan Wamira mart.
2. Untuk menganalisis implementasi program WAMIRA Mart terhadap UMKM di Kabupaten Pamekasan.
3. Untuk mengevaluasi program WAMIRA Mart terhadap UMKM di Kabupaten Pamekasan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk berbagai hal.

Diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Sebuah rujukan referensi kepustakaan untuk peneliti selanjutnya yang ingin menganalisis judul yang berhubungan dengan peran WAMIRA Mart dalam mendorong peningkatan UMKM dengan program dari Pemerintah Daerah

2. Manfaat praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang peran WAMIRA Mart dalam mendorong peningkatan UMKM.

b. Bagi Akademik UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan pustaka yang memiliki nilai manfaat dan memberikan tambahan informasi dan pengetahuan bagi para mahasiswa.

c. Bagi pemerintah Kabupaten Maupun Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak secara langsung mengenai WAMIRA Mart dalam mendorong peningkatan UMKM

E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

1. Klarifikasi Penelitian Terdahulu dan Orsinilitas

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Feby Nur Agdhani	Peran Sakinah Minimarket dalam Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Malang (Studi Kasus Sakinah Minimarket Cabang Cengkeh)	Hasil penelitian ini menunjukkan sistem pemasaran yang diterapkan adalah display product yaitu interior display dengan jenis open display dan bentuk kerjasamanya menggunakan konsinyasi atau titip jual dengan pendekatan syirkah wujuh. Kedua hasil tersebut sudah sesuai dengan syariat

			islam karena Sakinah Minimarket Cabang Cengkeh menerapkan prinsip islam.
2	Adellia Maharani dan Adie Dwiyanto Nurlukman	Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Melalui Sosial Media dan E-Commerce di Kota Tangerang	Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Pemerintah Kota Tangerang bekerja efektif sebagai fasilitator,regulator dan katalisator.
3	Muhammad Risal dan Siradjuddin	Meningatkan Peran Usaha Kecil dan Mikro Syariah Dalam Mengatasi Kemiskinan	Hasil dari peneliian ini adalah dalam pengembangan usaha kecil dan mikro syariah bukan samata-mata langkah yang harus dikelola oleh pemerintah melaikan harus ada berasma-sama karena potensi yang dimiliki para pelaku UMKM mampu mencipkan kreativitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.
4	Rahmat Kurniawan dan Azhar	Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah di Kota Padangsidempuan	Hasil dari penelitian menunjukan persepsi UMKM terhadap toko modern berdampak negatif dan positif. Dampak negatifnya ialah pendapatan UMKM mengalami penurunan sedangkan dampak positifnya ialah kehadiran toko modern memberikan motivasi kepada UMKM untuk mengevaluasi diri dari toko.
5	Nungky Wanodyatama	Peran Pemerintah Daerah Dalam	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa

	Islam, Fajar Supanto, Arisanto Soeroyo	Mengembangkan UMKM yang Terdampak COVID-19	permasalahan yang dialami UMKM, seperti penurunan penjualan, distribusi yang terhambat dan lain-lain. Pemerintah Kabupaten Malang mengeluarkan sejumlah kebijakan dalam rangka memperdayakan UMKM dalam situasi Covid-19, antara lain bantuan prasarana, fasillitasi promosi produk UMKM.
6	Anisa Ramadhanti, Sri Wahyuni, Mukhamad Zuliant	Peran Pemerintah Daerah dalam pemberdayaan UMKM Batik di Kabupaten Banyuwagi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah berperan menjadi fasiltasi, regulator dan kasalitor. Seperti menyediakan marketplace baik secara online dan offline, membuat kebijakan yang mengharuskan para UMKM Batik memproduksi dan menjual batik dengan khas batik banyuwangi.
7	Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat	Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi kasus pada kelompok usaha “Emping Jagung Kota Malang)	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pihak eksternal yaitu Dinas Koperai dan UMKM telah meberikan akses terhadap permodalan, pembinaan atau pelatihan, kegiatan promosi produk, pemasaran produk serta menyediakan sarana dan prasarana, namun beberapa pelaku UKM mengalami akses terhadap fasilitas yang

			disediakan pemerintah.
8	MR Rita, AB Kristanto, YW Nugrahanti, P Usmanij	Funding and Perfomance Patter Matrix in the Startup Phase: A Study of Stratup MSMEs in Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam permasalahan yang dialami oleh UMKM di Indonesia merupakan permasalahan terkait modal. Adanya permasalahan asimetris informasi dan kobflik keagenan yang donminasi terjadi pada level usaha kecil, semakin menghambat peluang memperoleh dana dari berbagai sumber eksternal. Khusus bagi usaha yang masih perintisan, para wirausaha dituntut untuk berfikir kreatif, berani mengambil resiko dan mandiri dalam memenuhi sumber daya untuk mewujudkan peluang usaha. Ketersediaan daya sangat berdampak pada kinerja usaha, baik secara langsgn maupun tidak langsung.
9	Muhammad Afdhal Chatra Perdana, Tulus Martua Sihombing, Debora Chrisinta, Josua Sahala,	Pengaruh Dukungan Pemerintah, Infrastruktur, dan Akses Pasar terhadap Pertumbuhan Usaha Kewirausahaan di Wilayah Perkotaan	Hasil penelitian ini menggaris bawahi pentingnya penumbuhkan lingkungan yang mendukung melalui program-program dukungan pemerintah, peningkatan infrastruktur dan peningkatan akses pasar bagi para wirausaha di Jawa Barat.
10	Fernando S. Solang, J .E.	Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil	Temuan penelitian ini menunjukan bahwa

	Kaawoan, Ismail Sumampow	Menengah Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Masyarakat di Kabupaten Minahasa Selatan	program dari Pemerintah Daerah berjalan dengan baik dimana bisa terlihat dari adanya beberapa program seperti Gebyar 2018, program peminjaman modal, program pelatihan dan bibingan usaha yang berkerjasama dengan dengan kementrian Koperasi dan UMKM. Adapun strategi dalam pememberdayaan bagi pelaku UMKM, Dinas Koperasi dan UMKM mempunyai strategi dalam perencanaan tahun 2016-2021 yang mana telah tergambar jelas mulai dari perencanaan dan langkah strategi dinas dalam pemberdayaan bagi Pelaku UMKM
11	Ahmad Dakhoir	Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemitraan dari Toko modern dengan UMKM telah terdokumentasikan namun masih blom diimplementasikan dengan baik karena kurangnya komitmen dan pengawasan yang minim. Berdasarkan hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa toko modern telah meyarap sekitar 75% tenaga kerja lokal. Terkait dengan CSR, toko modern belum menerapkan program tanggung

			jawab sosial (CSR) pada masyarakat sekitar sesuai dengan peraturan yang berlaku
--	--	--	---

2. Orisinalitas Penelitian

Berdasarkan beberapa uraian penelitian terdahulu diatas, ada beberapa kesamaan dengan penelitian saat ini terkait Pasar Modern, UMKM dan beberapa program dari pemerintahan. Namun juga terdapat perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, di antaranya;

No	Nama	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1	Feby Nur Agdhani	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian terdahulu lebih ke sistem pemasaran yang diterapkan dengan pihak swasta, sedangkan peneliti ini lebih keefisiensi WAMIRA mart dengan program pemerintah daerah	Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama sama membahas tentang meningkatkan UMKM berdasarkan pasar atau toko modern
2	Adellia Maharani dan Adie Dwiyanto Nurlukman	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian terdahulu ini menjelaskan terkait pasar online atau social media yang diberikan pemerintah kota sebagai solusi terhadap pelaku UMKM pada masa covid-19, sedangkan	Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama sama membahas terkait pengembangan UMKM baik dari peran pemerintah Kota atau Kabupaten secara langsung atau melalui program yang ada.

		penelitian ini akan menjelaskan peran pemerintah melalui program untuk pelaku UMKM dan wirausaha baru dan lebih kepada pasar offline	
3	Muhammad Risal dan Siradjuddin	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian terdahulu ini lebih mejabarkan terkait peran UMKM dalam mengurangi kemiskinan dan pengangguran sehingga meratakan perekonomian dan memberikan devisa bagi negara, sedangkan penelitian ini lebih ke peran instansi terhadap UMKM	Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama sama membahas tentang peran pemerintah dan UMKM dalam ekonomi berkelanjutan.
4	Rahmat Kurniawan dan Azhar	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian terdahulu ini lebih kepada implementasi dari toko atau pasar modern tersebut sehingga para produk UMKM setempat tidak mengalami peningkatan secara pendapatan, sedangkan dalam penelitian ini, pasar modern atau toko lebih kepada penampungan produk dari UMKM, sehingga pendapatan para pelaku UMKM memiliki peningkatan yang signifikan	Sedangkan persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini sama sama membahas terkait dampak adanya pasar modern terhadap pelaku UMKM.
5	Nungky Wanodyatama	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian	Sedangkan persamaan penelitian terdahulu

	Islam, Fajar Supanto, Arisanto Soeroyo	terdahulu yaitu penanganan pemerintah terhadap kesulitan yang alami UMKM karena Covid-19, sedangkan penelitian ini lebih kepada penanganan pemerintah daerah dalam pendistribusian hasil produksi UMKM yang tidak terlealisasi dikarenakan tidak ada wadah terhadap hasil produksi UMKM	dengan penelitian ini sama sama membahas terkait kebijakan pemerintah terhadap pelaku UMKM dalam membantu permasalahan yang dialami UMKM, baik secara pemasaran dan pelatihan bagi pelaku UMKM setempat
6	Anisa Ramadhanti, Sri Wahyuni, Mukhamad Zuliant	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian terdahulu ini lebih pelaku UMKM secara spesifik yaitu para UMKM yang memproduksi Batik, yang mana pemerintah membuat kebijakan yang mengharuskan UMKM Batik memproduksi dan menjual Batik dengan khas Batik banyuwangi, sedangkan penelitian ini tidak hanya kepada UMKM tertentu yang artinya pemerintah daerah memfasilitasi hasil produksi UMKM dalam pendistribusian	Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama sama pengelolaan UMKM yang di bantu oleh pemerintah daerah baik dalam <i>marketplace</i> secara online dan offline.
7	Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian terdahulu ini pemerintah lebih ke pengembangan UMKM melalui akses eksternal sedangkan penelitian ini lebih kepada	Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama sama memberikan akses terhadap permodalan, pembinaan atau pelatihan, kegiatan promosi produk, pemasaran produk serta menyediakan sarana

		penampungan hasil produksi UMKM yang khas akan budaya setenpat	dan prasarana
8	MR Rita, AB Kristanto, YW Nugrahanti, P Usmanij	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian terdahulu ini lebih kepada UMKM secara Nasional dengan menyoroti terhadap permodalan atau pendanaan yang nantiya akan menghambat terhadap pertumbuhan ekonomi, sedangkan penelitian ini lebih kepada UMKM tingkat daerah yang mana pemerintah memfasilitasi para pelaku UMKM	Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama sama membahas terkait peningkatan UMKM, baik secara produksi, permodalan, pelatihan dan sarana prasarana
9	Muhammad Afdhal Chatra Perdana, Tulus Martua Sihombing, Debora Chrisinta, Josua Sahala,	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian terdahulu ini peneliti lebih mengarah terhadap program pemerintah dalam peningkatan infrastruktur dan peningkatan akses pasar bagi para wirausahabaru sedangkan penelitian ini lebih kepada program pemerintah dalam memfasilitasi hasil produksi dariUMKM atau wirausahabaru	Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama sama membahas terkait beberapa program pemerintah bagi UMKM dan wirausaha baru dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, sehingga para UMKM tidak mengalami penurunan hasil produksinyang nantinya akan bermuara pada ekonomi daerah
10	Fernando S. Solang, J .E. Kaawoan, Ismail	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu	Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini

	Sumampow	yaitu dalam penelitian terdahulu ini lebih para UMKM yang berkerjasama dengan dinas koperasi & UKM sedangkan penelitian ini pemerintah tidak membedakan antara UMKM satu dengan yang lain	sama sama membahas terkait bantuan pemerintah terhadap UMKM baik secara strategi pemberdayaan, pelatihan dan permodalan
11	Ahmad Dakhoir	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian terdahulu pasar atau toko modern yang bermitra dengan UMKM tidak dimiliki pemerintahan yang mana toko atau pasar modern dimiliki oleh swasta sedangkan penelitian ini pasar atau toko modern hasil dari program pemerintah daerah untuk pelaku UMKM dalam mendistribusikan hasil produksinya.	Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama sama membahas terkait toko modern yang bermitra dengan para UMKM dalam pendistribusian produk

Berdasarkan tabel di atas maka penelitian ini memiliki beberapa persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu sama sama membahas tentang peningkatan UMKM, baik sektor produksi, pemasaran dan lain sebagainya.

F. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman makna perlu dijelaskan istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian ini. Sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Warung Milik Rakyat (WAMIRA) Mart adalah fasilitas pemasaran offline yang diberikan pemerintah daerah bagi pelaku usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) untuk menampung produk UMKM yang akan distribusikan di pasaran, agar para pelaku UMKM lokal bisa bersaing dalam global (<https://pamekasankab.go.id>).
2. Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki criteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut (Tambunan., 2009).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. UMKM

1. Pengertian UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Tambunan., 2009). Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki criteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi criteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut (Tambunan., 2009).

Di dalam Undang-Undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah

nilai kekayaan bersih atau nilai asset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki asset paling banyak Rp. 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp. 300 juta.
- b) Usaha kecil dengan nilai asset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp. 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 juta hingga maksimum Rp. 2.500.000.00, dan.
- c) Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp. 500 juta hingga paling banyak Rp. 100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp. 2,5 milyar sampai paling tinggi Rp. 50 milyar (UU UMKM, 2008).

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relayif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Usaha kecil di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Sehingga pengertiannya menyatakan pada usaha yang memiliki tenaga kerja antara 5 sampai dengan 19 orang. Sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 sampai 99 tenaga kerja (Arto & Hutomo., 2013).

Kemudian, untuk UMKM sendiri, secara umum, diartikan sebagai usaha yang memproduksi suatu barang atau jasa yang menggunakan bahan baku utamanya berdasar pada pendayagunaan sumber daya alam, bakat, serta karya seni tradisional dari daerah setempat. Adapun ciri-ciri dari UMKM yaitu bahan bakunya yang mudah diperoleh, menggunakan teknologi yang sederhana sehingga lebih mudah untuk melakukan alih teknologi, keterampilan dasar yang dimiliki pada umumnya secara turun temurun, menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, peluang pasar yang cukup luas, kemudian mayoritas produknya dapat terserap di pasar lokal atau domestik dan tidak menutup kemungkinan bahwa sebagian produknya mampu untuk diekspor. Beberapa barang tertentu memiliki ciri khas, apalagi yang terkait dengan karya seni budaya daerah dimana akan menyertakan masyarakat ekonomi lemah, sehingga secara langsung dapat menguntungkan mereka.

2. Tujuan UMKM

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil dan Menengah didirikan dengan tujuan, antara lain: Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran yang sangat penting

dalam perekonomian nasional terutama dalam meningkatkan perekonomian Daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan (Suryati., 2021).

B. Pasar

1. Pengertian Pasar

Masyarakat sebagai pelaku ekonomi merupakan faktor dominan yang turut mewarnai kegiatan pemasaran di suatu tempat atau daerah. Untuk itu pelaku bisnis yang terlibat langsung dalam suatu kegiatan pemasaran yang harus memperhatikan konsep penjualan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan konsumen dalam jangka panjang. Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting bagi masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjualan dan pembeli tetapi sebagai tempat berintraksi. Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli. Atau pasar adalah daerah atau tempat (area) yang di dalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga (Mursid M, 2014). Menurut Philip Kotler, pasar adalah tempat bagi penjual dan pembeli melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhannya (Kotler, 2001).

Dari pendapat-pendapat bahwa pasar adalah suatu tempat bertemunya para pedagang dan pembeli guna melakukan transaksi jual beli serta melakukan proses tawar menawar.

2. Pasar Modern

Pasar modern mulai berkembang di Indonesia pada tahun 1970- an, namun masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Akan tetapi, sejak tahun 1998 perkembangan pasar modern semakin berkembang seiring dengan masuknya investasi asing di sektor usaha ritel. Pasar modern mulai berkembang ke kota-kota kecil untuk mencari pelanggan. Pasar modern merupakan sektor usaha ritel, sehingga pasar modern dapat disebut juga sebagai ritel modern atau toko modern.

Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Departement Store*, *Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perlu kulakan (Sarwoko., 2008).

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang (Sarwoko., 2008).

Sedangkan menurut Andini Elisabet berpendapat bahwa pasar modern adalah jenis pasar yang penjual dan pembelinya tidak bertransaksi langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan mandiri atau dilayani pramuniaga (<https://andinielizabeth.wordpress.com>).

Dari kedua uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pasar modern adalah pasar yang menjual suatu barang yang sudah diberi label harga dan berkode namun tidak terjadi secara langsung antara penjual dan pembeli. Adapun pasar modern memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Harga sudah tertera dan diberi Barcode.
- b. Barang yang dijual beraneka ragam dan umumnya tahan lama.
- c. Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (Swalayan)
- d. Ruangan Ber-AC dan nyaman tidak terkena cahaya matahari secara langsung.
- e. Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang
- f. Tempat bersih
- g. Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke cashier dan tidak ada tawar menawar lagi.

3. Jenis-Jenis Pasar Modern

Pasar Modern sudah berkembang begitu pesat, berikut ini jenis-jenis pasar modern seperti:

a. *Departement Store*

Departement Store atau yang sering disebut toko serba ada adalah toko ritel yang memiliki ragam lini produk yang banyak serta dikelompokkan sesuai dengan kategori lini produknya seperti furniture, mainan book, peralatan rumah tangga dan peralatan olahraga.

b. *Supermarket*

Supermarket atau pasar swalayan adalah bentuk tokoh ritel yang oprasinya cukup besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume penjualan tinggi, terkelompok berdasarkan lini produksi, self service diranjang untuk memenuhi kebutuhan konsumen

c. *Minimarket*

Minimarket adalah pasar swalayan yang secara ukuran toko dan jumlah item barang yang dijual lebih sedikit daripada supermarket dan hypermarket, dimana jumlah item barang yang dijual untuk minimarket antara 3000-5000 macam yang dijual.

d. *Hypermarket*

Hypermarket adalah pasar swalayan terbesar baik dari ukuran fisik bangunan maupun jumlah barang yang dijual. Barang yang dijual di atas 15000 macam barang dagangan yang dijual.

Perbedaan karakteristik minimarket, supermarket, hypermarket, departement store dan perkulakan menurut Perpers No. 112 tahun 2007 juga disebutkan batasan luas bangunan: (Noor., 2013).

a. Minimarket, luas lantai kurang dari 400 m²

- b. Supermarket, 400 m² sampai dengan 5.000 m²
- c. Hypermarket, lebih lantai dari 5.000 m²
- d. Departement store, luas lantai lebih dari 400 m²

4. Pasar Tradisional

Pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 dijelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar (Sarwoko., 2008).

Berdasarkan uraian diatas, pasar tradisional adalah suatu pasar yang di dalamnya terjadi sebuah transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli seperti proses tawar menawar serta bangunan yang seadanya yang telah diberikan oleh pemerintah, tidak seperti pasar modern yang dimiliki atau didirikan oleh orang-orang yang memiliki saham dan modal yang besar sehingga dapat membangun pasar modern dengan dilengkapi fasilitas-fasilitas yang cukup baik. Pasar tradisional biasanya terdapat di setiap daerah. Tidak memandang apakah itu daerah perkotaan maupun daerah pedesaan. Pasar tradisional menjual berbagai macam kebutuhan, mulai dari

makanan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, elektronik, dan lain sebagainya.

5. Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional

Setiap orang pasti memiliki berbagai kebutuhan yang beraneka ragam. Macam-macam kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan mengunjungi pasar. Baik pasar modern ataupun pasar tradisional, kedua jenis pasar tersebut memiliki perbedaan (Negara., 2018), yaitu

Tabel 2.1 Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional

No	Aspek	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	Historis	Evaluasi panjang	Fenomena baru
2	Fisik	Kurang baik	Mewah dan baik
3	Kelembangaan	Milik masyarakat/desa, pemda, sedikit swasta	Swasta/ Umumnya perorangan
4	Modal	Modal lemah/subsidi/swadya masyarakat/inpers	Modal kuat/ digerakan oleh swasta
5	Konsumen	Golongan menengah ke bawah	Golongan menengah ke bawah
6	Metode Pembayaran	Ciri dilayani, tawar-menawar	Ada ciri swalayan, pasti
7	Status Tanah	Tanah negara	Tanah swasta / perorangan
8	Pembiayaan	Kadang ada subsidi	Tidak ada subsidi
9	Pembangunan	Umumnya pembangunan dilakukan pemda/ masyarakat	Pembangunan fisik umumnya swasta

10	Pedagang yg masuk	Beragam, masal dari sektor informal sampai perdagangan menengah dan besar	Pemilik modal juga pedagangnya (tunggal) atau beberapa pedagang formal skala menengah dan besar
11	Partisipatif	Bersifat masal (perdagangan kecil, menengah dan bahkan besar)	Terbatas umumnya pedagang tunggal dan menengah ke atas
12	Jaringan	Pasar regional, pasar kota, pasar kawasan	Sistem rantai korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luar
13	Transaksi	Dilakukan secara langsung, dapat melakukan proses tawar menawar	Tidak dilakukan secara langsung

C. Budaya

1. Pengertian budaya

Dalam bahasa Sanskerta, istilah "kebudayaan" berasal dari kata *budh*, yang berarti akal, yang kemudian berkembang menjadi kata *budhi* atau *bhudaya*. Oleh karena itu, kebudayaan dapat diartikan sebagai hasil pemikiran atau akal manusia. Pendapat lain menyatakan bahwa kata budaya berasal dari gabungan *budi* dan *daya*. *Budi* merujuk pada akal sebagai elemen rohani dalam kebudayaan, sementara *daya* mengacu pada perbuatan atau usaha sebagai elemen jasmani. Dengan demikian, kebudayaan dimaknai sebagai hasil dari akal dan usaha manusia (Supartono, 2009).

Dalam bahasa Inggris, istilah "kebudayaan" dikenal sebagai *culture*, yang berasal dari kata Latin *colere*, yang berarti mengolah atau mengerjakan. Kata ini juga dapat diartikan sebagai kegiatan mengolah tanah atau bertani. Dalam bahasa Indonesia, *culture* kadang-kadang diterjemahkan menjadi "kultur."

Jacobus Ranjabar dalam Abidin (2014) menjelaskan bahwa berdasarkan sifat majemuk masyarakat Indonesia, terdapat tiga golongan kebudayaan dengan karakteristik masing-masing, yaitu kebudayaan suku bangsa (kebudayaan daerah), kebudayaan umum lokal, dan kebudayaan nasional. Kebudayaan suku bangsa, yang sering disebut sebagai budaya lokal atau budaya daerah, merujuk pada kebudayaan khas setiap suku bangsa. Kebudayaan umum lokal, di sisi lain, muncul di wilayah perkotaan sebagai hasil interaksi berbagai budaya lokal yang dibawa oleh pendatang. Namun, dalam kebudayaan umum lokal, biasanya terdapat budaya dominan, yakni budaya lokal yang berkembang di kota atau wilayah tersebut. Adapun kebudayaan nasional adalah hasil akumulasi dari berbagai budaya daerah yang ada di Indonesia, membentuk identitas bersama sebagai bangsa (Yusuf dkk, 2014).

2. Unsur-Unsur Budaya

Mempelajari unsur-unsur yang terdapat dalam sebuah kebudayaan sangat penting untuk memahami kebudayaan manusia. Kluckhohn dalam bukunya yang berjudul *Universal Categories of Culture* membagi kebudayaan yang ditemukan pada semua bangsa di dunia dari sistem

kebudayaan yang sederhana seperti masyarakat pedesaan hingga sistem kebudayaan yang kompleks seperti masyarakat perkotaan (Tasmuji, 2011).

Berbagai unsur-unsur budaya sebagai berikut:

a. Bahasa

Bahasa merupakan sarana bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan sosialnya guna berinteraksi atau berhubungan dengan sesamanya. Dalam ilmu antropologi, studi mengenai bahasa disebut dengan istilah antropologi linguistik. Menurut Keesing, kemampuan manusia dalam membangun tradisi budaya, menciptakan pemahaman tentang fenomena sosial yang diungkapkan secara simbolik, dan mewariskannya kepada generasi penerusnya sangat bergantung pada bahasa. Dengan demikian, bahasa menduduki porsi yang penting dalam analisa kebudayaan manusia

b. Pengetahuan

Pengetahuan dalam kultural universal berkaitan dengan sistem peralatan hidup dan teknologi karena sistem pengetahuan bersifat abstrak dan berwujud di dalam ide manusia. Sistem pengetahuan sangat luas batasannya karena mencakup pengetahuan manusia tentang berbagai unsur yang digunakan dalam kehidupannya.

Banyak suku bangsa yang tidak dapat bertahan hidup apabila mereka tidak mengetahui dengan teliti pada musim-musim apa berbagai jenis ikan pindah ke hulu sungai. Selain itu, manusia tidak dapat membuat alat-alat apabila tidak mengetahui dengan teliti ciri-ciri bahan mentah yang mereka pakai untuk membuat alat-alat tersebut. Tiap kebudayaan selalu mempunyai suatu himpunan pengetahuan tentang alam, tumbuh-tumbuhan, binatang, benda, dan manusia yang ada di sekitarnya.

c. Sosial

Unsur budaya berupa sistem kekerabatan dan organisasi sosial merupakan usaha antropologi untuk memahami bagaimana manusia membentuk masyarakat melalui berbagai kelompok sosial. Menurut Koentjaraningrat tiap kelompok masyarakat kehidupannya diatur oleh adat istiadat dan aturan-aturan mengenai berbagai macam kesatuan di dalam lingkungan di mana hidup dan bergaul dari hari ke hari. Kesatuan sosial yang paling dekat dan dasar adalah kerabatnya, yaitu keluarga inti yang dekat dan kerabat yang lain. Selanjutnya, manusia akan digolongkan ke dalam tingkatan-tingkatan lokalitas geografis untuk membentuk organisasi sosial dalam kehidupannya.

d. Mata Penceraian Hidup

Mata pencaharian atau aktivitas ekonomi suatu masyarakat menjadi fokus kajian penting etnografi. Penelitian etnografi mengenai sistem mata pencaharian mengkaji bagaimana cara mata pencaharian suatu kelompok masyarakat atau sistem perekonomian mereka untuk mencukupi kebutuhan hidupnya.

D. Evaluasi Program

1. Pengertian Evaluasi Program

Evaluasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui informasi suatu kegiatan yang selanjutnya informasi tersebut diolah untuk menentukan alternatif yang tepat dalam pengambilan keputusan. Fungsi dari evaluasi adalah memberikan informasi yang dibutuhkan para pengelola untuk menentukan kebijakan yang akan diambil berdasarkan evaluasi yang dilakukan.

Adapun definisi Evaluasi program Menurut Tyler dalam bukunya Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa evaluasi program adalah proses untuk mengetahui suatu keberhasilan apakah sudah terealisasi. Atau bisa diartikan juga evaluasi program adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan sengaja dan menggunakan data-data yang sesuai fakta guna untuk melihat tingkat keberhasilan suatu program yang dilaksanakan ataupun program yang telah berlalu (Suharsimi Arikunto, 2011).

Daniel L. Stufflebeam dan Antony J. Mejelaskan bahwa *“Evaluation is the systematic assesment of the worth or menir of some object.”* (Daniel L. Stufflebeam & Antony, 2017), Artinya adalah Evaluasi dalah sebuah penilaian sistematis yang bermanfaat untuk menilai beberapa objek. Sementara itu Wirawan mendefinisikan evaluasi sebagai riset untuk mengumpulkan, menganalisa dan menyajikan informasi tentang objek yang akan dievaluasi dengan mebandikannya dengan indikator evaluasi lalu hasilnya digunakan untuk kebijakan pengambilan keputusan (Wirawan, 2011).

Tidak jauh beda dengan yang dikemukakan oleh pakar evaluasi Carl H. Witherington dalam bukunya Daeyanto *“Evaluation is a declaration that something has or does not have value.”* Sedangkan menurut Stufflebeam et. Dalam buku Daryanto mengungkapkan *“Evaluation is the process of delineating obtaining providing useful information for judging decision alternatives.”* Evaluasi adalah sebuah proses penggambaran, pemerolehan dan penyajian informasi yang gunanya untuk menilai alternatif dalam keputusan (Daryanto, 2010).

Dari beberapa pendapat diatas dapat diketahui bahwa evaluasi memiliki cirikhas sebagai berikut:

- a. Sebagai kegiatan yang sistematis, karena kegiatan yang dilakukan bersifat berkelanjutan dan diharuskan untuk dievaluasi setiap akhir program.

- b. Dalam melaksanakan evaluasi dibutuhkan data yang valid sesuai dengan fakta dan realita yang ada gunanya untuk mempermudah pengambilan keputusan yang diambil.
- c. Kegiatan evaluasi tidak lepas dari tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Program adalah suatu kebijakan atau rangkaian kegiatan yang berkesinambungan dilaksanakan dengan proses waktu yang panjang, tak hanya itu satu program biasanya terdiri lebih dari satu kegiatan yang disepakati oleh pengelola dengan melibatkan lebih dari satu orang untuk melaksanakan (Sukardi, 2014).

Evaluasi program berkaitan erat dengan adanya perencanaan program, sumber daya manusia dan lain sebagainya. Dalam mengevaluasi program evaluator harus mengerti seberapa besar mutu serta kondisi hasil pelaksanaan program, yang nantinya hasil tersebut dibandingkan dengan standar kualifikasi tingkat ketercapaian program yang ada, maka dengan ini evaluator bisa menyimpulkan serta mengetahui kekurangan dan kelebihan program yang telah dilaksanakan hingga mendapatkan keputusan yang sesuai (Miswanto, 2016). Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa evaluasi program adalah suatu proses pengumpulan data yang hasilnya digunakan untuk pengambilan keputusan serta untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat keberhasilan program yang telah dilaksanakan.

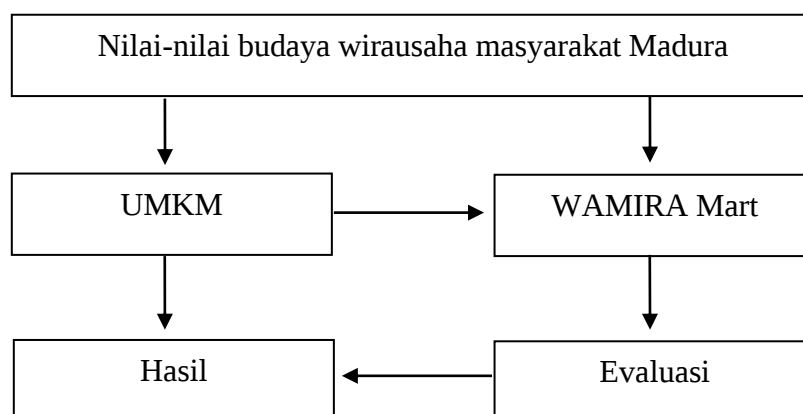
2. Tujuan Evaluasi Program

Tujuan adanya evaluasi program adalah untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu program baik yang sudah terlaksana maupun yang sudah berlalu, yang mana hasil dari evaluasi akan dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan. Tujuan evaluasi program diantaranya:

- a. Membantu perencanaan dan memberikan solusi dalam setiap pelaksanaan program.
- b. Membantu dalam pemodifikasian program.
- c. Mengetahui informasi kelebihan dan kekurangan dalam suatu program.
- d. Memperoleh penentuan keberlangsungan program.
- e. Memberikan sumbangan dalam pemahaman proses psikologi, sosial dan politik dalam pelaksanaan program serta faktor-faktor yang mempengaruhi program (Tien Rafida & Rusydi Ananda, 2017).

E. Kerangka Berfikir

Gambar 2.2. Kerangka Berfikir



Dalam kerangka berfikir ini dari Wirausaha masyarakat Kabupaten Pamekasan yang memiliki ciri khas akan kebudayaan setempat yang kemudian dijadikan bahan oleh pelaku UMKM, baik dalam bidang makanan atau karya kesenian yang nantinya di alokasikan kepada WAMIRA Mart yang mana WAMIRA Mart sendiri menjadi fasilitas pemasaran bagi pelaku UMKM,

Setelah beberapa implementasi maka perlu kiranya ada bahan analisis evaluasi, guna menjadikan pertimbangan dalam tahapan-tahapan kedepannya, yang nantinya hasil dari analisis evaluasi tersebut menjadi masukan terhadap semua pihak yang bersangkutan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat penelitian lapangan (*fiel research*). Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Pamekasan, selain itu penelitian ini juga dikatakan sebagai penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berfikir induktif.

Melalui penelitian ini peneliti memahami objek, mengetahui apa yang mereka alami, selain itu peneliti juga menggunakan pendekatan *Etnografi* yang mana pendekatan ini dilaksanakan secara mendalam melalui keterlibatan langsung peneliti dalam masyarakat yang ditelitinya dengan mengambil satu kelompok sosial sebagai kasus (Ari Kamayanti, 2021).

B. Kehadiran Penelitian

Kehadiran peneliti disini sangatlah penting karena peneliti disini berperan sebagai pengamat dan instrumen penelitian. Instrumen penelitian atau alat pengumpulan data sangatlah tepat karena pada penelitian kualitatif kedudukan peneliti cukup rumit, sekaligus merupakan perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis dan pelapor hasil penelitian.

Seorang peneliti dalam meneliti sebuah kasus maka harus hadir dilapangan pada saat penelitian dilakukan dilapangan dan peneliti menjadwal sesuai dengan objek dilapangan, agar waktu dan tempat

penelitian tidak bentrok dengan jadwal lain. Sehingga akan memudahkan dalam penelitian. Peneliti harus benar-benar menggunakan waktu yang semaksimal mungkin ketika observasi maupun ketika penelitian berlangsung guna mendapatkan informasi atau data penting. Agar data yang diperoleh lengkap, maka peneliti harus berinteraksi dengan pihak yang terlibat dalam program sepuluh ribu tangan biru atau kalau yang diterapkan di Kabupaten Pamekasan diistilahkan dengan istansi WAMIRA Mart.

C. Latar Penelitian

Pada penelitian ini peneliti memilih Kabupaten Pamekasan sebagai tempat dalam penelitian ini. Adapun pemilihan tempat penelitian di Kabupaten Pamekasan karena ada beberapa fenomena menarik di Kabupaten Pamekasan ini, mulai dari program WAMIRA MART yang dijadikan sebagai program unggulan di bidang ekonomi, pelaksanaan adanya WAMIRA MART adalah salah satu harapan besar untuk pembangunan ekonomi khususnya para pelaku UMKM tersebut. Tetapi pada realitanya masih sedikit wilayah yang berpartisipasi didalamnya.

D. Data dan Sumber Data Penelitian

Menurut Moleong, sumber data penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti dan benda-benda yang sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumennya (Suharsimi Arikunto, 2019)

Untuk memperoleh data yang nyata, maka sumber data yang digunakan pada penelitian ini diambil dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang dicatat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan peneliti (Husain Umar, 2011).

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak atau perilaku yang dilakukan oleh subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Data primer ini didapatkan melalui informan yang berhubungan dengan variabel penelitian.

Untuk memperoleh fakta secara jelas dan detail, maka peneliti menjadikan Bupati sebagai sumber data primer sebagai penyelenggara program, Dinas Koperasi & UKM sebagai komunikator antara penyelenggara dan dengan pelaksana program, pelaku UMKM sebagai pelaksana program, akademisi sebagai evaluator serta organisasi ekonomi seperti MES dan lembaga lainnya sebagai refrensentatif dalam pelaksanaan dan evaluasi program WAMIRA Mart di Kabupaten Pamekasan.

2. Data Sekunder

Data sekunder data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat dan lain-lain).

Data ini diperoleh dari instansi terkait.

E. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan hal yang esensial. Pengumpulan data dalam penelitian ini tidak seperti instrumen seperti penelitian kuantitatif, akan tetapi pengumpulan data dalam penelitian ini instrumen utamanya adalah peneliti itu sendiri (*human instrument*) (M Djunaidi Ghony & Fauzan Al-Manshur, 2014). Teknik pengumpulan data adalah salah satu langkah yang sangat strategis dalam sebuah penelitian. Sebab tujuan dari sebuah penelitian adalah mendapatkan data (Sugiono, 2016).

Dalam penelitian ini data akan dikumpulkan melalui:

1. *Observasi*, adalah salah satu cara pengumpulan data yang utama dalam mengkaji situasi sosial yang dijadikan sebagai objek (Iskandar, 2008).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipan yang mana peneliti bertindak sebagai pencari data dan informasi fakta yang terjadi tanpa bertindak sebagai informan. Adapun observasi diklasifikasikan menjadi dua macam, diantaranya:

- a. Observasi partisipasi yaitu suatu bentuk observasi dimana peneliti berpartisipasi dan terlibat dalam kegiatan yang

diteliti. Dalam hal ini peneliti memiliki fungsi ganda, yang pertama sebagai peneliti yang tidak diketahui dan dirasakan oleh anggota yang lain, dan kedua sebagai anggota kelompok yakni peneliti berperan aktif sesuai dengan tugas yang dipercayakan kepadanya.

- b. Observasi non-partisipasi Observasi non-partisipan yaitu suatu bentuk observasi dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang diteliti, atau juga bisa dikatakan peneliti tidak ikut serta dalam kegiatan yang diteliti tersebut (Muri Yusuf, 2014).

2. *Interview* (wawancara), adalah percakapan antara dua pihak dengan maksud-maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak yang terdiri dari pewawancara yakni pihak yang mengajukan pertanyaan-pertanyaan, dan terwawancara yakni pihak yang menjawab terhadap pertanyaan yang ditanyakan oleh pihak pewawancara (Lexy J, Moleong, 2014). Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dimana selain menyiapkan pertanyaan khusus peneliti juga menyampaikan pertanyaan tambahan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail. Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah Bupati, Dinas koperasi & UKM, Pelaku UMKM, Pengelola WAMIRA Mart dan Pengamat Ekonomi.

3. Dokumentasi, dari asal katanya adalah dokumen, barang-barang tertulis didalam melaksanakan metode ini, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan lain sebagainya.

F. Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan dan Taylor adalah sebagai proses yang mencari usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan ide seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan tema dan ide. Lebih singkat dari Gay analisis data adalah dilakukan dengan menguji kesesuaian antara data dengan yang lain (Nawawi, 2018).

Menurut Miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersama, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Terjadi kebersamaan berarti reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi sebagai sesuatu yang jalin-menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis (Ulber Silalahi, 2009). Dibawah ini beberapa teknik analisis data adalah sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Data Reduksi)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti

dilapangan, maka jumlah data akan semakin banyak. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data reduksi data. Jadi mereduksi data adalah mengungkap, memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting (Sugiyono, 2014).

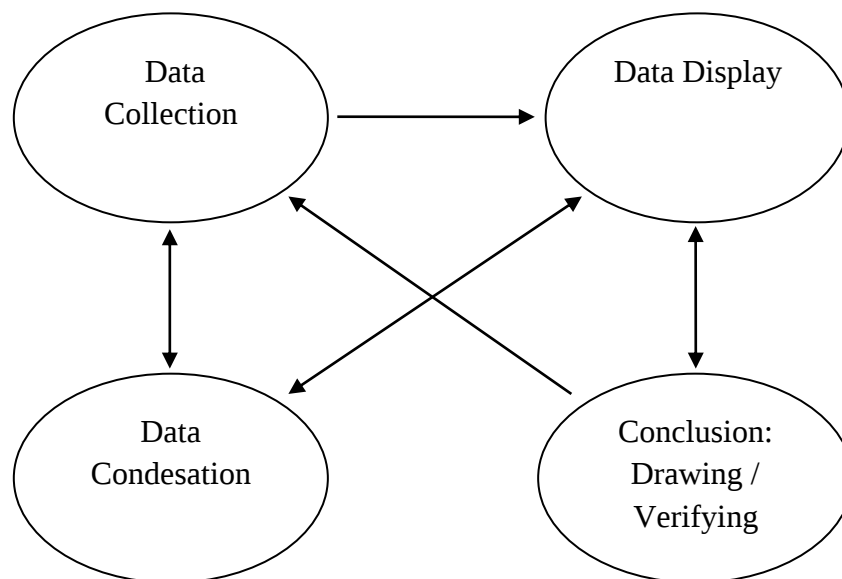
2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah mereduksi data atau penyajian data pada tahap berikutnya adalah *display* data atau penyajian data dalam bentuk narasi teks. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Melalui penyajian data, maka data terorganisir, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2014).

3. *Conclusion Drawing* (Kesimpulan)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Milen dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hal ini adalah merupakan analisis lanjutan dari reduksi data dan penyajian data. Dengan kata lain analisis penelitian kualitatif dimulai dari reduksi data, penyajian data dan terlahir verifikasi, inti temuan penelitian secara eksplisit. Teknik analisis dalam istilah ini Arief Furqan adalah teknik *Reflective Thinking* (Nawawi, 2014).

Berikut adalah gambaran konsep analisis data (Miles & Huberman, 1992).



G. Keabsahan Data

Uji validasi dan uji reliabilitas pada penelitian kualitatif bisa dilakukan pada alat agar hasilnya valid dan sesuai dengan instrumen penelitian, sehingga data yang diperoleh dari penyebaran instrumen peneliti sesuai dengan data yang diinginkan. Adapun beberapa langkah dalam uji keabsahan data meliputi: (Emzir, 2012).

1. Perpanjangan keikutsertaan seperti yang diungkapkan diatas, peneliti dalam penelitian kualitatif adalah instrumen itu sendiri. Dengan perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan. Pada penelitian ini peneliti melakukan perpanjangan keikutsertaan karena data yang didapat kurang lengkap.

2. Ketekunan pengamatan ialah untuk memungkinkan peneliti kualitatif terbuka terhadap pengaruh ganda, yaitu faktor-faktor kontekstual dan pengaruh bersama pada peneliti dan subjek yang akhirnya memengaruhi fenomena yang diteliti. Berbeda dengan hal itu, ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Peneliti mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara terus-menerus dalam memahami suatu gejala, kemudian mengkaji secara rinci.
3. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan cara menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.
4. uraian rinci dalam penelitian kualitatif membangun keter-alihan dilakukan dengan cara uraian rinci (*think description*). Dalam teknik ini peneliti menguraikan penelitiannya dengan sedetail mungkin yang menggambarkan konteks tempat penelitian dilaksanakan. Jadi uraian rinci merupakan data yang diperoleh dan dipaparkan secara rinci sehingga peneliti mudah untuk mengerti temuan-temuan yang dihasilkan selama meneliti. Uraian rinci yang dimaksud dalam hal ini

yaitu usaha menguraikan data-data dalam bentuk narasi yang dalam penyusunannya disesuaikan dengan fokus penelitian (Emzir, 2012).

H. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tahapan-tahapan yang dikemas oleh Bodgan dalam penelitian *fiel research*, yaitu:

1. Pra Lapangan

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan (Sugiyono, 2016).

Tahap pra lapangan yang dilakukan antara lain: studi riset tentang UMKM di Pamekasan, penyusunan instrumen wawancara dan berkomunikasi dengan beberapa pihak yang bersangkutan.

2. Analisis di Lapangan

Analisis data kualitatif, dilakukan saat pengumpulan data berlangsung. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

Dalam analisis lapangan maka peneliti harus memahami latar penelitian agar mengetahui situasi dan kondisi, serta dapat

menyesuaikan dirinya dengan tempat penelitian dan berperan serta sambil mengumpulkan data

3. Analisis Intensif

Analisis selama dilapangan, dalam proses penelitian kualitatif setelah memasukik lapangan, dimulai dengan menetapkan seseorang informan kunci “*key informant*” yang merupakan informasi yang berwibawa dan dipercaya mampu “membukakan pintu” kepada peneliti untuk memasuki obyek penelitian. Setelah itu peneliti melakukan wawancara kepada informan tersebut, dan mencatat hasil wawancara. Setelah itu perhatikan peneliti pada obyek penelitian dan memulai mengajukan pertanyaan deskriptif, dilanjutkan dengan analisis terhadap hasil wawancara (Sugiyono, 2016). Berdasarkan hasil dari analisis wawancara selanjutnya peneliti melakukan analisis domain. Yaitu analsis terhadap daerah penelitian (Daryanto, 1997).

Dalam hal ini peneliti menyusun data yang sudah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga dianalisis dan membentuk suatu laporan penelitian, yang mana dalam penyusunan laporan penelitian ini peneliti berpedoman kepada Panduan Penulisan Karya Ilmiah (PPKI) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Selanjutnya, karya ilmiah ini peneliti konsultasikan kepada dosen pembimbing guna dikoreksi dan disetujui untuk merealisasikan tesis sebagai pengesahan karya persyaratan gelar magister strata dua.

Handoko (2024) Mengemukakan bahwa tahap-tahap penelitian adalah suatu rencana yang membimbing peneliti dalam proses pengumpulan,

analisis, dan interpretasi observasi. Dalam metode etnografi, peneliti menggambarkan, menganalisis, dan menginterpretasikan budaya dengan menekankan teknik pengumpulan data observasi dan catatan lapangan. Hasil akhirnya adalah deskripsi budaya yang memasukkan pandangan partisipan (emic perspective) serta pandangan sebagai peneliti (etic perspective). Tahap-tahap penelitian sebagai berikut:

1. Memilih sebuah proyek etnografi

Cakupan proyek ini bisa sangat beragam, mulai dari menangani masalah kompleks di masyarakat hingga sekadar meneliti suatu situasi sosial tertentu. Bagi pemula, disarankan untuk mempersempit cakupan proyeknya pada satu situasi sosial saja, agar dapat diselesaikan dalam waktu yang masuk akal. Setiap situasi sosial selalu mencakup tiga elemen utama: lokasi, pelaku, dan kegiatan

2. Melakukan wawancara etnografi

Pertanyaan yang ada dalam benak peneliti berfungsi sebagai panduan untuk menentukan apa yang perlu diamati dan didengar, sekaligus menjadi alat untuk mengumpulkan data.

3. Mengumpulkan data entografi

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui teknik observasi, wawancara, analisis dokumen, dan pencatatan lapangan.

4. Menganalisis data etnografi

Catatan lapangan selalu diikuti dengan analisis data yang menghasilkan pertanyaan baru dan hipotesis tambahan. Semakin

banyak data dan catatan lapangan yang terkumpul, semakin banyak analisis yang dilakukan. Siklus ini akan terus berlanjut hingga penelitian selesai.

5. Menulis etnografi

Untuk menghidupkan budaya yang telah diteliti, peneliti perlu menyajikan hasil penelitiannya dalam bentuk tulisan. Tulisan etnografi memungkinkan pembaca merasakan pemahaman yang mendalam tentang orang-orang, cara hidup mereka, serta situasi dan hubungan di dalamnya.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Latar Penelitian

1. Geografi dan Iklim Kabupaten Pamekasan

Wilayah Kabupaten Pamekasan terletak pada koordinat $06^{\circ}51'$ - $07^{\circ}31'$ Lintang Selatan dan $113^{\circ}09'$ - $113^{\circ}58'$ Bujur Timur. Di bagian utara dan selatannya, kabupaten ini berbatasan langsung dengan Laut Jawa dan Selat Madura. Sementara itu, di barat berbatasan dengan Kabupaten Sampang, dan di timur berbatasan dengan Kabupaten Sumenep. Secara administratif, luas Kabupaten Pamekasan adalah $792,30 \text{ km}^2$, yang setara dengan sekitar 1,71 persen dari total luas Provinsi Jawa Timur. Luas Pamekasan merupakan yang terkecil di antara empat kabupaten yang ada di Madura.

Ketinggian wilayah di Kabupaten Pamekasan bervariasi, dengan titik tertinggi mencapai sekitar 312 meter dan terendah sekitar 6 meter di atas permukaan laut. Sekitar 46 persen dari total wilayah terdiri atas tanah jenis regosol. Tanah litosol mencakup 19.084 hektar (24%), sedangkan tanah mideteran memiliki luas $173,75 \text{ km}^2$. Sisa luas wilayah, sekitar 8 persen, terdiri dari tanah alluvial. Permukaan tanah di Kabupaten Pamekasan cenderung datar, dengan 76 persen wilayah memiliki kemiringan di bawah 15 derajat, 18 persen di antara 15-25 derajat, dan 6 persen lainnya berada di atas 25 derajat. Berdasarkan tekstur tanah, Kabupaten Pamekasan terbagi menjadi tiga kategori: 90,5 persen dengan tekstur sedang, 8,3 persen dengan tekstur halus,

dan 1,2 persen dengan tekstur kasar (BPS Kabupaten Pamekasan, 2022).

Kabupaten Pamekasan terdiri dari 13 kecamatan. Kecamatan Batumarmar adalah yang terluas, mencakup 12,25 persen dari total wilayah kabupaten. Diikuti oleh Kecamatan Palengaan dengan 11,17 persen, dan Kecamatan Pegantenan yang mencakup 10,86 persen. Sebaliknya, Kecamatan Pamekasan dan Kecamatan Pakong memiliki luas wilayah terkecil, masing-masing kurang dari 4 persen dari total wilayah kabupaten. Sebagian besar wilayah Pamekasan tidak berada di daerah pesisir. Terdapat 124 desa di dataran, dengan 42 desa terletak di daerah punggung bukit atau lereng. Selain itu, 23 desa berada di daerah pesisir yang menghadap Selat Madura di selatan dan Laut Jawa di utara.

Ada enam kecamatan memiliki garis pantai, yaitu Kecamatan Tlanakan, Pademawu, Galis, Larangan, Batumarmar, dan Pasean. Data curah hujan dan hari hujan untuk tahun 2019 tidak tersedia, sehingga analisis menggunakan data tahun sebelumnya. Pada tahun 2018, Pamekasan mengalami hujan selama sepuluh bulan, dengan hari hujan terbanyak terjadi pada bulan Januari, mencapai 16 hari. Curah hujan tertinggi tercatat pada bulan Januari, dengan rata-rata 353 mm (BPS Kabupaten Pamekasan, 2022).

2. Ketenagakerjaan Kabupaten Pamekasan

Penyediaan tenaga kerja bersifat terbatas karena tidak semua penduduk dapat dianggap sebagai tenaga kerja. Hanya penduduk yang telah mencapai usia minimum tertentu yang diakui sebagai tenaga kerja potensial, yaitu kelompok penduduk yang aktif secara ekonomi, dikenal sebagai Angkatan Kerja. Angkatan kerja mencakup penduduk usia kerja (15 tahun ke atas) yang sedang bekerja, memiliki pekerjaan namun sementara tidak bekerja, dan yang menganggur. Di Kabupaten Pamekasan, jumlah angkatan kerja mencapai 65,88 persen, terdiri dari 63,84 persen penduduk yang bekerja dan 2,04 persen yang menganggur. Dari jumlah penduduk yang bekerja, 79,02 persen adalah laki-laki dan 53,77 persen adalah perempuan.

Jumlah penduduk yang tidak termasuk angkatan kerja, seperti yang bersekolah, mengurus rumah tangga, dan melakukan kegiatan lainnya di Kabupaten Pamekasan, mencapai 34,12 persen. Pada tahun 2021, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) di kabupaten ini adalah 65,88 persen, yang berarti sekitar 65 atau 66 dari setiap 100 penduduk usia kerja sedang bekerja atau mencari pekerjaan. Sementara itu, 34,12 persen lainnya terlibat dalam aktivitas seperti sekolah dan mengurus rumah tangga. Jika dibandingkan dengan TPAK tahun 2020, terjadi penurunan sebesar 3,94 persen. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) menunjukkan persentase pengangguran dalam jumlah angkatan kerja, di mana TPT Kabupaten Pamekasan pada tahun 2021 adalah 3,10

persen, yang menunjukkan bahwa 3,10 persen penduduk usia kerja mengalami pengangguran.

Penduduk yang menganggur merujuk pada mereka yang secara aktif mencari pekerjaan, sedang mempersiapkan usaha atau pekerjaan baru, tidak mencari pekerjaan karena merasa tidak mungkin mendapatkannya, atau kelompok yang tidak aktif mencari pekerjaan karena sudah memiliki pekerjaan namun belum mulai bekerja (BPS Kabupaten Pamekasan, 2022).

3. Kemiskinan Kabupaten Pamekasan

Definisi kemiskinan menurut BPS adalah ketidakmampuan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar, baik dalam hal makanan maupun non-makanan. Kemampuan dalam memenuhi kebutuhan ini diukur melalui pengeluaran konsumsi per kapita. Penduduk dianggap miskin jika pengeluaran per kapita per bulannya berada di bawah Garis Kemiskinan. Secara umum, persentase penduduk miskin di Pulau Madura mengalami peningkatan antara tahun 2019-2020.

Jika dilihat per kabupaten, Pamekasan memiliki persentase terendah. Pada tahun 2021, persentase penduduk miskin di Pamekasan mencapai 15,30 persen, naik dari 14,60 persen pada tahun sebelumnya. Kabupaten Sampang tetap memiliki persentase penduduk miskin tertinggi di Madura, yaitu 23,76 persen. Untuk mengukur kemiskinan, digunakan beberapa indikator, termasuk indeks kedalaman (P1) dan indeks keparahan (P2).

Indeks kedalaman di Kabupaten Pamekasan menunjukkan peningkatan yang perlahan selama tiga tahun terakhir, dari 1,85 pada tahun 2019 menjadi 1,90 pada tahun 2021. Ini menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran penduduk miskin di Pamekasan semakin jauh dari garis kemiskinan. Sementara itu, indeks keparahan di Kabupaten Pamekasan mencapai 0,40, yang merupakan angka tertinggi sejak tahun 2017, menandakan semakin besarnya ketimpangan dalam pengeluaran di kalangan penduduk miskin. Baik indeks kedalaman (P1) maupun indeks keparahan (P2) di Pamekasan mengalami sedikit kenaikan pada tahun 2021 dibandingkan tahun 2020 (BPS Kabupaten Pamekasan, 2022).

4. Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Pamekasan

Perekonomian Kabupaten Pamekasan berdasarkan besaran Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku Tahun 2021 mencapai Rp 17.659,2 miliar rupiah dan atas dasar harga konstan 2010 mencapai Rp 11.496,2 miliar rupiah. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Pamekasan tahun 2021 dibandingkan tahun 2020 mengalami kenaikan dan tumbuh positif sebesar 3,41 persen. Pada tahun 2021 Kabupaten Pamekasan berhasil bangkit dari kontraksi ekonomi karena pandemi covid 19. Pada tahun 2020 dari sisi produksi, terdapat 11 dari 17 kategori lapangan usaha mengalami kontraksi karena pandemi covid-19, namun pada tahun 2021 16 kategori lapangan usaha Kabupaten Pamekasan mengalami kenaikan dan tumbuh positif.

Hanya satu kategori yang mengalami penurunan yaitu pertambangan dan penggalan. Sedangkan lima kategori dengan pertumbuhan tertinggi yaitu kategori transportasi dan perdagangan tumbuh sebesar 8,17 persen, kategori Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor tumbuh sebesar 6,76 persen, kategori Informasi dan Komunikasi tumbuh sebesar 6,74 persen, kategori pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang sebesar 5,97 persen, dan kategori jasa kesehatan dan kegiatan sosial tumbuh sebesar 4,99 persen. Struktur perekonomian Kabupaten Pamekasan menurut lapangan usaha Tahun 2020 didominasi oleh tiga lapangan usaha utama yaitu kategori Pertanian, Kehutanan dan Perikanan sebesar 32,37 persen, kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 20,72 persen, dan kategori konstruksi dengan kontribusi sebesar 10,29 persen. Salah satu indikator tingkat kemakmuran penduduk di suatu daerah/wilayah dapat dilihat dari nilai PDRB per kapita. Nilai PDRB Perkapita Kabupaten Pamekasan atas dasar harga berlaku tahun 2021 sebesar 20,69 juta rupiah, sedangkan atas dasar harga konstan sebesar 13,08 juta rupiah (BPS Kabupaten Pamekasan, 2022).

Nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku Tahun 2021 mencapai Rp 17.659,2 miliar rupiah dan atas dasar harga konstan 2010 mencapai Rp 11.496,2 miliar rupiah. Pada tahun 2020, dari 7 komponen pengeluaran, hanya komponen ekspor yang tetap eksis mengalami pertumbuhan positif sebesar 2,77 persen.

Sedangkan 6 komponen lainnya mengalami kontraksi karena pandemi covid-19, namun pada tahun 2021, perekonomian Kabupaten Pamekasan bangkit dan mengalami pertumbuhan positif di 8 kategori. Pertumbuhan tertinggi yaitu Perubahan Inventori tumbuh sebesar 59,50 persen, Ekspor tumbuh sebesar 7,08 persen, Impor tumbuh sebesar 3,16 persen, Pengeluaran konsumsi rumah tangga tumbuh sebesar 2,51 persen, pengeluaran LNPRRT tumbuh sebesar 2,32 persen, Pembentukan Modal Tetap Bruto tumbuh sebesar 1,49 persen, dan Konsumsi Pemerintah tumbuh sebesar 0,70 persen. Meningkatnya kinerja komponen pengeluaran merupakan bagian dari pemulihan ekonomi akibat pandemi covid-19 yang sempat menghambat keberlangsungan aktivitas ekonomi serta mobilitas di Kabupaten Pamekasan.

Komponen pengeluaran dengan kontribusi terbesar terhadap PDRB Kabupaten Pamekasan adalah Konsumsi Rumah Tangga sebesar 70,30 persen, selanjutnya Pembentukan Modal Tetap Bruto sebesar 30,26 persen, Konsumsi Pemerintah 12,93 persen, Konsumsi LNPRRT sebesar 1,48 persen, Perubahan Inventori sebesar 0,53 persen dan Ekspor sebesar 37,07 persen, dan sebagai faktor pengurang Impor sebesar 52,56 persen. Perkembangan harga rata-rata seluruh komponen sampai dengan tahun 2021, menunjukkan indeks implisit sebesar 153,61. Artinya jika dibandingkan dengan tahun 2010 (tahun dasar), maka harga pada tahun 2020 berkembang hingga hampir 1,5 kali lipatnya (BPS Kabupaten Pamekasan, 2022).

B. Paparan Data

1. Pola Hubungan Wirausaha antara Pelaku UMKM Dan WAMIRA Mart

Proses berjalannya WAMIRA Mart tentu tidak lepas dengan kondisi dimana para pelaku harus memperhatikan budaya serta kondisi dimana program ini dijalankan sehingga program ini bisa dengan mudah diterima dan dipercaya oleh Masyarakat setempat. Karena dalam menjalankan program ini tentu membutuhkan yang namanya interaksi secara langsung seperti diungkapkan oleh Bupati Pamekasan Periode 2018-2023 dalam wawancara berikut ini:

“Sesuai harapan serta tujuan adanya WAMIRAMart ini, maka tentu yang paling mendasar adalah bagaimana terjalin komunikasi yang baik serta efektif antara pelaku WAMIRA Mart dengan pelaku UMKM dan hal itu bisa dengan mudah apabila semuanya bisa saling menyampaikan apa yang menjadi keinginan mereka oleh karena itu sangat dianjurkan dalam program ini agar pelaku WAMIRA Mart bisa bertemu langsung dengan pelaku UMKM sehingga dapat dengan mudah mengetahui secara langsung terhadap apa yang menjadi milik pelaku UMKM dan dapat dengan mudah melakukan transaksi dan ini sangat bagus dalam perjalanan bisnis yang tanpa melalui pihak ketiga dengan kata lain penjual bisa bertemu langsung dengan pemilik produk tanpa perantara. Hal ini juga berfungsi agar dapat membangun hubungan sosial yang baik antara pelaku UMKM dengan para pelaku WAMIRA Mart” (Tamam, 2024).

Selain itu juga hal serupa disampaikan oleh narasumber wawancara ketua oleh kepala dinas koperasi sebagai berikut:

“Oleh karena itu antara pihak terkait bisa saling memahami kondisi sosial yang terjadi agar supaya dalam perjalanan WAMIRA Mart sesuai dengan kondisi sosial yang ada bahkan bisa menyesuaikan dengan produk lokal yang dihasilkan oleh pelaku

UMKM setempat. Saya sangat berharap perjalanan WAMIRA Mart ini benar benar sesuai dengan potensi lokal yang ada di daerah masing masing seperti daerah pesisir yang produk dari UMKMnya berasal dari hasil laut, bagian pinggir kota para pengarajin batik dan bagian lainnya dari hasil tani, dengan menggunakan pendekatan yang sesuai dengan kondisi sosial masing masing. Penting diperhatikan bahwa dalam menjalankan program ini semua yang terlibat harus mampu memahami peran dari masing masing stakeholder agar dapat menjalankan fungsinya dengan baik” (Muttaqin, 2024).

Selain itu, juga disampaikan oleh salah satu pihak WAMIRA Mart dalam hasil wawancara sebagai berikut

“Saya sangat berharap agar program ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang maksimal. Untuk mencapai tujuan ini, menjaga hubungan baik dengan para pelaku UMKM adalah hal yang sangat penting. Kebetulan, saya sering bertemu dan berkomunikasi dengan mereka, terutama karena banyak dari mereka adalah tetangga dekat saya. Dalam budaya yang ada di sini, komunikasi sehari-hari memiliki peran yang sangat penting. Dengan adanya agen bermitra ini, WAMIRA Mart mampu menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan komunitas lokal sekaligus memberdayakan pelaku usaha kecil di sekitar. Oleh karena itu, saya selalu berusaha untuk membangun dan menjaga hubungan yang harmonis agar kerjasama ini bisa berjalan dengan lancar dan saling mendukung” (Syafik, 2024).

Dalam menjawab keberhasilan program WAMIRA Mart ini tentunya sangat bergantung pada dampak nyata bagi pelaku UMKM sehingga pelaku UMKM mampu memahami pola dalam program WAMIRA Mart. hal ini disampaikan oleh salah satu pelaku UMKM dalam wawancara berikut ini:

“Sebelumnya, saya kurang begitu tahu tentang WAMIRA Mart ini. Namun, karena saya sering didatangi oleh pemilik WAMIRA Mart, beliau banyak menjelaskan kepada saya tentang

proses kerja WAMIRA Mart, tujuannya, hingga rencana pengembangannya ke depan. Dari situlah saya mulai sedikit memahami apa sebenarnya tujuan utama WAMIRA Mart dan bagaimana konsepnya berjalan. Selain itu, beliau juga menjelaskan peran penting agen bermitra dalam mendukung operasional dan pengembangan WAMIRA Mart, terutama dalam menjangkau lebih banyak masyarakat” (Somad, 2024).

Dalam konteks hubungan wirausaha antara pelaku UMKM dengan WAMIRA Mart, interaksi langsung antara pelaku UMKM dan elemen-elemen yang terlibat dalam program WAMIRA Mart memiliki peran yang sangat penting. Interaksi ini memungkinkan terciptanya komunikasi yang intensif dengan tujuan utama memahami esensi dan tujuan program tersebut. Selain itu, komunikasi ini juga mencakup upaya untuk mengenal budaya serta nilai-nilai sosial masyarakat setempat.

Pendekatan ini menjadi strategi penting agar produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM tidak hanya memiliki nilai ekonomis, tetapi juga merepresentasikan kekayaan budaya lokal. Dengan demikian, setiap produk UMKM yang diintegrasikan dalam program WAMIRA Mart dapat mengangkat identitas budaya setempat sekaligus menciptakan nilai tambah bagi pelaku usaha dan masyarakat luas.

2. Implementasi Program WAMIRA Mart Terhadap UMKM Di Kabupaten Pamekasan

WAMIRAMart merupakan program yang digagas oleh pemerintah Kabupaten Pamekasan dalam mengkomodifikasi hasil produk dari pelaku UMKM di Kabupaten Pamekasan. Sehingga dalam proses implementasi program ini melalui berbagai prosedur maupun tahapan

yang harus dilalui sehingga program ini bisa menyentuh terhadap pelaku UMKM. Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bupati Pamekasan 2018-2023 sebagai berikut ini:

“Saya menggagas program WAMIRAMart ini sebenarnya karena melihat kondisi yang ada di Kabupaten Pamekasan yang sangat banyak menghasilkan produk produk UMKM namun kurang menemukan pasar untuk produk yang dihasilkan tersebut. Oleh karena itu hal yang pertama kami lakukan adalah sosialisasi program WAMIRAMart ini agar masyarakat umum juga mengetahui tentang program ini karena sebenarnya program ini memang diperuntukkan bagi masyarakat umum yang pengelolannya nanti kami memasrahkan sepenuhnya terhadap rakyat yang nanti menjadi pilihan dalam pelaksana warung milik rakyat ini” (Tamam, 2024).

Sosialisasi program merupakan langkah awal yang dilakukan oleh pemerintah dalam mengimplementasikan program WAMIRAMart ini yang tujuannya agar program tersebut diketahui oleh masyarakat umum dan dapat dipahami bahwa program ini diperuntukkan bagi masyarakat umum terutama pelaku UMKM di Kabupaten Pamekasan.

“Nah, setelah sosialisasi program ini dilakukan oleh pemerintah maka langkah selanjutnya adalah pemerintah memberikan kesempatan kepada masyarakat umum untuk mengajukan menjadi bagian dari program WAMIRA atau menjadi agen yang nantinya menjadi pemilik sekaligus pengelola WAMIRAMart ini karena setelah pengajuan itu disetujui pada akhirnya pemerintah pasrah dalam pengelolaannya agar di kelola oleh yang bersangkutan namun dalam pengajuan ini tentu ada kriteria yang harus dipenuhi oleh pihak yang mengajukan yang terpenting adalah sejauh mana mereka bisa mengakomodir pelaku UMKM yang ada di sekitar warung (WAMIRAMart) itu sendiri” (Tamam, 2024).

Setelah memenuhi kriteria yang ada maka pemerintah melakukan pendirian WAMIRA Mart sesuai dengan hasil wawancara dengan dinas koperasi sebagai berikut ini:

“Pendirian Wamira Mart merupakan bagian dari upaya kami untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, khususnya melalui pemberdayaan UMKM. Kami memahami bahwa salah satu tantangan terbesar bagi pelaku UMKM adalah akses pasar. Oleh karena itu, melalui program Wirausaha Baru (WUB), kami memberikan pelatihan usaha secara gratis, bantuan alat produksi yang didanai melalui Corporate Social Responsibility (CSR. Dengan adanya Wamira Mart, kami berharap produk-produk UMKM lokal memiliki wadah pemasaran yang lebih terstruktur, sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Kami menargetkan pendirian 91 Wamira Mart yang tersebar di 13 kecamatan pada tahun 2022. Langkah ini tidak hanya mendorong daya jual, tetapi juga diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap pembangunan ekonomi daerah secara keseluruhan” (Muttaqin, 2024).

Sesuai dengan informasi yang didapat oleh salah satu pihak pemilik atau pengelola WAMIRA Mart, yang awalnya menunjukkan ketertarikan terhadap program WAMIRA dan melakukan pengajuan agar dapat menjadi bagian dari program tersebut yang nantinya akan berkerjasama dengan UMKM disekitar.

“Program WAMIRAMart ini menurut saya sangat bagus dan menjadi jalan bagi saya secara pribadi untuk berinovasi dalam mengembangkan usaha saya, saya memang dari dulu menginginkan usaha saya. Jadi saya sampaikan terhadap pelaku UMKM agar dapat bekerja sama jika memang tidak punya akses dalam menjual produknya sendiri dan saya menyampaikan bahwa WAMIRA Mart ini berfungsi untuk menjadi wadah atau pasar pelaku UMKM” (Syafik, 2024).

Setelah menjadi pegelola atau pemilik WAMIRA kemudian berkerja sama dengan pelaku UMKM. Hal ini juga dipertegas oleh salah satu pelaku UMKM dalam hasil wawancara berikut ini:

“Kalau saya awalnya tidak tau menau mengenai WAMIRA Mart ini, Cuma setelah tetangga saya itu (pemilik Wamira Mart) mendatangi saya dan menyampaikan maksudnya menjelaskan sedikit terkait WAMIRA Mart, maka saya sedikit paham, intinya tetangga saya itu menawarkan saya untuk menjual produk produk saya di tokonya dan saya sangat berterima kasih dan senang dengan adanya program ini karena saya merasa terbantu dalam menjual dagangan dan pendapatan saya juga bertambah” (Somad, 2024).

Program WAMIRAMart diinisiasi untuk mendukung UMKM di Kabupaten Pamekasan yang kesulitan mengakses pasar. Melalui sosialisasi dan pemberdayaan masyarakat sebagai pengelola, program ini bertujuan menjadi wadah pemasaran terstruktur bagi produk lokal. Program ini tidak hanya membuka peluang pasar bagi UMKM tetapi juga membantu meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM dengan cara pemanfaatan produk UMKM.

3. Evaluasi Program WAMIRA Mart Terhadap UMKM Di Kabupaten Pamekasan

Menjadi hal sangat penting dalam setiap program apapun untuk terus di evaluasi agar program yang dijalankan berkembang dan menyesuaikan dengan situasi dan kondisi. Dengan adanya evaluasi dapat diketahui kekurangan dari program yang dijalankan dan dapat

dengan mudah melakukan perbaikan dalam menunjang peningkatan program yang dimaksud. Berikut adalah hasil wawancara dengan ketua Forum Mahasiswa Pantura (FORMATUR) berkenaan dengan evaluasi program WAMIRA Mart sebagai berikut:

“Sebagai penggagas WAMIRA Mart dalam hal ini pemerintah Kabupaten Pamekasan tentu mengharapkan agar program WAMIRA Mart terus berkembang dan berkelanjutan agar manfaat dari program ini benar benar dirasakan oleh masyarakat umum terutama bagi para pelaku UMKM di Kabupaten Pamekasan. Dengan begitu saya berharap agar segala ketentuan dan kebijakan yang ada didalam program WAMIRA Mart ini dilakukan peraturan hukum dengan jelas serta kebijakan kebijakan harus tertulis dan disempurnakan agar dapat dipahami dan dikerjakan dengan baik oleh para komponen yang berhubungan dengan program ini mulai dari pemerintah sampai pada pelaku UMKM sehingga para stake holder memiliki pedoman yang bisa dijadikan patokan dalam menjalankan segala aktifitas dalam program WAMIRA Mart ini” (Hendra, 2024)

Selain itu informasi serupa dan beberapa evaluasi juga disampaikan oleh salah ketua Dinas Koperasi dan UKMM di Kabupaten Pamekasan dalam hasil wawancara berikut ini:

“Sejauh ini menurut saya banyak hal yang perlu di evaluasi dari WAMIRA Mart ini, mulai dari kejelasan secara kebijakan pengelolaan dan status kerjasama atau kepemilikan dan apa saja yang menjadi tugas pokok dan fungsi dari masing masing stakeholder WAMIRA Mart, mulai dari pemerintah itu sendiri, juga kami di bagian dinas koperasi apa wewenang tugas dan kewajiban kami dan juga bagi pihak pengelola WAMIRAMart apa yang perlu dilakukan oleh mereka hingga pada apa yang harus mereka pertanggung jawabkan baik ke internal kami atau ke pemerintah langsung. Kalau boleh jujur kami juga tidak melakukan kontroling karena kami juga kurang mengerti hal apa yang menjadi prinsip kami dalam program ini” (Muttaqin, 2024).

Sesuai dengan kondisi yang terjadi dimana program WAMIRA Mart ini seakan akan tidak memiliki kejelasan dalam berbagai hal sehingga terkesan sama seperti mini market yang lain yang tidak ada hubungannya sama sekali dengan pemerintah, sementara WAMIRA Mart ini merupakan program yang digagas oleh pemerintah. Lebih lanjut informasi juga disampaikan oleh salah satu pengelola WAMIRA Mart dalam hasil wawancara berikut ini:

“Kalau saya sebagai pemilik WAMIRA Mart ini lancar lancar saja tidak ada kendala ya seperti biasanya orang usaha pasti ada untung rugi dan naik turunnya usaha, ya kalau hubungan dengan pemerintah setelah usaha ini berjalan tidak ada kayak gak ada kaitannya dengan pemerintah, tidak ada yang namanya control dan evaluasi dari atasan sehingga kami menjalankan usaha sebagaimana biasanya milik sendiri yang tidak ada hubungannya dengan pemerintah” (Syafik, 2024).

Menjadi dasar dalam keseriusan program pemerintah agar melakukan tindak lanjut atau evaluasi terhadap program yang telah direncanakan. Pelaku UMKM juga menyampaikan dalam hasil wawancara berikut ini:

“Ya kalau saya berharapnya agar kerja sama dengan saya atau dengan pelaku UMKM yang lain itu tidak hanya pas awal saja diharapkan terus dan berkelanjutan. Karena saya merasa gimana kayak terkesan dibiarkan saja, kalau boleh saya berharap karena inikan (WAMIRA Mart) katanya program dari pemerintah sehingga saya harap ada koreksi atau pengawasan atau istilahnya evaluasi dari atas apa mungkin program ini berjalan dengan petunjuk atau sesuai dengan aturan yang ditentukan” (Somad, 2024).

Hal ini menunjukkan bahwa program WAMIRA Mart ini terkesan tidak mencerminkan keseriusan pemerintah dalam menjalankan program yang telah digagas oleh pemerintah itu sendiri sehingga ada banyak hal yang perlu di evaluasi agar program yang dibangun berjalan sesuai dengan

yang diharakan oleh penyelenggara dalam hal ini pemerintah Kabupaten Pamekasan.

C. Temuan Penelitian

1. Pola Hubungan Wirausaha Antara Pelaku UMKM dan WAMIRA Mart

a. Intraksi langsung antara pelaku UMKM dengan WAMIRA Mart

Intraksi langsung antara Pelaku UMKM dengan WAMIRA Mart yang dimaksud adalah pola komunikasi yang intensif untuk memahami praktik, makna dan komunikasi dalam konteks budaya yang berada diantara WAMIRA Mart dan UMKM

b. Memahami budaya dan sosial

Menunjukkan bahwa produk UMKM sering kali mencerminkan identitas budaya lokal. Produk yang dihasilkan mencakup elemen tradisional dan budaya setempat, seperti bagian pesisir yang hasil produk UMKMnya dari laut, dan para pengrajin batik yang berada dipinngiran kota. Hal ini mendorong konsumen untuk memilih produk UMKM sebagai bentuk dukungan terhadap budaya lokal.

c. Membangun hubungan sosial yang baik

Membangun hubungan sosial yang baik agar dapat meningkatkan kepercayaan, memperluas jaringan dan memudahkan dalam bekolaborasi

d. Menjadi agen bermitra

Agen bermitra adalah kerjasama diantara dua pihak atau lebih dalam mengelola dan mengoperasikan program WAMIRA bersama demi mencapai tujuan.

2. Implementasi Program WAMIRA Mart terhadap UMKM di Kabupaten Pamekasan

a. Sosialisasi program

Sosialisasi program dilakukan agar tujuan dan manfaat dari adanya program WAMIRA Mart bisa disampaikan dan diketahui oleh semua Masyarakat di Kabupaten Pamekasan, pelaku UMKM sebagai objek dalam pelaksanaan program WAMIRA Mart yang tentunya agar mampu memiliki potensi local dan bisa berinovasi.

b. Pengajuan menjadi pengelola WAMIRA

Pengajuan menjadi pengelola WAMIRA Mart merupakan proses penting untuk memastikan bahwa usaha tersebut berjalan sesuai dengan aturan yang berlaku.

c. Pedirian WAMIRA dan kerjasama dengan UMKM

Pendirian WAMIRA dan kerjasama dengan UMKM setelah pendirian WAMIRA Mart, pengelola atau pemilik akan berkerjasama dengan UMKM dan masyarakat luas. Sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memperluas pasar bagi UMKM.

d. Pemanfaatan produk lokal hasil UMKM

Pemanfaatan produk lokal UMKM memiliki banyak tujuan penting yang mendukung ekonomi, sosial, dan budaya, baik di tingkat lokal maupun nasional.

e. Dampak terhadap UMKM

Dampak yang diterima para pelaku UMKM sangatlah menjadi tolak ukur salam program WAMIRA, karena para Pelaku UMKM mengalami peingkatan baik secara produksi dan pendapatan

3. Evaluasi Program WAMIRA Mart terhadap UMKM di Kabupaten Pamekasan

a. Kejelasan hukum dan kebijakan

Kejelasan hukum dan kebijakan bertujuan harus tertulis dan disempurnakan agar dapat dipahami dan dikerjakan dengan baik oleh para komponen yang berhubungan dengan program ini, mulai dari pemerintah sampai pelaku UMKM sehingga para stake holder memiliki pedoman yang menjadi patokan dalam menjalankan segala aktivitas dalam program WAMIRA Mart ini.

b. Pengawasan/supervise

Supervisor dilakukan secara berkala agar program WAMIRA Mart ini berkelanjutan dan terencana.

c. Sustainable/keberlanjutan

Keberlanjutan untuk memastikan bahwa produk-produk dari UMKM dapat terus tersedia, berkualitas, dan memberikan dampak positif jangka panjang

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pola Hubungan Wirausaha antara Pelaku UMKM dan WAMIRA Mart

Dalam dunia wirausaha, tidak hanya ide dan strategi yang menentukan kesuksesan, tetapi juga bagaimana seorang wirausahawan membangun dan menjaga hubungan dengan berbagai pihak yang terlibat. Pola hubungan ini mencakup cara-cara atau pendekatan yang dilakukan untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan pelanggan, mitra bisnis, investor, karyawan, bahkan masyarakat luas. Semua ini adalah elemen yang sangat penting dalam menentukan kelangsungan dan perkembangan usaha.

Komunikasi merupakan suatu hal yang penting bagi manusia, yakni dengan berkomunikasi manusia dapat mengekspresikan dirinya, membentuk jaringan interaksi sosial, dan mengembangkan kepribadiannya. Al-Quran menyebut komunikasi sebagai salah satu fitrah manusia. Hal tersebut tertulis dalam Al-Quran surah Al-Rahman ayat 1-4 sebagai berikut:

اَلرَّحْمٰنُ ۙ عَلَّمَ الْقُرْاٰنَ ۚ خَلَقَ الْاِنْسَانَ ۙ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ۖ

Artinya: “(Allah) Yang Maha Pengasih, telah mengajarkan Al-Qur’an.

Dia menciptakan manusia. Dia mengajarnya pandai berbicara”.

Kata “البان” pada ayat tersebut berarti kemampuan manusia untuk mengutarakan isi hati dan memahamkannya kepada orang lain (Mushthafa, 1972).

Dalam perspektif etnografi, pola hubungan dalam berwirausaha bukan hanya tentang keuntungan material, tetapi juga mencakup dimensi sosial dan budaya yang mendalam. Dalam pola hubungan wirausaha antara pelaku UMKM dan WAMIRA Mart menggunakan beberapa tahapan yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Intraksi langsung antara pelaku UMKM dengan WAMIRA Mart

Intraksi langsung antara WAMIRA Mart dengan UMKM di Kabupaten Pamekasan merupakan kunci program ini dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Interaksi ini tidak hanya sebatas transaksi jual beli, tetapi juga melibatkan berbagai aspek seperti mejalin komunikasi yang intensif, memahami budaya setempat, pelatihan, dan pengembangan bersama.

Pola intraksi langsung yang dimaksud disini adalah merujuk pada bagaimana cara komunikasi antar masyarakat berlangsung baik melalui bahasa verbal maupun non-verbal. Pola komunikasi disini dilihat dalam proses interaksi yang berlangsung dalam suatu sistem kewirausahaan mengingat pola hubungan antara pelaku UMKM dan WAMIRA adalah penjualan produk yang berbasis pada model kerjasama.

Sesuai harapan serta tujuan adanya WAMIRAMart ini, maka tentu yang paling mendasar adalah bagaimana terjalin komunikasi yang baik serta efektif antara pelaku WAMIRA Mart dengan pelaku UMKM dan hal itu bisa dengan mudah apabila semuanya bisa saling menyampaikan apa yang menjadi keinginan mereka oleh karena itu sangat dianjurkan dalam program ini agar pelaku WAMIRA Mart bisa bertemu langsung dengan pelaku UMKM sehingga dapat dengan mudah mengetahui secara langsung terhadap apa yang menjadi milik pelaku UMKM dan dapat dengan mudah melakukan transaksi dan ini sangat bagus dalam perjalanan bisnis (Badrut, 2024).

WAMIRA Mart, sebagai inisiatif pemerintah daerah untuk memberdayakan UMKM, memiliki interaksi yang sangat erat dengan para pelaku usaha mikro. komunikasi ini tidak hanya sebatas pada proses penempatan produk, tetapi juga mencakup berbagai aspek yang saling mempengaruhi, mulai dari proses produksi hingga pemasaran.

Wamira Mart dapat menjadi jembatan penting bagi pelaku UMKM untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Interaksi langsung antara UMKM dan WAMIRA Mart memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM di Kabupaten Pamekasan. Dengan adanya program ini, UMKM dapat memperoleh akses pasar yang lebih luas, meningkatkan kualitas produk, dan mengembangkan bisnisnya secara berkelanjutan. Pemerintah Kabupaten Pamekasan perlu terus

berkomitmen untuk mendukung program ini agar dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

Dalam konteks komunikasi antara UMKM dan WAMIRA Mart, prinsip-prinsip Al-Qur'an mengajarkan pentingnya kejujuran, keterbukaan yang mana Allah berfirman dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 42 sebagai berikut:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٤٢﴾

Artinya: “*Janganlah kamu campuradukkan kebenaran dengan kebatilan²¹) dan (jangan pula) kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahui(-nya)*”.

Ayat ini mengajarkan bahwa komunikasi harus dilakukan dengan kejujuran dan keterbukaan. Dalam konteks komunikasi antara UMKM dan WAMIRA Mart, penting bagi kedua pihak untuk berkomunikasi secara transparan mengenai kualitas produk, harga, waktu pengiriman, dan segala hal yang berkaitan dengan bisnis mereka. Dengan komunikasi yang jujur, akan terbangun rasa saling percaya yang penting untuk hubungan bisnis jangka panjang.

Demikianlah, pentingnya komunikasi yang harus dilakukan oleh setiap manusia, sebagai tujuan untuk membangun hubungan antara sesama manusia melalui pertukaran informasi, menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain dan sebagainya. Sebagai bukti perlunya

komunikasi tersebut Allah swt. mengajarkan kepada hamba-Nya untuk dapat berbicara dan berisyarat (Haramain, 2022).

Dalam pemahaman yang seperti tersebut, secara implisit fungsi komunikasi sosial adalah fungsi komunikasi kultural. Para ilmuwan sosial mengakui bahwa budaya dan komunikasi itu mempunyai hubungan timbal balik. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya. Edward T. Hall dalam Deddy Mulyana (2004) menyebutkan bahwa "budaya adalah komunikasi" dan komunikasi adalah budaya. Hal ini sangatlah tepat jika dilihat dari sudut pandang paradigma subjektifis dalam melihat kajian komunikasi.

2. Memahami budaya dan sosial

Memahami budaya dan aspek sosial sangat penting dalam berwirausaha, terutama jika bisnis tersebut melibatkan interaksi komunikasi dengan komunitas yang beragam. Setiap masyarakat memiliki nilai, norma, dan kebiasaan unik yang memengaruhi cara pandang mereka terhadap bisnis dan transaksi.

Pemerintah melakukan observasi guna memahami budaya dan sosial terhadap Masyarakat terutama para pelaku UMKM, Bagi saya tentu yang perlu dilakukan dalam pendekatan ini adalah agar supaya semua yang terlibat dalam program ini bisa saling berkomunikasi dengan baik serta dapat memahami segala kondisi yang ada baik

berupa budaya setempat serta kondisi sosial dimana WAMIRA Mart ini dijalankan (Muttaqin, 2024).

Memahami budaya dan sosial adalah prinsip yang diajarkan Al-Quran dalam memahami perbedaan antar manusia yang mana Allah berfirman dalam surah Al-Hujarat ayat 13 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya: “Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Teliti”.

Ayat ini mengajarkan pentingnya memahami perbedaan dan nilai sosial dalam berwirausaha, menghargai budaya, dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Dalam berbisnis, prinsip-prinsip ini bisa menjadi panduan untuk menciptakan hubungan usaha yang etis, adil, dan bermanfaat bagi semua pihak.

Secara dengan memahami budaya dan sosial, WAMIRA Mart dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana, membangun hubungan yang lebih baik, dan mengembangkan strategi bisnis yang lebih sesuai dengan pasar. Hal tersebut menggambarkan bahwa strategi pemasaran pada UMKM tergantung pada budaya UMKM. Karena budaya UMKM berasal dari nilai-nilai yang dipercaya oleh

pemilik UMKM. Mengacu hal tersebut nampak jelas bagaimana budaya memiliki peranan besar dalam menentukan penerapan strategi pemasaran pada UMKM (Dwinta dkk, 2020).

3. Membangun hubungan sosial yang baik

Membangun hubungan yang baik antara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan WAMIRA Mart merupakan langkah strategis untuk meningkatkan akses pasar dan daya saing produk lokal dan juga dalam membangun hubungan sosial yang baik antara pelaku UMKM dan WAMIRA Mart dapat saling menguntungkan bagi keduanya. WAMIRA Mart dapat memperkaya variasi produk dengan menjual produk lokal dari UMKM, sementara UMKM mendapatkan akses pasar yang lebih luas.

Membangun hubungan yang baik antara pelaku UMKM dengan WAMIRA Mart merupakan pemanfaatan sumber daya yang menjadi potensi besar terhadap keberlangsungan bisnis dalam jangka Panjang, sebenarnya Allah memberikan banyak petunjuk dan prinsip yang dapat diikuti dalam bermuamalah. Salah satunya yang terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 195 sebagai berikut:

وَأَنْفَقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Artinya: *“Berinfaklah di jalan Allah, janganlah jerumuskan dirimu ke dalam kebinasaan, dan berbuatbaiklah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”*.

Dalam ayat tersebut secara jelas Allah memberi tahu manusia bahwa berperilaku baik antarsesama. Dalam ayat ini telah dijelaskan Perilaku baik dalam berbisnis mencakup kejujuran, transparansi, dan etika yang tinggi. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, pelaku UMKM dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan mitra bisnis mereka.

Menjaga hubungan yang baik adalah sebuah keharusan dalam berwirausaha. Sebuah usaha tidak hanya bergantung pada kemampuan dan strategi bisnis, tetapi juga pada kualitas hubungan yang terjalin antara berbagai pihak yang terlibat. Hubungan yang baik menjadi fondasi kuat untuk menciptakan kepercayaan, memperluas jaringan, dan mendukung pertumbuhan usaha dalam jangka Panjang. Hal ini meliputi hubungan dalam konteks sosial, seperti dengan keluarga, teman, dan komunitas. Hubungan yang baik dengan lingkungan sosial dapat memberikan dukungan moral dan menciptakan peluang baru melalui rekomendasi dan kerjasama (Fadhilah & Dewi, 2017) .

Dengan membangun hubungan yang baik antara UMKM dan WAMIRA Mart dapat berkembang menjadi kemitraan yang produktif dan berkelanjutan, yang pada akhirnya memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak serta komunitas di sekitarnya

4. Agen bermitra

Agen bermitra merupakan salah satu elemen strategis dalam memperkuat jaringan pemasaran produk UMKM, terutama dalam konteks pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Dalam hal ini agen bermitra tidak hanya berfungsi sebagai perantara distribusi, tetapi juga sebagai aktor kunci dalam ekosistem wirausaha yang mendukung UMKM lokal untuk memperluas akses pasar. Keberadaan agen ini memungkinkan produk-produk UMKM menjangkau wilayah yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Dengan adanya agen bermitra saya ini mampu menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan komunitas lokal sekaligus memberdayakan pelaku usaha kecil di sekitar sini. Oleh karena itu, saya selalu berusaha untuk membangun dan menjaga hubungan yang harmonis agar kerjasama ini bisa berjalan dengan lancar dan saling mendukung (Iqbal, 2024).

Selain itu, agen bermitra memiliki peran penting dalam menjalin hubungan yang lebih erat dengan UMKM. Interaksi ini tidak hanya menciptakan kepercayaan, tetapi juga memperkuat loyalitas produk UMKM. Dengan demikian agen bermitra tidak hanya bertindak sebagai saluran distribusi, tetapi juga sebagai mitra strategis yang membantu UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan. Peran ini mencakup aspek ekonomi, sosial, dan manajerial, yang secara

keseluruhan berkontribusi pada penguatan posisi UMKM dalam perekonomian lokal maupun nasional.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: *“Dan tolong-menolonglah kamu pada kebaikan dan takwa dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan”*.

Ayat ini menegaskan pentingnya Kerjasama dalam kebaikan termasuk pemberdayaan UMKM, agen bermitra dan pelaku UMKM dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan yang membawa manfaat bagi Masyarakat.

Usaha Besar dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melaksanakan kemitraan mempunyai hak untuk mengetahui kinerja kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah mitra binaannya. Sementara Usaha Kecil yang bermitra mempunyai hak untuk memperoleh pembinaan dan pengembangan dari Usaha Besar dan atau Usaha Menengah mitranya dalam satu aspek atau lebih tentang pemasaran, sumber daya manusia, permodalan, manajemen dan teknologi. Usaha Besar dan atau Usaha Menengah yang melaksanakan kemitraan dengan Usaha Kecil/Mikro berkewajiban untuk melakukan pembinaan kepada mitra binaannya dalam satu atau lebih aspek (Irawan, 2022.)

Pelaksanaan kemitraan dengan pola Perdagangan yang dilakukan dalam program WAMIRA berbentuk kerjasama dalam pemasaran, penyediaan lokasi usaha dan penerimaan pasokan dari UMKM untuk

memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh pengelola WAMIRA. Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang diperlukan oleh WAMIRA dilakukan dengan mengutamakan pengadaan hasil produksi UMKM, sepanjang memenuhi mutu barang dan jasa yang dibutuhkan.

B. Implementasi Program WAMIRA Mart Terhadap UMKM di Kabupaten Pamekasan

Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang telah disusun secara terperinci. Biasanya implementasi ini dilaksanakan setelah melakukan perencanaan yang dianggap sudah tepat. Menurut Afiful Ikhwan perencanaan itu pada hakikatnya adalah proses pengambilan keputusan atas sejumlah alternative (pilihan) mengenai sasaran dan cara-cara yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang guna mencapai tujuan yang dikehendaki serta pemantauan dan penilaian atas hasil pelaksanaannya, yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan (Afiful, 2024).

Implementasi program merujuk pada proses pelaksanaan rencana atau kebijakan yang telah disusun sebelumnya untuk mencapai tujuan tertentu. Secara umum, implementasi mencakup berbagai tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok, baik dari sektor publik maupun swasta, yang diarahkan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Kajian implementasi merupakan proses merubah gagasan atau program mengenai tindakan dan bagaimana kemungkinan cara menjalankan program tersebut (Agustino, 2006).

Berikut adalah beberapa aspek mengenai implementasi program Warung Milik Rakyat (WAMIRA) Mart terhadap UMKM di Kabupaten Pamekasan:

1. Sosialisasi program

Sosialisasi program merupakan penyampaian informasi atas segala yang berhubungan dengan program yang akan dilaksanakan. Program Warung Milik Rakyat (WAMIRA) Mart merupakan salah satu program unggulan yang menjadi prioritas dalam mengatasi perekonomian terutam dalam hal pendistribusian produk UMKM di Kabupaten Pamekasan. Sosialisasi program dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Pamekasan terhadap Masyarakat terlebih para pelaku UMKM.

Oleh karena itu hal yang pertama kami lakukan adalah sosialisasi program WAMIRAMart ini agar masyarakat umum juga mengetahui tentang program ini karena sebenarnya program ini memang diperuntukkan bagi masyarakat umum yang pengelolannya nanti kami memasrahkan sepenuhnya terhadap rakyat yang nanti menjadi pilihan dalam pelaksana warung milik rakyat ini (Badrut, 2024).

Sosialisasi program ini merupakan pertemuan antara penyampaian dan penerimaan informasi, sehingga apapun informasi yang disampaikan harus jelas agar saling memahami terhadap maksud dan tujuan yang ingin dicapai. Allah berfirman dalam Al-Quran surat Al-Hujarat ayat 6 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهَالَةٍ تُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu”.

Ayat ini memerintahkan kepada setiap orang bijaksana dalam memperhatikan informasi yang sampai kepadanya secara kritis, sehingga tidak melakukan Tindakan yang merugikan diri sendiri atau merugikan orang lain. Karena kesalahan informasi atau ketidakmampuan memahami informasi itu secara benar, sering menimbulkan perpecahan dan perselisihan di tengah-tengah masyarakat. Pertengkaran dan perselisihan itu terkadang meningkat sampai pada permusuhan satu dengan yang lainnya maka yang rugi adalah anggota Masyarakat.

Sosialisasi program menjadi penting dalam rangka membangun kesepahaman antara dua belah pihak baik penyelenggara program maupun pelaksana program. Oleh karena itu maka sosialisasi sebagai wujud dari penyampaian dan penerimaan informasi harus disampaikan dengan jelas dan detail sehingga bisa diterima dengan pemahaman yang benar.

Pogram WAMIRA Mart Ini menunjukkan bahwa berfokus pada pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan di sini adalah konsep

alternatif untuk meningkatkan kemampuan dan martabat, sehingga Masyarakat terutama pelaku UMKM dapat terbebas dari masalah seperti kurangnya pendistribusian produk, kemiskinan, rendahnya kreativitas dan terbatasnya akses.

Program WAMIRA menunjukkan fokus utamanya pada pemberdayaan UMKM. Pemberdayaan, atau *empowerment*, merupakan konsep alternatif untuk meningkatkan kemampuan dan martabat individu atau kelompok agar dapat mengatasi berbagai permasalahan, seperti kurangnya inovasi, kemiskinan, distribusi produk, keterbelakangan, dan keterbatasan akses. Awalnya, konsep pemberdayaan masyarakat muncul sebagai gagasan untuk menjadikan manusia sebagai subjek yang berdaya. Hal ini mencerminkan upaya untuk memberikan atau mengalihkan sebagian kekuasaan, kekuatan, atau kemampuan kepada masyarakat agar mereka dapat lebih mandiri dan berdaya. Kemampuan dan kemandirian menjadi kunci utama dalam proses pemberdayaan untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan (Erdiana, 2018).

Sosialisasi program menjadi penting dalam rangka membangun kesepahaman antara dua belah pihak baik penyelenggara program maupun pelaksana program. Oleh karena itu maka sosialisasi sebagai wujud dari penyampaian dan penerimaan informasi harus disampaikan dengan jelas dan detail sehingga bisa diterima dengan pemahaman yang benar.

2. Pengajuan Menjadi Pengelola WAMIRA

Proses pengajuan adalah langkah awal yang penting dalam upaya pemberdayaan masyarakat melalui program WAMIRA. Tahapan ini dirancang sedemikian rupa untuk memberikan peluang yang luas bagi masyarakat umum agar dapat turut serta secara aktif dalam berbagai kegiatan yang diadakan oleh program tersebut. Dengan adanya proses ini, masyarakat tidak hanya diberi akses untuk berkontribusi sebagai agen, tetapi juga sebagai bagian integral yang memiliki peran strategis dalam mendukung keberlanjutan serta pencapaian tujuan WAMIRA secara keseluruhan.

Melalui proses pengajuan, masyarakat dapat menyampaikan minat dan kemampuannya untuk menjadi bagian dari inisiatif yang difasilitasi oleh pemerintah. Proses ini sekaligus berfungsi sebagai sarana seleksi untuk memastikan bahwa masyarakat yang terlibat memiliki komitmen, kemampuan, dan kesesuaian dengan standar kompetensi serta nilai-nilai yang dijunjung oleh program WAMIRA. Dengan cara ini, program dapat memastikan bahwa setiap individu yang berpartisipasi tidak hanya memahami visi dan misi program, tetapi juga memiliki dedikasi untuk bersama-sama mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Badrut, 2024).

Penetapan merupakan hal yang sangat erat kaitannya dengan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan, karena menentukan sebuah keputusan merupakan kegiatan identifikasi potensi yang dilakukan oleh pemerintah guna mencari dan menemukan potensi yang

dimiliki di tempat yang mengajukan untuk program WAMIRA sehingga memilih potensi yang sekiranya memungkinkan dalam melaksanakan program WAMIRA Mart. Seleksi dan penetapan dalam mengambil keputusan program ini sangat diperlukan agar tidak salah arah dalam mengambil keputusan. Kerena apabila sudah salah dari awal proses maka akan kesulitan dalam menjalankan program kedepannya, oleh karena itu seleksi dan penetapan ini sangat membantu dalam menentukan langkah yang harus diambil.

Oleh karena itu Dinas Koperrasi dan UMKM melakukan verifikasi untuk menetapkan mereka yang bisa menjadi bagian dari program ini dalam artian dari sekian banyak yang mengajukan diri menjadi pengelola dari WAMIRA ini Dinas Koperasi dan UMKM menyeleksi pengajuan yang sesuai dengan kualifikasi yang telah ditentukan oleh pemerintah (Muttaqin, 2024).

Seleksi dan penetapan merupakan langkah yang dilakukan pemerintah untuk mengetahui kondisi yang memungkinkan dalam berjalannya program WAMIRA tersebut. Sesuai dengan ajaran islam dalam Hadist Nabi Muhammad SAW tentang seleksi dalam transaksi sebagai berikut:

عَنِ ابْنِ عُمَرَ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ " إِذَا تَبَايَعَ
الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا وَكَانَا جَمِيعًا "

Artinya: *“Dari Ibnu Umar, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: “Apabila dua orang melakukan transaksi jual beli, maka masing-masing dari keduanya memiliki hak untuk memilih (melanjutkan atau membatalkan transaksi) selama keduanya belum berpisah”* (HR. Bukhari dan Muslim)

Hadits ini membahas tentang hak *khiyar* (memilih) dalam jual beli, yaitu hak untuk menentukan melanjutkan atau membatalkan transaksi, Secara keseluruhan, hadits ini mengajarkan pentingnya transparansi dan kejujuran dalam transaksi serta memberi ruang bagi kedua belah pihak untuk memastikan bahwa mereka bertransaksi dengan kesepakatan yang jujur dan tanpa ada pihak yang merasa dipaksa.

verifikasi menjadi penting sebagai langkah awal dalam memahami berbagai macam potensi yang dimiliki dan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan dari masing masing potensi yang dimiliki sehingga memiliki persiapan yang benar benar matang dalam mengambil keputusan terhadap program WAMIRA yang akan dikembangkan.

3. Pendirian WAMIRA dan Kerjasama dengan UMKM

Setelah penetapan tentu tidak boleh berhenti disitu, harus menentukan langkah selanjutnya agar program yang ditentukan dapat berkembang secara optimal. Pembukaan dan kerja sama dengan UMKM melalui WAMIRA Mart merupakan langkah strategis yang memiliki berbagai manfaat bagi pengembangan UMKM di daerah tersebut. WAMIRA Mart berfungsi sebagai wadah untuk menampung

produk-produk lokal, mempromosikan kreativitas lokal, serta memperkuat perekonomian masyarakat dengan cara memudahkan akses pasar bagi bagi UMKM.

Pendirian yang dimaksud adalah peresmian terhadap Warung (WAMIRA) yang telah disetujui dan langkah ini merupakan proses setelah adanya seleksi pengajuan dan pendaftaran karena setelah pengajuan itu disetujui pada akhirnya pemerintah pasrah dalam pengeloalaannya, yang terpenting adalah sejauh mana WAMIRA bisa mengakomodir pelaku UMKM yang ada di sekitarnya (Badrut, 2024).

Dalam berkerjasama dengan UMKM maka bisa memperkuat ekosistem UMKM yang ada di kabupaten Pamekasan, dengan adanya WAMIRA sebagai pusat produk lokal, ekosistem UMKM akan semakin kuat. Kolaborasi dan Kerjasama antar UMKM juga bisa berkebang yang memungkinkan terciptanya sinergi dalam berinovasi disetiap produknya. Ekosistem yang kuat akan berkontribusi dalam membangun daya saing UMKM dan meningkatkan perekonomian lokal yang berkelanjutan.

Dalam islam prinsip kerjasama yang baik dan bermanfaat sangat diajurkan, serta menghindari tindakan yang merugikan. Allah berfiman dalam Al-Quran surah An-Nisa' ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu”*.

Ayat ini memberikan petunjuk utama bagi umat Islam dalam menjalankan muamalah dan kerjasama dalam bisnis. Prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan kesediaan hati dalam setiap transaksi sangatlah penting untuk menjaga kestabilan ekonomi serta menciptakan masyarakat yang amanah dan bertanggung jawab. Ayat ini juga mengingatkan untuk menghindari segala bentuk penindasan dalam transaksi, agar setiap perjanjian dapat memberikan manfaat tanpa merugikan pihak manapun.

Kerjasama berlangsung secara alami yakni kelompok masyarakat dapat berkembang dengan baik jika memiliki hubungan kerjasama yang baik dengan kelompok yang lain atau dengan anggota dalam kelompok yang sama. Setiap komponen dalam suatu kelompok masyarakat memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Peran yang dijalankan dengan baik oleh setiap anggota dalam suatu kelompok akan berpengaruh terhadap tercapainya tujuan kelompok. Setiap komponen atau anggota dalam suatu kelompok saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya.

4. Pemanfaatan produk lokal hasil UMKM

Sesuai dengan maksud dari program WAMIRA Mart ini adalah dimana UMKM memiliki potensi sesuai dengan inovasi yang dimiliki, sehingga pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Pamekasan menentukan potensi yang orientasinya adalah produk. Sehingga diharapkan tidak kesulitan dalam pendistribusian hasil produknya. Pemerintah diharapkan hadir sebagai salah satu media promosi atau bahkan sebagai konsumen apabila membutuhkan produk seperti produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM.

Memanfaatkan produk lokal adalah sebuah keharusan selama dalam kondisi yang memungkinkan

في اختبار لا يجي المنفصل # إذا تأق أن يجي المتصل

“Diluar keadaan darurat, sebaiknya tidak menggunakan produk non lokal (yang terpisah), jika masih memungkinkan menggunakan produk lokal (yang asal)”

Dalam hal ini saya berharap terhadap pemerintah Kabupaten Pamekasan agar juga membantu dalam mempromosikan produk hasil UMKM, contohnya memberikan Informasi terhadap pegawai-pegawai Kabupaten untuk menggunakan produk hasil dari Pelaku UMKM dan siap untuk menjadi mitra yang baik serta siap memenuhi kebutuhan-kebutuhan Kabupaten baik sekala kecil maupun besar (Rahman, 2024). Program WAMIRA Mart ini menurut saya sangat bagus dan menjadi jalan bagi saya secara pribadi untuk berinovasi dalam mengembangkan

usaha saya, saya memang dari dulu menginginkan usaha saya (Nadir, 2024).

Memanfaatkan produk UMKM lokal berfungsi sebagai cara untuk mencapai beberapa tujuan berikut:

a. Turut mendukung dan mengembangkan UMKM lokal

Mencintai produk lokal menunjukkan kepedulian terhadap keberlangsungan UMKM. Membeli produk lokal juga merupakan dukungan nyata dalam memajukan UMKM dan perekonomian lokal. Dengan demikian, UMKM memiliki kesempatan untuk berinovasi dan menciptakan ide-ide baru demi menghasilkan produk yang lebih baik.

b. Membuat produk lokal semakin dikenal

Jika memakai produk lokal, maka akan membantu produsen untuk semakin dikenal dan akhirnya memiliki banyak permintaan. Dengan meningkatnya permintaan produk, maka para pelaku usaha lokal seperti UMKM memiliki peluang lebih untuk mengembangkan bisnisnya. Sehingga produknya bisa dikenal dan digunakan oleh banyak Masyarakat (Agniya, 2022).

c. Turut membuka lapangan pekerjaan

Dengan menggunakan produk lokal, para pengusaha, merek lokal, dan UMKM akan memerlukan lebih banyak tenaga kerja

untuk memproduksi barang mereka. Hal ini menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi tingkat pengangguran, yang pada akhirnya dapat menurunkan angka kemiskinan.

Menggunakan produk lokal adalah bentuk penghargaan terhadap potensi yang dimiliki oleh suatu daerah. Oleh karena itu, selama daerah tersebut memiliki produk berkualitas, sebaiknya produk lokal diutamakan sebagai bentuk apresiasi dan dukungan.

5. Dampak terhadap UMKM

Program WAMIRA mart tidak hanya berperan sebagai pintu pembuka bagi peluang pasar yang lebih luas bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), tetapi juga berfungsi sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM. Upaya ini dilakukan melalui optimalisasi pemanfaatan produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM, yang pada waktunya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja baru, dan memperkuat daya saing UMKM di pasar domestik maupun internasional. Program ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi inklusif yang berbasis pemberdayaan komunitas lokal.

Setelah tetangga saya itu (pemilik Wamira Mart) mendatangi saya dan menyampaikan maksudnya menjelaskan sedikit terkait WAMIRA Mart, maka saya sedikit paham, intinya tetangga saya itu menawarkan saya untuk menjual produk produk saya di tokonya dan saya sangat

berterima kasih dan senang dengan adanya program ini karena saya merasa terbantu dalam menjual dagangan dan pendapatan saya juga bertambah (Rizal, 2024).

Implementasi program Wamira telah memberikan dampak signifikan terhadap UMKM di wilayah tersebut, baik dari segi produk maupun pendapatan. Berikut adalah beberapa dampak utama yang dirasakan oleh pelaku UMKM:

No	<i>Before</i>	<i>After</i>
1	Keterbatasan Akses Pasar ➤ Banyak UMKM kesulitan memasarkan produk mereka, terutama ke konsumen yang lebih luas. ➤ Penjualan sering terbatas pada pasar tradisional atau lingkup komunitas kecil.	Peluang pemasaran lebih luas ➤ WAMIRA Mart memberikan tempat khusus bagi produk UMKM untuk dipasarkan, baik di toko fisik maupun melalui gerobak keliling. ➤ Produk UMKM lebih mudah diakses oleh konsumen di berbagai lokasi strategis.
2	Persaingan Ketat ➤ UMKM lokal menghadapi persaingan dari produk luar daerah yang lebih dikenal dan memiliki jaringan distribusi lebih luas. ➤ Banyak produk UMKM sulit bersaing di pasar modern seperti minimarket atau supermarket.	Peningkatan Omzet dan daya saing ➤ Dengan pemasaran yang lebih baik, banyak UMKM mengalami peningkatan penjualan. ➤ Adanya branding produk lokal melalui WAMIRA Mart membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk UMKM.

3	Kurangnya Infasruktur dan Dukungan ➤ Tidak tersedia tempat khusus untuk memasarkan produk UMKM secara konsisten. ➤ Dukungan pemerintah masih terbatas pada pelatihan tanpa pendampingan pemasaran jangka panjang.	Dukungan dari Pemerintah ➤ UMKM mendapat pendampingan menyeluruh, mulai dari pelatihan hingga bantuan alat produksi dan akses ke modal usaha dengan bunga rendah. ➤ Produk UMKM lebih terintegrasi ke dalam program pengembangan ekonomi daerah.
4	Rendahnya Kesadaran Konsumen ➤ Masyarakat kurang mengenal produk UMKM lokal karena keterbatasan promosi dan distribusi. ➤ Stigma terhadap produk lokal yang dianggap kurang berkualitas.	Meningkatkan Kesadaran Konsumen ➤ Masyarakat Pamekasan menjadi lebih mengenal dan menghargai produk lokal. ➤ Produk UMKM mulai menjadi pilihan utama untuk konsumsi lokal, menggantikan produk luar daerah.

Keberadaan WAMIRA Mart memberikan peluang pasar yang lebih luas bagi UMKM di Pamekasan, dilengkapi dengan dukungan infrastruktur pemasaran dan program pemerintah. Langkah ini tidak hanya mendorong peningkatan pendapatan para pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal secara keseluruhan.

C. Evaluasi Program WAMIRA Mart Terhadap UMKM di Kabupaten Pamekasan

Evaluasi program adalah proses untuk menilai dan mengukur efektivitas suatu program atau kegiatan, dengan tujuan untuk mengetahui apakah program tersebut telah mencapai tujuan yang ditetapkan, serta untuk memahami dampak, kekuatan, dan kelemahan yang ada. Evaluasi

ini membantu untuk mengetahui apakah sumber daya yang digunakan telah dimanfaatkan secara efisien dan apakah program tersebut memberikan hasil yang diinginkan.

Evaluasi adalah suatu alat atau prosedur yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur sesuatu dalam suasana dengan cara dan aturan-aturan yang sudah ditentukan. Sedangkan evaluasi program adalah aktivitas investigasi yang sistematis tentang sesuatu yang berharga dan bernilai dari suatu objek. Evaluasi program merupakan suatu proses. Secara eksplisit evaluasi mengacu pada pencapaian tujuan sedangkan secara implisit evaluasi harus membandingkan apa yang telah dicapai dari program dengan apa yang seharusnya dicapai berdasarkan standar yang telah ditetapkan, berikut beberapa tahap evaluasi yang ada diprogram WAMIRA Mart.

1. Kejelasan hukum dan kebijakan

Evaluasi program berfungsi untuk menentukan apakah program tersebut sebaiknya dilanjutkan, diperbaiki, atau dihentikan, serta memberikan rekomendasi kepada pemangku kebijakan untuk pengambilan keputusan. Begitu juga, program Warung Milik Rakyat (WAMIRA) Mart memerlukan evaluasi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan mengalami pengembangan yang optimal.

Wamira Mart adalah program unggulan Pemerintah Kabupaten Pamekasan yang bertujuan memfasilitasi pemasaran produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. Program ini dikelola

oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, serta Tenaga Kerja Kabupaten Pamekasan. Namun tidak ada legalitas hukum secara rinci atau Peraturan Daerah (PERDA) yang mengatur terkait berjalannya program WAMIRA.

Sejauh ini menurut saya banyak hal yang perlu di evaluasi dari WAMIRA Mart ini, mulai dari kejelasan secara kebijakan pengelolaan dan status kerjasama atau kepemilikan dan apa saja yang menjadi tugas pokok dan fungsi dari masing masing stakeholder WAMIRA Mart (Muttaqin, 2024).

Karena hingga saat ini belum ada PERDA khusus yang mengatur secara rinci operasional dan pengelolaan Wamira Mart. Hal ini mengakibatkan beberapa kendala dalam mengimplementasikan program tersebut, seperti produk yang bukan milik UMKM lokal dan karyawan dari luar daerah. Hal ini tidak relevan dengan tujuan awal adanya program WAMIRA.

2. Pengawasan/Supervise

Pengawasan dan pendampingan dalam pelaksanaan program WAMIRA Mart bertujuan agar pemerintah kabupaten dapat mengevaluasi sejauh mana program tersebut berkontribusi dalam mendorong UMKM lokal yang berbasis pada potensi setempat. Selain itu, program ini juga diharapkan menjadi pembelajaran bagi keberlanjutan program di masa mendatang.

Supervisi dan pendampingan merupakan langkah yang dilakukan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya sehingga mudah dalam mengembangkan dan mengarahkan

لرقابة هي التحقيق من أن يحدث يطابق الخطبة المقررة والتعلمات
الصادرة والمبادئ المعتمدة

Artinya: *Ar-riqobah ialah mengetahui kejadian-kejadian yang sebenarnya dengan ketentuan dan ketepatan peraturan, serta menunjuk secara tepat terhadap dasar-dasar yang telah ditetapkan dalam perencanaan semula* (Mahmud, 1976).

Karena saya merasa gimana kayak terkesan dibiarkan saja, kalau boleh saya berharap karena inikan (WAMIRA Mart) katanya program dari pemerintah sehingga saya harap ada koreksi atau pengawasan atau istilahnya evaluasi dari atas apa mungkin program ini berjalan dengan petunjuk atau sesuai dengan aturan yang ditentukan (Yasin UMKM, 2024).

Supervisi dan pendampingan dilakukan untuk memahami kondisi sebenarnya, sehingga memudahkan dalam pengembangan dan pengarahan program. Pendampingan merupakan suatu proses pemberian kemudahan terkait fasilitas yang diberikan pemerintah kepada WAMIRA dalam mengidentifikasi kebutuhan dan memecahkan masalah serta mendorong tumbuhnya inisiatif dalam proses pengambilan keputusan, sehingga kemandirian program WAMIRA secara berkelanjutan dapat diwujudkan.

Tujuan melakukan pengawasan, pengendalian dan koreksi adalah untuk mencegah seseorang jatuh terjerumus kepada sesuatu yang salah. Tujuan lainnya adalah agar kualitas kehidupan terus meningkat. Inilah yang dimaksud dengan tausiyah, dan bukan untuk menjatuhkan. Fungsi manajerial pengawasan adalah untuk mengukur dan mengkoreksi kerja bawahan untuk memastikan bahwa tujuan organisasi dan rencana yang didesain sedang dilaksanakan (Rohmah, 2019).

Upaya membangun keberlangsungan suatu program yang diselenggarakan oleh pemerintah dan yang menjadi pelaksana adalah pelaku usaha secara langsung, maka sangat memerlukan supervisi maupun pendampingan yang masif, agar program WAMIRA yang telah dijalankan berjalan sebagaimana ketentuan yang telah ditetapkan.

3. Sustainable/keberlanjutan

Keberlanjutan bisnis, atau *sustainable*, adalah konsep yang semakin penting dalam dunia bisnis saat ini. bukan hanya sekadar tren, tetapi merupakan kebutuhan mendesak untuk memastikan bisnis tetap relevan dan tumbuh seiring dengan perubahan zaman. *Sustainable* atau keberlanjutan dalam program WAMIRA Mart ini Menjadi dasar dalam keseriusan program pemerintah agar melakukan tindak lanjut atau evaluasi terhadap program yang telah direncanakan

Para pelaku UMKM berharap agar kerja sama antara WAMIRA dengan pelaku UMKM tidak hanya diawal saja, para UMKM mengharapkan terus dan berkelanjutan. Karena Sebagian pelaku UMKM merasa kayak terkesan dibiarkan saja. kalau boleh saya berharap karena inikan (WAMIRA Mart) katanya program dari pemerintah sehingga saya harap ada koreksi atau pengawasan atau istilahnya evaluasi dari atas apa mungkin program ini berjalan dengan petunjuk atau sesuai dengan aturan yang ditentukan (Nadir, 2024).

Dalam islam konsep berkelanjutan bukanlah barang yang baru, konsep keberlanjutan sangatlah kental dalam berbagai aspek kehidupan seperti kehidupan, sosial dan ekonomi. Allah berfirman dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 60 sebagai berikut:

قَدْ عَلِمَ كُلُّ أُنَاسٍ مَّشْرَبَهُمْ^{قُلْ} كُلُوا وَاشْرَبُوا مِنْ رِزْقِ اللَّهِ وَلَا تَعْثَوْا فِي

الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٦٠﴾

Arinya: *“Sungguh tiap-tiap suku telah mengetahui tempat minumnya (masing-masing). Makan dan minumlah rezeki (yang diberikan) Allah dan janganlah melakukan kejahatan di bumi dengan berbuat kerusakan”*.

Ayat tersebut mengajarkan kita tentang pentingnya keberlanjutan atau *sustainable* dalam memanfaatkan sumber daya alam. Ayat ini mengingatkan kita bahwa Allah SWT telah memberikan segala sesuatu yang kita butuhkan, namun kita harus bijak dalam mengelola dan memanfaatkannya.

Sustainable atau keberlanjutan memiliki peran penting dalam menciptakan keberlanjutan. Dengan menerapkan praktik ramah lingkungan, mempromosikan produk lokal, serta meningkatkan kesadaran konsumen tentang keberlanjutan, mereka tidak hanya dapat menarik pelanggan yang peduli lingkungan tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan secara keseluruhan. Implementasi strategi keberlanjutan ini akan membantu menciptakan ekosistem bisnis yang lebih baik bagi semua pihak terlibat. Evaluasi berkelanjutan pada program WAMIRA Mart memerlukan pendekatan yang sistematis dan berfokus pada pencapaian tujuan program, optimalisasi manfaat bagi UMKM, serta keberlanjutan operasionalnya

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Pola hubungan wirausaha antara pelaku umkm dengan WAMIRA Mart di lakukan dengan empat tahapan sebagai berikut: (1) Intraksi langsung antara pelaku UMKM dengan WAMIRA untuk membangun jaringan yang erat dengan tujuan mengetahui secara langsung terhadap apa yang menjadi milik pelaku UMKM dan dapat dengan mudah melakukan transaksi (2) Memahami budaya dan sosial untuk menunjukkan bahwa produk UMKM sering kali mencerminkan identitas budaya lokal. Produk yang dihasilkan mencakup elemen tradisional dan budaya setempat, yang membantu memperkuat rasa identitas (3) Membangun hubungan sosial yang baik agar dapat meningkatkan kepercayaan, memperluas jaringan dan memudahkan dalam bekolaborasi (4) menjadi agen bermitra Agen bermitra adalah kerjasama diantara dua pihak atau lebih dalam mengelola dan mengoperasikan program WAMIRA bersama demi mencapai tujuan.
2. Implementasi program WAMIRA Mart terhadap UMKM dilaksanakan dengan lima langkah sebagai berikut: (1) Sosialisasi program dilakukan agar tujuan dan manfaat dari adanya program WAMIRA Mart bisa disampaikan dan diketahui oleh semua Masyarakat di Kabupaten Pamekasan, pelaku UMKM sebagai objek dalam pelaksanaan program WAMIRA Mart yang tentunya agar mampu memiliki potensi lokal dan bisa berinovasi. (2) Pengajuan dalam proses pembukaan WAMIRA Mart adalah langkah penting untuk memastikan bahwa usaha tersebut layak dan

sesuai dengan standar yang ditetapkan. (3) Pendirian dan kerjasama dengan UMKM bertujuan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memperluas pasar bagi UMKM. (4) Pemanfaatan produk lokal hasil UMKM memiliki tujuan penting yang mendukung ekonomi, sosial, dan budaya, baik di tingkat lokal maupun nasional. (5) Dampak yang diterima para pelaku UMKM sangatlah menjadi tolak ukur sukses program WAMIRA, karena para Pelaku UMKM mengalami peningkatan baik secara produksi dan pendapatan

3. Evaluasi program WAMIRA Mart terhadap UMKM. (1) Kejelasan hukum dan kebijakan bertujuan harus tertulis dan disempurnakan agar dapat dipahami dan dikerjakan dengan baik oleh para komponen yang berhubungan dengan program ini, mulai dari pemerintah sampai pelaku UMKM sehingga para stake holder memiliki pedoman yang menjadi patokan dalam menjalankan segala aktivitas dalam program WAMIRA Mart ini. (2) Pengawasan/supervise dilakukan secara berkala agar program WAMIRA Mart ini berkelanjutan dan terencana. (3) Subsainable/keberlanjutan bertujuan untuk memastikan bahwa produk-produk dari UMKM dapat terus tersedia, berkualitas, dan memberikan dampak positif jangka panjang

B. SARAN

1. Diharapkan untuk Pemerintah Kabupaten Pamekasan untuk melakukan pengawasan terhadap program WAMIRA agar berkembang dan berkelanjutan

2. Diharapkan untuk Pemerintah Kabupaten Pamekasan agar segera melakukan pembuatan Undang-Undang atau Peraturan Daerah (PERDA) yang secara khusus untuk program WAMIRA ini, agar bisa menjadi pedoman bagi setiap elemen yang bersangkutan.
3. Diharapkan untuk elemen mulai dari Pemerintah Kabupaten Pamekasan sampai pelaku UMKM agar terus berinovasi, konsisten serta produktif dalam menjalankan program WAMIRA.
4. Adapun kelemahan dalam penelitian ini adalah tidak fokus terhadap satu objek penelitian, sehingga perlu penelitian lanjutan dalam rangka pengembangan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal, Yusuf., & Saebani, Ahmad, Beni, *Pengantar Sistem Sosial Budaya di Indonesia*, (Bandung: Penerbit CV. Pustaka Setia).
- Ali Arto dan Budi Susetyo Hutomo, “*Enam Pilar Insektisida*” *Kebijakan Pengembangan dan Penguatan UMKM Berbasis Kerjasama Kemitraan dengan Pola CSR sebagai Strategi Peningkatan Peran Pemerintah dan Perusahaan untuk Menjaga Eksistensi UMKM dalam MEA 2015*, Economics Development Analysis Journal 2 (2) (2013).
- Andini Elisabet, Pasar Tradisional dan Pasar Modern, <https://andinielizabeth.wordpress.com/>. 16 Nov. 23.
- Arikunto, Suharsimi Cepi Safruddin, dan Abdul Jabar. *Evaluasi Program Pendidikan* Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2019.
- Bhakti, Agung, M. Negara, *Analisis Preferensi Konsumen dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar modern di Kota Makasar*, (Falkultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Universitas Lampung, 2018)
- Daryanto, S. S. *Kamus Bahasa Indonesia lengkap*. Surabaya: Apollo 122, 1997.
- Daryanto. *Evaluasi Pendidikan Kompoenen MKDK*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2023).
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kuanlitatif: Analisis Data* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Erdriana Pangestuti, *Peta Potensi Dalam Menciptakan Kemandirian Ekonomi Desa*, Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 2, September 2018, 259.

Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, & Ainul Hayat. (2013). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI FASILITASI PIHAK EKSTERNAL DAN POTENSI INTERNAL. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286–1295.

Gunawan, I. (2015). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOMODITAS UNGGULAN PERTANIAN DI KABUPATEN ROKAN HULU. 3(2).

Ghony, M Djunaidi dan Fauzan Al Manshur. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta:Ar-Ruzz Media, 2014.

Hidayat, Asep, Surya Lesmana dan Zahra Latifah. “Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional,” *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 3, No.6 (Nopember 2022).

<https://pamekasankab.go.id/berita/707/tahun-2022-wamira-mart-akan-tersebar-di-13-kecamatan> 17 November 2023.

<https://satudata.pamekasankab.go.id/16januari2024-01-16>.

Iskandar, M. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial* (kualitatif dan kuantitatif). Jakarta: Gang persada Pres, 2008.

Julyantoro, Fianda,dkk. *BANGKIT JADI UMKM UNGGUL*.Surabaya:Unitomo Pres,2020.

Kamayanti, Ari, *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi*, (Malang: Penerbit Peneleh, 2021).

Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemah* (Surabaya: Lentera Optima Pustaka, 2011).

Kottler, Philip. *Manajemen dan Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001.

L, Daniel, Stufflebeanm dan Guili Zhang *The CIPP Evaluation Model*. New York: The Guilford Press, 2017.

- Mariadi, M., Wahid, A., & Fakhri, Moh. (2023). Makna Ziarah Makam Re'a sebagai Bentuk Komunikasi Transendental Study Etnografi Makam Re'a di Bayan Lombok Utara. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 2117–2127. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1898>
- M, Mursid. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 25.
- Miswanto, “*Evaluasi Pelaksanaan Pendidikan Pesantren Mini di Madrasah Aliyah Patra Mandiri Plaju Palembang*” 2, No. 2 (2016).
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Nawawi, *Metodologi Penelitian Hukum Islam*. Malang: Genius Media, 2014.
- Nawawi, *Pendekatan dan Metode Penelitian Fiqih dan Ekonomi Syariah* Surabaya: Pustaka Radja, 2018.
- Noor, Afif. “ Perlindungan Terhadap Pasar Tradisional di Tengah Ekspansi Pasar Ritel Modern”, *Jurnal Ekonomi Islam Volume IV/ Edisi 2/ November 2013*.
- Qorib, Fathol. *PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL BERBASIS ONE VILLAGE ONE PRODUCT DI KABUPATEN PAMEKASAN JAWA TIMUR 2023*.
- Rafida, Tien dan Rusydi, Ananda, *Pengantar Evaluasi Program Pendidikan*, (Sumatra: Perdana Publishing, 2017).
- Risal, Muhammad dan siradjuddin. “Meningkatkan Peran Usaha Kecil dan Mikro Syariah Dalam Mengantasi Kemiskinan,” *Jurnal Sosial dan Sains: Vol 2, No 2, Februari 2022*.
- Sarwoko, Endi. “*Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang*”, *Jurnal Ekonomi Modernisasi: Vol 4, Nomer 2/ juni 2008*.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2009.

- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sukardi. *Evaluasi Program Pendidikan dan Pelatihan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Suryati, Indah, “*Pengaruh Ukuran Usaha dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Jasa Atau Pelayanan Laundry di Kecamatan Makasar 2019*”, *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsurja*: Vol 1, NO. 1, Januari 2021.
- Tambunan, Tulus T.H. *UMKM di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Tasmuji, dkk., *Ilmu Alamiah Dasar, Ilmu Sosial Dasar, Ilmu Budaya Dasar* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2011).
- Umar, Husain. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.
- Yusuf, Muri. *Metode Peneltian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabugan*, Jakarta: kencana, 2014.
- Fadhilah, S., & Dewi, E. A. S. (2017). POLA KOMUNIKASI TRADISI MAROSOK ANTARA SESAMA PENJUAL DALAM BUDAYA DAGANG MINANGKABAU. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(2), 222. <https://doi.org/10.24198/jkk.v5i2.10464>
- Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, & Ainul Hayat. (2013). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI FASILITASI PIHAK EKSTERNAL DAN POTENSI INTERNAL. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286–1295.

Gunawan, I. (2015). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOMODITAS UNGGULAN PERTANIAN DI KABUPATEN ROKAN HULU*. 3(2).

Handoko, Y., Wijaya, H. A., & Lestari, A. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Administrasi Pendidikan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Haramain, M. (2022.). *Prinsip-prinsip Komunikasi Dalam al-Qur'an*.

Irawan, D. (t.t.). *Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha*.

Mariadi, M., Wahid, A., & Fakhri, Moh. (2023). Makna Ziarah Makam Re'a sebagai Bentuk Komunikasi Transendental Study Etnografi Makam Re'a di Bayan Lombok Utara. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 2117–2127. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1898>

Rohmah, N. (t.t.). *PENGAWASAN PENDIDIKAN DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN DAN HADITS*.

Yusuf, S., Seftiana, E., & Lidyah, R. (2022). Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai Sendi Perekonomian Indonesia. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 3(2), 30–47. <https://doi.org/10.26905/jrei.v3i2.9122>

LAMPIRAN I

Wawancara Kepala Dinas Koperasi & UKM



Wawancara Pengelola WAMIRA Mart



Wawancara Bupati Periode 2018-2023



Wawancara Pelaku UMKM

LAMPIRAN II Pedoman Wawancara

1. Bagaimana sistematika Langkah atau proses yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten dalam merealisasikan program WAMIRA Mart
2. Bagaimana pandangan bapak terkait potensi UMKM yang ada di Pamekasan
3. Bagaimana peran pemerintah kabupaten, pelaku UMKM dan Masyarakat umum dalam pengembangan program WAMIRA Mart
4. Setelah program ini berjalan, apa yang kemudian menjadi catatan bapak dalam program ini? Apakah sudah ada kontribusi yang nyata dalam pengembangan ekonomi di Kabupaten Pamekasan
5. Apa yang menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah dalam realisasi program WAMIRA Mart
6. Apakah adanya WAMIRA Mart itu menjadi jalan alternatif terhadap para pelaku UMKM di Kabupaten Pamekasan
7. Bagaimana Langkah yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten dalam rangka membangun antusiasme Masyarakat dan pelaku UMKM dalam rangka mewujudkan tujuan WAMIRA Mart
8. Adakah pengawasan khusus terhadap pelaku UMKM

LAMPIRAN III

NO	NAMA	STATUS
1	Baddrut Tamam	Bupati Pamekasan periode 2018-2023/Penggagas
2	Muttaqin	Dinas Koperasi & UKM
3	Abd Somad	Pelaku UMKM
4	Imam Syafi'e	Pengelola WAMIRA Mart
5	Hendra	Pengamat Ekonomi

LAMPIRAN IV

Pertanyaan: Bagaimana sistematika Langkah atau proses yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten dalam merealisasikan program WAMIRA Mart?

Jawaban: Sesuai harapan serta tujuan adanya WAMIRAMart ini, maka tentu yang paling mendasar adalah bagaimana terjalin komunikasi yang baik serta efektif antara pelaku WAMIRAMart dengan pelaku UMKM

Pertanyaan: Bagaimana pandangan bapak terkait potensi UMKM yang ada di Pamekasan?

Jawaban: Program WAMIRA Mart ini menurut saya sangat bagus dan menjadi jalan bagi saya secara pribadi untuk berinovasi dalam mengembangkan usaha saya.

Pertanyaan: Bagaimana peran pemerintah kabupaten, pelaku UMKM dan Masyarakat umum dalam pengembangan program WAMIRA Mart?

Jawaban: Masyarakat tentunya sudah mengetahui tentang program ini karena program ini sudah disosialisasikan jauh jauh sebelumnya, Langkah yang digunakan adalah sosialisasi program ini dilakukan oleh pemerintah maka langkah selanjutnya adalah bagaimana masyarakat berpartisipasi dalam program WAMIRA Mart

Pertanyaan: Apa yang menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah dalam realisasi program WAMIRA Mart?

Jawaban: Sejauh ini menurut saya banyak hal yang perlu di evaluasi dari WAMIRA Mart ini, mulai dari kejelasan secara kebijakan pengelolaan dan status kerjasama atau kepemilikan

Pertanyaan: Apakah adanya WAMIRA Mart itu menjadi jalan alternatif terhadap para pelaku UMKM di Kabupaten Pamekasan?

Jawaban: Program WAMIRA Mart ini menurut saya sangat bagus dan menjadi jalan bagi saya secara pribadi untuk berinovasi

Pertanyaan: Adakah pengawasan khusus terhadap pelaku UMKM?

Jawaban: kalau hubungan dengan pemerintah setelah usaha ini berjalan tidak ada kayak gak ada kaitannya dengan pemerintah, tidak ada yang namanya control dan evaluasi dari atasan sehingga kami menjalankan usaha sebagaimana biasanya milik sendiri yang tidak ada hubungannya dengan pemerintah

LAMBIPAN V

Kami menggagas program WAMIRAMart ini sebenarnya karena melihat kondisi yang ada di Kabupaten Pamekasan yang sangat banyak menghasilkan produk produk UMKM namun kurang menemukan pasar untuk produk yang dihasilkan tersebut. Oleh karena itu hal yang pertama kami lakukan adalah sosialisasi program WAMIRA Mart ini agar masyarakat umum juga mengetahui tentang program ini karena sebenarnya program ini memang diperuntukkan bagi masyarakat umum yang pengelolannya nanti kami memasrahkan sepenuhnya terhadap rakyat yang nanti menjadi pilihan dalam pelaksana warung milik rakyat ini

Sesuai harapan serta tujuan adanya WAMIRA Mart ini, maka tentu yang paling mendasar adalah bagaimana terjalin komunikasi yang baik serta efektif antara pelaku WAMIRA Mart dengan pelaku UMKM dan hal itu bisa dengan mudah apabila semuanya itu bisa saling menyampaikan apa yang menjadi keinginan mereka oleh karena itu sangat dianjurkan dalam program ini agar pelaku WAMIRA Mart bisa bertemu langsung dengan pelaku UMKM sehingga dapat dengan mudah mengetahui secara langsung terhadap apa yang menjadi milik pelaku UMKM. Saya sangat berharap perjalanan WAMIRAMart ini benar benar sesuai dengan potensi lokal yang ada di daerah masing masing dengan menggunakan pendekatan yang sesuai dengan kondisi sosial masing masing. Penting diperhatikan bahwa dalam menjalankan program ini semua yang terlibat harus mampu memahami peran dari masing masing stakeholder agar dapat menjalankan fungsinya dengan baik dalam program WAMIRAMart ini.

Bupati Pamekasan Periode 2018-2023

H. Baddrut Tamam, S.Psi



RIWAYAT HIDUP

Abd. Hakim adalah anak Ke-dua dari pasangan Bapak H. Jubri dan Ibu Hj. Hotijah, dari tiga bersaudara dan lahir di Desa Batubintang Kecamatan Batumarmar Kabupaten Pamekasan pada hari Senin 10 Juni 2000.

Jenjang pendidikan TK. Darma Wanita (2004-2006), SDN Tamberu II (2006-2012), MTS Mambaul Ulum Bata-Bata (2012-2015), MA Mambaul Ulum Bata-Bata (2015-2018), S1 IAIN Madura (2018-2022). S2 UIN Malang (2022-Sekarang)

Pengalaman organisasi. Pernah menjabat Ketua Angkatan Revolusi MAPABA II PMII Rayon Mandilaras, CO Biro Pengembangan Intelektual Pengurus Rayon Mandilaras (2019-2020), CO Advokasi Pengurus DPD IMABA IAIN Madura (2019-2020), CO Minat Bakat Pengurus HIMA Akuntansi IAIN Madura, Ketua Umum DPW IMABA Pamekasan (2021-2022), Ketua I DPP IMABA (2024-2026).