

E-ISSN : 2654-3664



PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN 3 DAN CALL FOR PAPERS 2018

TEMA

*“Membangun Ekonomi Indonesia yang Berdaya Saing
Berbasis Entrepreneurial Leadership”*



UNESA

manajemen
KITA





PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerahNya, sehingga kegiatan Seminar Nasional dan Call for Paper (SENIMA 3) dapat terselenggara dengan baik. Kegiatan ini merupakan Agenda Tahunan dari serangkaian kegiatan dalam memperingati hari jadi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang jatuh pada 5 Oktober.

Seminar Nasional dan Call for Paper (SENIMA 3) menjadi forum diskusi dan komunikasi para akademisi dan praktisi yang bergerak di bidang manajemen. Perubahan lingkungan bisnis ditingkat regional ASEAN dengan pemberlakuan MEA membutuhkan pemimpin perusahaan yang memiliki *entrepreneurial leadership* (kepemimpinan berbasis kewirausahaan). *Entrepreneurial leadership* adalah kemampuan mengorganisir sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama menggunakan perilaku proaktif kewirausahaan dengan mengoptimalkan risiko, berinovasi untuk memanfaatkan peluang, mengambil tanggung jawab pribadi dan mengelola perubahan dalam lingkungan yang dinamis untuk kepentingan organisasi.

Kontribusi sumber daya manusia pada sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh peran pimpinan yang ada didalamnya. Dengan *basic entrepreneurial leadership* seorang pemimpin diharapkan dapat mengoptimalkan kontribusi dari setiap sumber daya manusia yang ada dalam organisasi dengan menciptakan kondisi *favorable* bagi kebebasan dan keberanian menyatakan pendapat, pikiran, hasil penelitian, serta terselenggaranya proses pendidikan dan pelatihan yang dapat mendorong terciptanya inovasi dan ide-ide baru. Bertolak dari pemikiran tersebut, Jurusan Manajemen FE UNESA menyelenggarakan Seminar Nasional ke-III dengan tema **“Membangun Ekonomi Indonesia Yang Berdaya Saing Berbasis *Entrepreneurial Leadership*”**.

Diharapkan dengan kegiatan seminar ini dapat membekali para peserta seminar dengan perkembangan praktik *entrepreneurial leadership* yang lebih inovatif dan berkelanjutan pada era persaingan sehingga kegiatan ini dinilai sangat tepat untuk menyingkapi persaingan usaha saat ini. Kegiatan seminar dan *call for paper* ini terbuka bagi seluruh akademisi, praktisi, instansi pemerintah, LSM dan masyarakat umum yang ingin memaparkan hasil penelitian, pemikiran, maupun praktik-praktik terkait dengan *entrepreneurial leadership*. Seminar dan *call for paper* ini juga ditujukan untuk memfasilitasi mahasiswa-mahasiswa yang ingin mengenal implementasi ilmu manajemen dalam berbagai latar belakang situasi secara lebih dalam.



Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih pada pihak-pihak yang telah mendukung kegiatan ini. Ucapan terima kasih ini, secara khusus, kami sampaikan kepada kepada para narasumber, pihak sponsor, peserta dan pemakalah yang telah berpartisipasi pada kegiatan ini. Penghargaan setinggi-tingginya kami sampaikan atas dukungan para pimpinan dan staf Fakultas Ekonomi khususnya para dosen dan mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang bekerja keras demi kelancaran acara ini.

Semoga kegiatan ini menjadi bentuk partisipasi dunia akademik dalam membangun bangsa dan Negara Indonesia, terutama berkaitan dengan pengembangan Ilmu Manajemen di Indonesia.

Surabaya, 5 Oktober 2018
Ketua Panitia SENIMA 3



Agus Frianto

Susunan Panitia SENIMA 3

Pelindung dan Penasehat : Dekan Fakultas Ekonomi
Penanggung Jawab : Ketua Jurusan
Sekretaris Jurusan
Ketua Panitia : Agus Frianto, S.T., SE., MM

Sekretaris 1 Bendahara 1
Trias Madanika K, S.Pd. SE., MM **Monika Tiarawati, SE., M.M.**

Sekretaris 2 Bendahara 2
Nurul Indawati, SE., M.M. **Yessy Artanti, S.E., M.Si.**

Koordinator Sie Acara:
Achmad Kautsar, SE., M.M.
Anggota:
Yuyun Isbanah, SE., M.SM.

Koordinator Sie Perlengkapan &
Keamanan:
Hujjatullah Fazlurrahman, SE., M.B.A.
Anggota:
R.A. Sista Paramita, SE., M.Si.
Norman Arief, SE.

Koordinator Sie Sponsorship (DANU):
Dr. Sri Setyo Iriani, SE., M.Si.
Anggota:
Sanaji, SE., M.Si.
Tias Andarini, SE, M.M.
Drs. Ec Budiono. M.Si

Koordinator Sie Prosiding &
Kesekretariatan:
Widyastuti, S.Si., M.Si.
Anggota:
Rosa Prafitri Juniarti, SE., M.SM
Koordinator Sie Humas &
Pubdekdok:
Hafid Kholidi Hadi, SE., M.SM.
Anggota:
Zainur Rahman, S.E., M.Sc
Khiorur Rozaq, S.E., Sy., M.M

Koordinator Sie Konsumsi:
Nadia Assandimitra, SE., M.M.
Anggota:
Yusnia Eka Rully, S.Pd.



Tim Reviewer

Dr. Purwohandoko, M.M.	: Universitas Negeri Surabaya
Dr. Jun Surjanti, S.E., M.Si.	: Universitas Negeri Surabaya
Dr. Anang Kistyanto, S.Sos., M.Si.	: Universitas Negeri Surabaya
Dr. Musdholifah, S.E., M.Si.	: Universitas Negeri Surabaya
Dr. Sri Setyo Iriani, SE., M.Si.	: Universitas Negeri Surabaya
Dra.Hj.Anik Lestari Anjarwati, M.M	: Universitas Negeri Surabaya
Yessy Artanti, S.E.,M.Si	: Universitas Negeri Surabaya
Nadia Asandimitra,S.E.,M.M	: Universitas Negeri Surabaya
Dwiarko Nugrohoseno,S.Psi.,M.M	: Universitas Negeri Surabaya
Widyastuti, S.S.Si.,M.Si	: Universitas Negeri Surabaya



DAFTAR ISI

1. Pengembangan dan Penerapan Strategi Inovasi Pengelolaan Perubahan dalam Era Disrupsi
M.Faisal **1-15**
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee)
Sri Nunggal Windasari & Widyastuti **16-27**
3. Determinan Perilaku Keuangan Sehari-hari Masyarakat Indonesia
Gabriela Ilona & Njo Anastasia **28-37**
4. Inovasi Produk sebagai Sumber Kekuatan dan Peluang untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran pada Pelaku Usaha di Kawasan Pesantren Kota Jombang
Wiwik Maryati **38-45**
5. Core Competency terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi oleh Motivasi Berprestasi dan Employee Engagement pada PT. Utama di Balikpapan
Tetra Hidayati, Linda Fauziah A., & Chandra Bagus Agung P. **46-59**
6. Pengembangan Karakter Mahasiswa Melalui Koperasi Mahasiswa (Kopma) Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya
Christina Menuk, Much Munir Rachman, & Siti Samsiyah **60-70**
7. The Influence Of Market Orientation Towards Marketing Performance Mediated By Product Innovation In Beads MSMEs
Erminati Pancaningrum, Beni Sucipto, & Wenda Wahyu C. **71-82**
8. Analisis Model Prediksi Financial Distress Dan Determinan Yang Mempengaruhinya (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Di BEI Tahun 2014-2016)
Muhammad Amirulloh & Yuyun Isbanah **83-98**
9. Membangun Pengalaman Pengunjung Agrowisata untuk Meningkatkan Word of Mouth Positif
Muhammad Amirul Mukminin & Sanaji **99-108**
10. Pengaruh Self Efficacy Terhadap Kinerja Individu Dengan Dimoderasi Internal Locus Of Control Pada Dosen Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya
Dewi Nuraini & Kristiningsih **109-115**

- 
11. Memahami Niat Konsumen Menggunakan Go-Pay :
Pengembangan Dan Pengujian Model Penerimaan Teknologi Bagi
Konsumen
Sugeng Purwanto **116-137**
 12. Pengaruh Religiusitas dan Country Of Origin Terhadap Keputusan
Pembelian Mie Samyang (Studi Pada Konsumen Mie Samyang di
Surabaya Pusat)
Eka Yuniar Pradani, & Sri Setyo Iriani **138-152**
 13. Penerapan Model Manajemen Sentra Umkm Masyarakat Pesisir
Pantai Di Jawa Timur
Sri Handini & Sukesi, Hartati Kanty Astuti **153-172**
 14. Peran Self Congruity dan Functional Congruity Dalam
Memprediksi Consumer Attitude Pada Jasa Skincare
Kristiningsih **173-181**
 15. Model Inkubator Kewirakoperasian Di Pasar Tradisional: Studi
Kasus Di Pasar Sambilegi, Kabupaten Sleman
Awan Santosa, Rina Dwiarti, Sumiyarsih, & Shadrina Hazmi **182-192**
 16. Penentuan Cash Holdings Melalui Tata Kelola Perusahaan
Umi Murtini **193-204**
 17. Exploring The Potential Of Hijab Smes Through Local Wisdom In
Gresik (A Study On Sme ‘Yati’ Collection/Hj. Mariyati)
Jun Surjanti, Yoyok Soesatyo, Sanaji, & Setya Chendra W. **205-214**
 18. Knowledge Sharing, e-Marketing Capability, Marketing
Performance: Studi Pada Inkubator Bisnis UPN “Veteran” Jawa
Timur
Lia Nirawati & Rangga Restu Prayogo **215-228**
 19. Pengaruh Iklan Outdoor, Promosi Penjualan, Dan Celebrity
Endorser Terhadap Niat Beli Di Shopee Indonesia Pada Generasi
Y Dan Z
Balqies Intan Hapsari & Anik Lestari Andjarwati **229-244**
 20. Pengaruh Level Of Satisfaction, Image Terhadap Behavior
Intention Dan Word Of Mouth Pada Prambanan Jazz Music
Festival
Arida Intan Kumalasari, Veny Megawati, & Siti Rahayu **245-252**

- 
- 
21. Pertimbangan Yang Digunakan Pedagang Dalam Memilih Sumber Pendanaan Untuk Modal Usahanya
Dhiyan Septa Wihara & Poniran Yudho Leksono **253-262**
 22. Dampak Digitalisasi Pada Peluang Bisnis E-Commerce Di Kabupaten Sumenep
Istiyanatul Mahbubah & Sofie Yunida Putri **263-269**
 23. Pengaruh Board Characteristic terhadap Financial Performance Pada Perusahaan Manufacture Di Indonesia
Lucyana, Werner R. Murhadi, & Bertha Silvia Sutejo **270-281**
 24. Analisa Pengaruh Personality traits terhadap Financial literacy dan Stock investment intention
Raymond Wahyudi **282-295**
 25. Optimalisasi Strategi Metode Pelatihan melalui Pendampingan Usaha bagi Pelaku Usaha Umkm pada Sentra UMKM di Jawa Timur
Susanto Soekiman, Agus Baktiono, & Shanty Ratna D. **296-325**
 26. "Media Sosial Instagram Untuk Pemilihan Destinasi Wisata: Sikap Dan Niat Berperilaku"
Gracia Narwastu, Siti Rahayu, & Fitri Novika Widjaja **326-338**
 27. Studi Eksperimental Peran Background Music Terhadap Approach Behavior : Moderasi Co-Creation Dan Mediasi Perceived Mood Pada Konsumen Rumah Ice Cream Baratajaya Di Surabaya
Yovita Christiani, Silvia Margaretha, & Dudi Anandya **339-350**
 28. Model Keunggulan Bersaing Pada Umkm Handycraft Di Kota Semarang Jawa Tengah
Ardiani Ika Sulistyawati & Indarto, Saifudin **351-359**
 29. Optimalisasi Peran Perguruan Tinggi Dalam Rangka Memperkuat Daya Saing UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur
Wahyudiono, Maria Widyastuti, & Aminatuzzuhro **360-376**
 30. Model Pendidikan Perkoperasian Untuk Mewujudkan Tata Kelola Koperasi Yang Sehat
Elisabeth S., Yohanes Harimurti, & Erna Susilowati **377-388**
 31. Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Masyarakat di Pulau Bawean
Qonitatin Waffiyah & Nadia Asandimitra **389-402**

- 
32. Mediating Effect Of Financial Literacy On Demographic Factors And Motivation Influence Towards Financial Behavior Of Small-Medium
Rika Dwi Ayu P., Wahidah A., & Riantira Purnama P. 403-420
33. Analisis Pengaruh Asimetri Informasi, Manajemen Laba dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen (Studi Kasus Perusahaan Costumer Goods yang Terdaftar di BEI 2015-2017)
Rr. Nur Hardiana Suraya, & Rachma Agustina 421-431
34. Pengaruh E-Servqual Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna E-Banking Di Kota Kediri
Yudianto Perdana Putra & Imam Safi'i, Dian Ruhamak 432-440
35. Fenomenologi Komunikasi Akuntansi Generasi Z
Zarah Puspitaningtyas 441-449
36. Konseptualisasi Entrepreneurial Leadership
Agung Widhi Kurniawan 450-454
37. Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior
Michael Agustio Gosal & Nanik Linawati 455-465
38. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Real Meat (Studi Pada Konsumen Indomie Real Meat Wilayah Surabaya Timur)
Oenita Nious Dwi Cahyani & Monika Tiarawati 466-475
39. Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Generasi Milenial (Studi Pada Konsumen Agoda.Com)
Ayu Rahmadani & Yessy Artanti 476-485
40. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Daya Beli Melalui E-Commerce
Sofie Yunida Putri & Istiyanatul Mahbubah 486-495
41. Love Of Money, Religiosity And Ethical Perceptions Of Members Of Indonesian Young Entrepreneurs (Hipmi) In Makassar
Alim Syariati, Rika Dwi Ayu Parmitasari, & Siti Rahma 496-509

- 
42. Pengaruh Cause Brand Fit Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kredibilitas Merek Dan Altruistic Attribution
Adrianto Trimarjono **510-514**
43. Kualitas Layanan, Persepsi Konsumen, Brand Awareness dan Kepuasan Konsumen pada Media Sosial Instagram
Rika Rahayu & Dian Ratnasari Yahya **515-527**
44. Assessing Consumer Preference For Cookies Development Among Indonesian Consumer
Muhammad Idham Sofyan & Emily Mercilia **528-543**
45. Analisis Perilaku Pembelian Konsumen Terhadap Faktor- Faktor yang Terdapat Dalam Produk Makanan dan Minuman Lokal di Surabaya
Widhayani Puri Setioningtyas & Sutama Wisnu **544-555**
46. Analisis Keterkaitan Destination Image, Destination Personality Attitude Dan Behavioral Intention (Survei Wisatawan Domestik Di Pantai Carocok, Sumatera Barat)
Verinita & Widia Wahyu Nengsi **556-566**
47. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Di Pemerintahan Kota Lhokseumawe
Marzuki & Chairil Akhyar **567-581**
48. Reformasi Birokrasi Melalui Redistribusi Pegawai Negeri Sipil Bidang Pelayanan Pendidikan Dan Kesehatan Di Kabupaten Tapanuli Selatan
Wisber Wiryanto **582-596**
49. The Impact Of Lifestyle On E-Tickets Shopping Decision In Tiket.Com
Muhammad Ashoer, Haerdiansyah, & Fahrina Mustafa **597-610**
50. Mothers Empowerments of Household Residents: Confection Production Training Increases Family Income.
Lailatun Nimah & Andri Setiya Wahyudi **611-618**
51. Investigasi Dinamika Ekspor Kopi di Indonesia
Muhammad Idham S., Toto Edrinal S., & Viani Khairunnisa S. **619-629**

- 
52. Lembaga Keuangan Mikro Dan Pemberdayaan Perempuan Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Kabupaten Sumedang (Studi Kasus Orang Terkena Dampak Sekitar Waduk Jatigede)
Sulaeman Rahman N., Moh. Anwar, Layinaturrabaniyah, & Ida Yuliani **630-640**
53. Building Corporate Image Through Integrated Marketing Communication and Service Quality on Islamic Bank in Bandung
Resanti Lestari **641-654**
54. The Influence Of Macroeconomic Variables And Internal Banking Factors On Financial System Stability Using Financial Stability Index
Octrea Saffenia Zahra **655-679**
55. Gelora Sriwijaya Jakabaring Sport Center (Jsc) Sebagai Sarana Pengembangan Pendapatan Masyarakat Dalam Satu Sistem Pasar Terpadu Bagi Produk Kerajinan Palembang
Kristina Sedyastuti **680-687**
56. Pengelolaan Keuangan UKM Tas dan Sepatu di Surabaya dan Sidoarjo
Tri Sudarwanto **688-701**
57. Pengaruh Distributive Justice, Procedural Justice, Dan Interactional Justice Terhadap Innovative Work Behavior Pada Chain Hotel Di Jawa Timur
Noer Choidah **702-713**
58. Pengaruh Action Aggressiveness Terhadap Firm Performance Yang Dimoderatori Repertoire Competition
Erminati Pancaningrum **714-728**
59. Strategi Kompetitif Rumah Makan "Gudeg Pecel Bu Harman"
Noufal Ahmadi, Tias A. Indarwati **729-743**
60. Pengaruh Kepuasan Pasien Pada Kualitas Layanan Rawat Inap Terhadap Niat Discharge Against Medical Advice (Dama) (Studi di Rumah Sakit Umum Daerah Pare Kabupaten) Kediri
Gandung Satriyono & Desi Kristanti **744-751**
61. Analisis Perbedaan Nilai Pelanggan (Customer Value) pada Konsumen yang Melakukan dan Tidak Melakukan Pemilihan Sampah
Titik Desi Harsoyo **752-761**

- 
62. Pengaruh Orientasi Inovasi terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta
Gumirlang Wicaksono & Subarjo **762-770**
63. Penanaman Internal Branding dalam Membangun Brand Comitment (Studi pada Universitas Pembangunan Nasional (UPN) "Veteran" Jawa Timur sebagai kampus "Bela Negara")
Siti Ning Farida & Nurul Azizah **771-785**
64. Peran Orientasi Pasar terhadap Pemasaran Kewirausahaan pada UKM Kerajinan di Daerah Istimewa Yogyakarta
Audita Nuvriasari **786-797**
65. Perilaku Sharing Konten Online: Berdasarkan Perspektif Psychology Social
Yessy Artanti **798-810**
66. Analysis Of Green Marketing And Brand Image Of Purchasing Decision Of "Sutra" Brand Bread
Alshaf Pebrianggara **811-819**

OPTIMALISASI PERAN PERGURUAN TINGGI DALAM RANGKA MEMPERKUAT DAYA SAING UMKM KAWASAN WISATA RELIGI DI JAWA TIMUR

Wahyudiono¹⁾, Maria Widyastuti²⁾, Aminatuzzuhro³⁾

Universitas Narotama¹⁾, Universitas Katolik Darma Cendika²⁾, Universitas
Wijaya Putra³⁾

Email Korespondensi: wahyudiono18@yahoo.com

Abstract

This study aims to formulate an optimization model of the role of universities in strengthening the competitiveness of MSMEs in religious tourism areas in East Java. The object of this study is entrepreneurial curriculum policy and its implementation in universities. This study uses a qualitative descriptive approach since this is a social engineering process to reconstruct a model that includes the stages of: a) identifying the role of universities in order to strengthen the competitiveness of MSMEs, b) laying out the role of universities in order to strengthen the competitiveness of MSMEs, c) formulating an effective model, d) testing the effectiveness of the model, e) evaluating the effectiveness of the model f) improving the optimization model of the role of universities in strengthening the competitiveness of MSMEs. Data collection is obtained through interviews with the samples sources and closed-ended questionnaires by using purposive sampling technique. The total of the respondents are 27 Head of Study Programs who applied the entrepreneurship curriculum. The modeling process of optimization the role of universities in strengthening the competitiveness of MSMEs is formulated through focus group discussions from academics and activists from the community who have an interest in studying MSMEs. The results of the study have reconstructed the optimization model of the role of universities in strengthening the competitiveness of MSMEs which include the stages of: a) redesigning entrepreneurship curriculum policies, b) integrated curriculum implementation, c) model development. The implementation stage of the integrated curriculum is a strategic program in developing managerial aspects for MSME actors through a series of activities including clinical program, training programs, mentoring programs and MSME development partners, so that the implementation of this program could realize and strengthen the competitiveness of MSMEs in religious tourism areas in East Java.

Keywords: Clinical Program; Training Program; Mentoring Program; MSMEs development partners and Competitiveness of MSMEs.

1. PENDAHULUAN

Wisata religi merupakan salah satu pilihan wisata yang banyak dilakukan

oleh masyarakat, hal ini tercermin dari banyaknya pengunjung kawasan wisata religi di Jawa Timur yaitu rata-rata sekitar 7.817.856 pengunjung/tahun (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur, 2017: 63). Potensi wisata ini tentu memberi dampak yang positif bagi pertumbuhan usaha UMKM, namun hal ini belum diikuti keunggulan daya saing dan kinerja UMKM yang tinggi. Kualitas sumberdaya manusia, akses pembiayaan, pola manajemen, akses informasi dan kemitraan usaha merupakan aspek yang menjadi titik lemah dalam pengelolaan UMKM. Pengetahuan manajemen dapat menjadi modal untuk membangun keunggulan daya saing dan perbaikan kinerja organisasi (Lee and Wong, 2015), oleh karena itu pengetahuan manajemen diperlukan untuk pengelolaan UMKM dalam rangka menyiapkan kualitas sumberdaya manusia yang memadai guna membangun keunggulan daya saing agar menghasilkan kinerja yang optimal.

Proses pembelajaran organisasi mampu berkontribusi pada peningkatan kompetensi sumberdaya manusia bagi pelaku UMKM (Kim and Marsick, 2013), sedangkan karakteristik perusahaan turut menentukan kualitas tenaga kerja dan perbaikan sumber daya manusia pada sektor UMKM (Holten and Crouch, 2014). Hal ini menunjukkan perlunya proses untuk menghasilkan kompetensi sumber daya manusia yang handal sebagai sumber keunggulan daya saing bagi UMKM dalam rangka menghasilkan kinerja yang tinggi walaupun berada ditengah persaingan global yang terus berubah. Komitmen terhadap R & D, investasi pada modal, desain produk turut mendorong perilaku berinovasi dalam melakukan perbaikan skill dan pembaharuan kemampuan UMKM (Love and Raper, 2015), sedang keputusan untuk berinovasi R & D melalui penggunaan ICT dibutuhkan untuk memberi pelayanan dan kepuasan bagi pelanggan (Manjon et al, 2016). Inovasi merupakan kebijakan strategis membangun keunggulan daya saing, oleh karena itu pelaku UMKM harus memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi untuk mendukung kinerja usahanya, baik dalam penggunaan ICT, R & D maupun perbaikan pelayanan bagi kepuasan pelanggan. Langkah ini tentu dapat merespon perubahan selera konsumen, mengantisipasi bisnis global bahkan untuk mengarah pada bisnis yang berorientasi ekspor sehingga dapat meningkatkan kapasitas bisnisnya dalam meraih kinerja yang semakin baik.

Manajemen merupakan proses mengubah visi menjadi kegiatan produktif yang memberi nilai riil pada produk (Bateman dan Snell, 2014: 5), oleh karena itu untuk meraih kinerja terbaik perlunya kepemilikan pengetahuan manajemen yang layak. Perguruan tinggi merupakan salah satu sumber pengetahuan manajemen yang lengkap sebagai referensi untuk memfasilitasi tersedia kualitas sumberdaya manusia yang dapat mendorong capaian kinerja yang lebih efektif, demikian pula kemampuan organisasi menggali nilai kearifan dan budaya lokal mampu dijadikan sumber inovasi untuk meraih sukses melalui keunikan pasar ceruk (Stoll and

Brookshire, 2012; Jarvis and Rigby, 2012), oleh karena itu keberadaan perguruan tinggi harus memberi kontribusi riil dalam membangun keberadaan pengetahuan dan budaya inovasi bagi UMKM, melalui serangkaian kebijakan dalam desain kurikulum kewirausahaan, program magang mahasiswa, program riset serta publikasi ilmiah yang terkait dengan aspek manajerial yang diterapkan oleh pelaku UMKM.

Perguruan tinggi melalui implementasi tridarmanya tentu mampu menjadi sumber solusi bagi permasalahan manajemen yang dialami oleh pelaku UMKM, namun kenyataannya masih sangat memprihatinkan, karena lembaga perguruan tinggi masih belum memiliki kebijakan kurikulum kewirausahaan yang memadai serta orientasi kurikulum yang belum mengarah pada keterpihakan terciptanya kualitas lulusan yang berwawasan entrepreneurship dan program penelitian dan pengabdian masyarakat yang lemah pada aspek pengembangan manajemen dan penerapan manajemen bagi UMKM. Kebijakan kurikulum kewirausahaan dan program mahasiswa seharusnya didesain secara ter-integrated dengan seluruh pemangku kepentingan dengan melibatkan seluruh sumberdaya yang dimilikinya baik dosen, mahasiswa dan institusinya sendiri. Kebijakan kurikulum sebaiknya menyediakan ruang yang memadai untuk mengekspresikan keberadaan perguruan tinggi dengan segala atributnya baik melalui program klinik, program pelatihan, program pendampingan, program bina mitra, program riset dan publikasi ilmiah yang diperuntukan bagi layanan manajemen dan pengembangan UMKM.

Berdasarkan pada berbagai kajian tersebut diatas menunjukkan bahwa daya saing UMKM merupakan resultante dari suatu proses yang melibatkan berbagai sumberdaya input yang tersedia di tengah masyarakat guna untuk meraih capaian kinerja yang lebih baik (Mulloli et al, 2017; Adu et al, 2016). Perguruan tinggi merupakan salah satu pemangku kepentingan yang memiliki peran yang strategis dalam membangun dan memperkuat daya saing UMKM, oleh karena itu melalui kekuatan dibidang riset dan pusat pengembangan inovasi seharusnya memiliki program riil yang mengarah keperpihakannya pada pelaku UMKM. Hal penting yang harus dilakukan saat ini adalah melakukan optimalisasi peran perguruan tinggi melalui redesain kebijakan kurikulum dan implementasinya secara terpadu dan berkelanjutan, sehingga perguruan tinggi mampu memberikan sumbangsih yang nyata dalam rangka membangun dan memperkuat daya saing UMKM melalui penerapan aspek manajemen yang aplikatif dan konsisten.

2. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Desain model ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan daya saing UMKM melalui perumusan model secara komprehensif, oleh karena itu fokus terhadap permasalahan menjadi sangat

penting. Penelitian memerlukan pendalaman dengan nara sumber secara langsung dan observasi terhadap subyek yang diteliti yaitu ketua program studi pada perguruan tinggi yang memiliki kurikulum kewirausahaan serta dilibatkan secara langsung sebagai sang aktor, tempat dan aktivitasnya, agar mampu mengungkap secara lengkap dengan sang aktor. Penelitian harus mengarah pada target yang diinginkan yaitu merumuskan model optimalisasi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM yang efektif meliputi kebijakan pengembangan kurikulum kewirausahaan dan implementasinya bagi UMKM, sehingga model ini dapat dipergunakan sebagai role model untuk memperkuat daya saing UMKM.

Obyek dan Nara Sumber

Obyek dalam penelitian ini adalah situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen yaitu tempat, pelaku dan aktivitas (Sugiyono, 2015: 215), dengan demikian yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah peran dari perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM. Nara sumber (informan) merupakan pihak yang terkait dengan obyek penelitian, oleh karena itu penentuan kualitas nara sumber sangatlah penting untuk menjamin validitas data yang dibutuhkan, dimana kualitas nara sumber ditentukan oleh sampel sumber datanya yaitu bagaimana memilih nara sumber yang mumpuni dan layak memberikan data yang diperlukan untuk mengungkap penguatan daya saing UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur melalui optimalisasi peran perguruan tinggi.

Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri, oleh karena itu peneliti harus memenuhi kriteria validasi yaitu sejauhmana peneliti siap untuk melakukan penelitian lapangan, memahami metode penelitian, memahami obyek penelitian baik secara akademik maupun logika. Instrumen dalam penelitian ini di bagi menjadi dua kelompok yaitu instrumen peneliti berasal dari ketua program studi pada perguruan tinggi yang memiliki kurikulum kewirausahaan. Sedangkan instrumen peneliti kedua berasal dari kalangan akademisi dalam hal ini diwakili oleh dosen universitas Narotama yang lebih berperan dalam mendesain konsep penelitian, menyiapkan kerangka berpikir, menentukan obyek dan nara sumber serta melakukan pengumpulan data dan analisis data. Instrumen penelitian harus tertuang dalam organisasi yang jelas, agar penelitian dapat berjalan sesuai dengan rencana.

Sampel Sumber Data

Sampel sumber data merupakan proses pemilihan sumber data yang valid yaitu bagaimana cara menentukan orang yang akan menjadi sumber data. Sumber

data adalah pihak-pihak yang akan digali informasinya, beliau di pandang layak mengetahui tentang situasi sosial yang diamati. Sampel sumber data dilakukan secara purposive sampling yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Sampel sumber data dalam penelitian ini adalah para ketua program studi pada perguruan tinggi yang menerapkan kurikulum kewirausahaan yang mengetahui dengan benar tentang peran perguruan tinggi dalam rangka memperkuat daya saing UMKM kawasan wisata religi. Kompilasi kedua sumber data ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana merumuskan model optimalisasi peran perguruan tinggi dalam rangka memperkuat daya saing UMKM kawasan wisata religi yang efektif dan efisien.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data, dalam hal ini menggunakan setting alamiah (natural setting) yaitu pengumpulan data langsung dari nara sumber yang relevan. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui empat metode yaitu: a) observasi yaitu memperoleh data dengan cara mengamati langsung terkait peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM kawasan wisata religi, sehingga dapat diperoleh gambaran secara alami tanpa intervensi, b) dokumentasi yaitu mengumpulkan data tertulis yang berasal dari dokumen yang di miliki oleh perguruan tinggi yang relevan dengan keperluan data, c) wawancara yaitu pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner tertutup guna memperoleh keterangan penting lainnya dan dilanjut melalui wawancara lebih mendalam agar dapat menggali berbagai informasi dengan nara sumber, d) triangulasi yaitu cara pengumpulan data melalui penggabungan tiga metode tersebut dengan harapan akan terjadi crosscek data yang lebih baik dan valid.

Satuan Kajian (fokus amatan)

1. **Kebijakan kurikulum kewirausahaan dan program magang**, merupakan desain mata kuliah kewirausahaan dan program magang mahasiswa kedalam kurikulum program studi agar perguruan tinggi dapat turut memperkuat daya saing UMKM melalui pembelajaran mahasiswanya. Kebijakan kurikulum ini meliputi pembelajaran kewirausahaan secara langsung magang pada kelompok UMKM secara berkelanjutan, dievaluasi secara berkala dan melibatkan peran lembaga secara langsung pada aspek manajerial UMKM.
2. **Implementasi kurikulum**, aktivitas yang terkait dengan implementasi riil atas kebijakan kurikulum kewirausahaan dan program magang yang dilakukan oleh dosen, mahasiswa maupun lembaga yang meliputi jadwal, personalia dan semua fasilitas yang diperlukan untuk melaksanakan program klinik, pelatihan,

pendampingan serta bina mitra dalam rangka pengembangan aspek manajerial dan memperkuat daya saing UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur.

3. **Program riset dan pengembangan UMKM**, serangkaian kegiatan riset yang di rancang secara sistematis, logis dan empiris terkait dengan tema UMKM terutama aspek manajerial yang dikembangkan sebagai hasil dari implementasi peran perguruan tinggi dalam kebijakan program kurikulum kewirausahaan dan program magang mahasiswa dalam rangka memperkuat daya saing UMKM.
4. **Daya saing UMKM**, merupakan sumberdaya fisik dan non fisik yang dapat memberi nilai tambah kelompok UMKM yang melebihi dari apa yang dimiliki dan dilakukan oleh usaha usaha kelompok lainnya yang meliputi nilai kearifan dan budaya lokal, manajerial yang unik dan fleksibel, keinginan menjadi lebih baik, bakat keterampilan, komunitas ter-integrated dan tingkat resistensi dalam menghadapi perubahan global.

Teknik Perumusan Model

Perumusan model dilakukan dengan menggunakan model analisis domain yaitu memberikan gambaran umum dan menyeluruh terkait peran kontribusi dari perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM kawasan wisata religi. Analisis data bertujuan untuk mendeskripsikan obyek yang diteliti baik secara kuantitatif maupun kualitatif, sehingga diperoleh gambaran obyek secara lengkap. Untuk memberi gambaran rinci dalam pengumpulan data, mendeskripsikan hasil, menganalisis, membuat kesimpulan dan menyusun rekomendasi bagi pengambilan kebijakan atau penelitian lanjutan. Adapun tahapan dalam perumusan model terdiri: a) mengidentifikasi peran perguruan tinggi dalam rangka memperkuat daya saing UMKM, b) mapping peran dari perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM, c) merumuskan model, d) menguji efektivitas model, e) mengevaluasi efektivitas rumusan model melalui focus group discussion dan f) penyempurnaan model optimalisasi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM yang lebih efektif dan aplikatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Perumusan Model

Manajemen UMKM merupakan alat untuk mengelola kegiatan UMKM agar dapat mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien, oleh karena itu manajemen harus mampu menjadi piranti untuk memperkuat daya saing UMKM dalam mengelola bisnisnya. Daya saing harus dibangun melalui kepemilikan sumberdaya ekonomi yang bersifat unik dan berkelanjutan baik bersifat non fisik maupun bersifat fisik. Perumusan suatu model memerlukan kajian yang

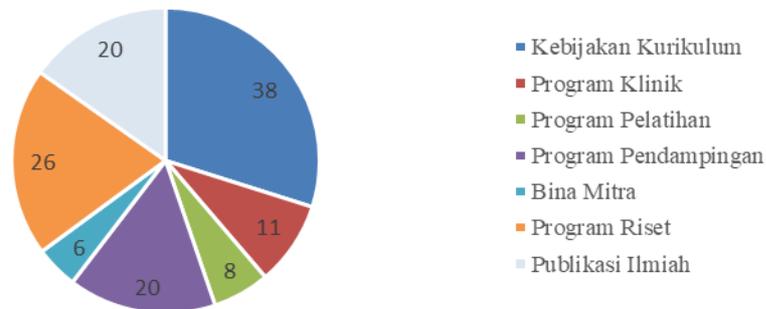
mendalam dan fokus agar dapat dihasilkan rumusan suatu model yang efektif dan dapat di implementasikan dengan cara yang efisien. Perumusan model yang baik harus memperhatikan beberapa aspek yaitu: a) Memahami permasalahan riil di lapangan, b) mereduksi permasalahan yang tidak memiliki nilai manfaat dan relevan dengan kondisi riil, c) merumuskan model, d) implementasi model serta e) evaluasi nilai kemanfaatan model.

Tahapan Rekonstruksi Model

1. Identifikasi karakteristik peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM, yaitu upaya mereduksi fokus kajian agar dapat mengungkap praktek riil terkait peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM, dengan cara mendesain kuesioner. Berdasarkan observasi dan pemilihan sampel sebanyak 27 ketua program studi di perguruan tinggi yang memiliki kurikulum kewirausahaan dengan pertimbangan tertentu (*purposive-sampling*) agar dapat mencerminkan karakteristik peran dari perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM. Hasil observasi dan indepth interview dengan ketua program studi, maka dapat diidentifikasi beberapa fokus kajian yang terdiri dari tujuh aspek yaitu: 1) kebijakan kurikulum kewirausahaan, 2) program pendampingan 3) program pelatihan, 4) program klinik, 5) bina mitra UMKM 6) Program riset dan 7) publikasi ilmiah. Kuesioner menggunakan pengukuran skala Guttman yaitu jenis pengukuran skala yang bertujuan untuk memperoleh ketegasan respon dari responden dengan memberi jawaban “ya atau tidak” terhadap pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner.
2. Pemetakan pola peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur. Mapping ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik yang menggambarkan peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM, sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam rumusan suatu model. Jawaban pernyataan “ya” dari 27 responden akan dikelompokkan kedalam tiga kategori: a) kategori rendah jika jawaban “ya” $\leq 34\%$, b) kategori sedang jika jawaban “ya” antara 35% - 68%, c) kategori tinggi jika jawaban “ya” antara 69% - 100%. Mengacu jawaban “ya” dari 27 responden, maka dapat dipergunakan untuk merekonstruksi model optimalisasi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM yang efektif yang dapat disajikan melalui gambar dibawah

ini.

**Mapping Peran Perguruan Tinggi Dalam Memperkuat
Daya Saing UMKM**



Gambar 1: Peran Perguruan Tinggi Dalam Memperkuat Daya Saing UMKM

Gambar diatas menunjukkan bahwa karakteristik peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM kawasan wisata religi dapat dijelaskan sebagai berikut: a) kebijakan kurikulum kewirausahaan dalam perguruan tinggi masih sangat rendah penerapannya walaupun kurikulum ini sudah dimasukkan dalam kurikulum perguruan tinggi, b) banyak perguruan tinggi yang belum memiliki program klinik, pelatihan, program pendampingan dan bina mitra bagi UMKM, hal ini disebabkan aspek sumberdaya yang masih terbatas, c) program riset dan publikasi ilmiah juga masih belum berjalan secara memadai, d) keterbatasan sumberdaya menjadi kendala untuk menerapkan kurikulum kewirausahaan yang terstruktur dan berkelanjutan dalam rangka memperkuat daya saing UMKM, e) ketersediaan pendanaan yang terbatas akan menghambat optimumnya peran perguruan tinggi dalam membantu pengembangan daya saing UMKM melalui orientasi manajerialnya, g) masih minimnya kemitraan antar perguruan tinggi dalam memberi kontribusinya bagi UMKM melalui kebijakan kurikulum yang ter-integrated. Berdasarkan karakteristik tersebut dapat dijadikan acuan untuk merekonstruksi model optimalisasi peran perguruan tinggi dalam mempekuat daya saing UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

3. Rekonstruksi model, tahapan untuk mereduksi permasalahan yang relevan untuk merumuskan model optimalisasi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM, sehingga dapat diprgusnakan untuk pengelolaan usahanya warga yang efektif dan efisien. Rekonstruksi model dilakukan melalui tiga tahapan yang meliputi: a) redesain kebijakan kurikulum kewirausahaan, b) implementasi kebijakan kurikulum, c) pengembangan model, selanjutnya dapat jelaskan dalam gambar dibawah ini.

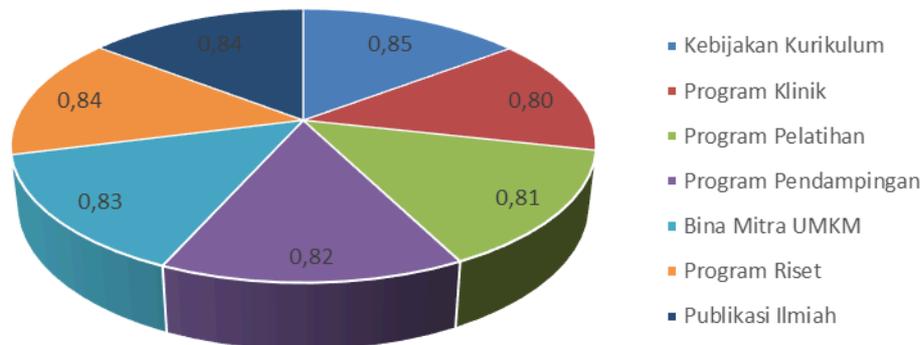


Gambar 2: Peran Perguruan Tinggi Dalam Pengembangan Pengelolaan UMKM

Dalam rekonstruksi model menunjukkan bahwa untuk membangun daya saing UMKM diperlukan tiga tahapan dimana tahapan satu dengan tahapan berikutnya merupakan bagian yang tidak terpisah, oleh karena itu program harus dirancang secara ter-integrated agar optimalisasi peran perguruan tinggi benar benar memberi kontribusi riil dalam memperkuat daya saing UMKM. Implementasi kurikulum merupakan tahapan yang sangat krusial karena pada tahap ini memerlukan sumber daya lembaga perguruan tinggi yang sangat besar, baik untuk biaya operasional, biaya tenaga kerja, prasarana penunjang, monitoring dan evaluasi kegiatan sentra layanan manajemen kepada pelaku UMKM. Demikian juga pengembangan model meliputi aspek yang tidak mudah karena menyangkut kompetensi peneliti serta sumber pendanaan untuk operasionalnya.

4. Pengujian efektivitas model, merupakan rekonstruksi situasi yang dianggap sebagai cara yang praktis dan efektif untuk mengungkap apa yang dirancang dalam model telah sesuai dengan harapan. Tahap pengujian model meliputi: a) identifikasi indikator yang dalam model, b) menentukan jenis skala pengukuran yaitu skala Likert dan hasil pengukuran dengan menggunakan skala interval yaitu lima tingkatan, c) mendesain kuesioner yang terkait dengan pengungkapan persepsi pelaku usaha, d) menyebarkan kuesioner kepada 27 responden dengan purposive sampling, e) tabulasi data atas jawaban responden, f) telaah secara mendalam tentang persepsi responden terkait dengan model.

Persepsi Responden Atas Model Optimalisasi Peran Perguruan
Tinggi Dalam Memperkuat Daya Saing UMKM



Gambar 3: Persepsi Responden Terhadap Optimalisasi Model

Gambar: 3 tersebut diatas menunjukkan bahwa tujuh aspek yang dipergunakan untuk mengukur tingkat efektivitas model optimalisasi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM telah dipersepsi oleh responden dengan nilai rata rata berkisar antar 80% - 85%, hal ini menunjukkan bahwa rumusan model diatas mencerminkan model yang diharapkan mampu untuk menjelaskan optimalisasi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM yang dilakukan melalui kegiatan program klinik, program pelatihan, program magang dan bina mitra dan pengembangan UMKM.

5. Evaluasi efektivitas model, merupakan rekomendasi atas rekonstruksi model melalui focus group discussion yang meliputi beberapa catatan yaitu perlunya desain kurikulum ter-integrated agar optimalisasi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM semakin efektif, sehingga pelaku UMKM yang ada di kawasan wisata religi memiliki sumberdaya yang unik dan berkelanjutan untuk menjalani akativitasnya sebagai pelaku ekonomi yang semakin kuat dan mandiri serta berkontribusi riil bagi perekonomian regional dan global.

Redesain Kurikulum Kewirausahaan

Kebijakan kurikulum kewirausahaan, merupakan redesign atas peran dari lembaga perguruan tinggi dalam memberi kontribusi langsung melalui penerapan program kewirausahaan, magang mahasiswa, mendirikan sentra layanan UMKM pada aspek manajerialnya, dengan uraian sebagai berikut:

1. **Program Kewirausahaan**, merupakan redesign mata kuliah kewirausahaan dalam sistem kurikulum dengan menambahkan kegiatan lapangan langsung di sentra UMKM secara terpadu baik materinya, jadwal terstruktur, keterlibatan

dosen, mahasiswa, lembaga dan pelaku UMKM, sehingga program ini memberi pengalaman pembelajaran langsung pada obyeknya serta manfaatnya dapat di rasakan langsung oleh pelaku UMKM khususnya terkait dengan pengembangan aspek manajerialnya.

2. **Program Magang mahasiswa**, merupakan kegiatan yang didesain perguruan tinggi dalam upaya untuk memberikan pembelajaran kewirausahaan langsung dengan obyeknya, sehingga mahasiswa dapat berinteraksi dengan kondisi dan situasi yang dialami oleh pelaku UMKM, khususnya yang menyangkut aspek manajemen sumberdaya manusia, manajemen proses, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan/akuntansi. Program magang mahasiswa juga memberi peluang untuk memberi pendampingan kepada pelaku UMKM langsung pada obyek permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM, sehingga setiap problem langsung dapat dicarikan solusi, diterapkan dan dievaluasi sesuai dengan kondisi riil yang terjadi dilapangan, dengan demikian praktek manajerial akan menjadi lebih baik sekaligus untuk membangun keunggulan bagi UMKM.
3. **Sentra Layanan UMKM**, merupakan program terpadu untuk memberi tempat bagi dosen dan mahasiswa perguruan tinggi mengekspresikan potensi akademik yang dimilikinya untuk memberi layanan manajemen bagi pelaku UMKM baik manajemen sumberdaya manusia, manajemen proses, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan/akuntansi. Sentra layanan manajemen bagi UMKM harus dijadikan program yang terstruktur dan menjadi bagian yang tidak terpisah dengan program kewirausahaan dan magang mahasiswa, sehingga program ini dapat memberi dampak langsung untuk mengatasi berbagai problem manajemen yang dapat menghambat bisnis UMKM, dengan demikian orientasi manajemen UMKM akan berjalan pada jalur yang benar serta mampu mendorong perilaku manajemen yang mengarah pada terciptanya praktek manajemen yang efektif dan efisien.
4. **Sinkronisasi Program Lapangan**, merupakan upaya perguruan tinggi untuk mensinergikan berbagai sumber daya, program dan kegiatan lembaga lainnya secara ter-integrated dengan sentra layanan manajemen bagi pelaku UMKM yang meliputi manajemen sumberdaya manusia, manajemen proses, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan/akuntansi. Sinkronisasi program lapangan juga bertujuan untuk mengoptimalkan peran perguruan tinggi dalam membantu memberi solusi atas berbagai permasalahan aspek manajemen yang dialami oleh pelaku UMKM, sehingga dalam jangka panjang turut membantu memperkuat terciptanya daya saing UMKM yang kuat dan mandiri dalam rangka menghadapi persaingan global dan perubahan sistem bisnis.

Implementasi Kurikulum Kewirausahaan

Implementasi kurikulum merupakan tahap yang sangat krusial bagi lembaga perguruan tinggi karena keterbatasan ketersediaan sumber daya, waktu, sarana dan prasara penunjang serta sumberdaya manusia, oleh karena itu tahap implementasi harus didukung oleh sistem monitoring dan evaluasi yang memadai, agar semua rancangan yang tertuang dalam kebijakan kurikulum kewirausahaan dan program magang mahasiswa dapat berjalan sesuai tujuan yang diinginkan yaitu memberi dukungan terwujudnya daya saing UKMM yang semakin kuat melalui optimalisasi peran perguruan tinggi. Implementasi kurikulum meliputi empat aspek yang saling terkait satu dengan lainnya, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. **Program Klinik Manajemen**, merupakan serangkaian kegiatan program studi pada perguruan tinggi yang memberi layanan manajemen pada pelaku UMKM dengan tujuan memberi solusi atas berbagai permasalahan aspek manajemen yang dihadapi oleh kelompok pelaku UMKM. Klinik UMKM juga menampung keinginan pelaku UMKM untuk konsultasi yang terkait dengan pengembangan manajemen dalam rangka menghadapi persaingan bisnis global serta perubahan sistem bisnis yang dipengaruhi oleh pemanfaatan teknologi informasi.
2. **Program Pelatihan**, merupakan serangkaian kegiatan terstruktur dari program studi yang bertujuan untuk memberi peningkatan kualitas manajemen pada kelompok pelaku UMKM baik aspek manajemen sumberdaya manusia, aspek manajemen manufaktur, manajemen pemasaran maupun manajemen keuangan/ akuntansi. Program pelatihan juga dapat dilakukan sesuai skedule program studi atau atas permintaan dari kelompok UMKM, oleh karena itu program pelatihan harus memberi ruang yang memadai bagi program studi untuk mengekspresikan potensi akademik yang dimilikinya baik kompetensi lembaganya maupun sumber daya para dosennya. Program pelatihan harus memberi peluang bagi pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kualitas manajemennya, agar pelaku UMKM mampu menjadi pelaku bisnis yang kuat dan mandiri dalam menciptakan bisnis yang lebih baik dimasa mendatang.
3. **Program Pendampingan**, merupakan serangkaian kegiatan terstruktur program studi dalam rangka memberi pendampingan kepada para pelaku UMKM atas hasil pelatihan yang diperoleh pada kesempatan tertentu, agar hasil pelatihan dapat memberi daya manfaat sesuai dengan karakteristik dan kondisi riil yang di rasakan oleh para pelaku UMKM. Dengan program pendampingan diharapkan semua materi pelatihan dapat diimplementasi sesuai dengan kebutuhan masing masing pelaku UMKM, oleh karena itu program pendampingan harus dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: a)

pendampingan materi pelatihan, b) pendampingan monitoring dan c) pendampingan keberhasilan. Melalui program pendampingan yang terstruktur tentu akan memberi hasil yang efektif didalam menerapkan aspek manajemen untuk membantu mengelola bisnisnya menjadi lebih efisien serta berdaya saing yang lebih tinggi bagi UMKM.

4. **Bina Mitra UMKM**, merupakan serangkaian kegiatan program studi yang akan mengarah pada upaya membangun kemitraan UMKM dengan para pemangku kepentingan dengan tujuan para pelaku UMKM dapat membangun jejaring yang lebih baik, terstruktur dan bersifat formal, dengan demikian aktivitas UMKM akan menjadi lancar, karena terbukanya akses dengan lembaga keuangan, dinas terkait dengan aspek legalitas, akses dengan mitra bisnis serta akses lainnya. Bina mitra memiliki tujuan untuk pengembangan UMKM yang mengarah pada terbentuknya sistem usaha yang terbuka, dinamis, bersifat formal sehingga usaha kelompok UMKM dapat menjadi kuat dan mandiri, sehingga dapat menjadi salah satu pelaku bisnis yang berkontribusi pada pendapatan masyarakat.

Pengembangan Model

Tahap pengembangan model merupakan upaya proses mendewasakan dan memandirikan pelaku UMKM agar dapat terus bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin kompleks dan rumit. Perubahan aktivitas usaha dapat dipengaruhi oleh perubahan faktor selera pembeli, faktor lingkungan, faktor persaingan, faktor internal bahkan adanya faktor perubahan global, oleh karena itu pengembangan model harus diupdate dan diinovasi sesuai dengan kebutuhan pada eranya sehingga manajemen UMKM berjalan efektif, untuk memberikan gambaran yang lebih rinci dapat diuraikan sebagai berikut:

1. **Program Riset UMKM**, riset merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan secara sistematis dan terstruktur, oleh karena itu program riset harus diarahkan pada topik dan tema yang terkait dengan aspek manajemen UMKM. Melalui riset yang terprogram tentu praktek manajemen yang diterapkan oleh UMKM terus mengalami proses pengembangan sesuai dengan perubahan pada eranya. Topik dan tema riset UMKM harus mampu memberi solusi pada aspek manajemennya agar orientasi manajemen yang diadopsi oleh pelaku UMKM memiliki model yang terbaik dan lebih aplikatif.
2. **Publikasi Ilmiah**, merupakan upaya program studi untuk melakukan sosialisasi hasil riset yang terkait dengan tema manajemen UMKM, dengan publikasi hasil riset tentu akan memberi peluang untuk pengembangan aspek manajemen yang lebih terbuka karena dapat diakses oleh masyarakat lebih luas, sehingga dapat membuka peluang masukan dari penggiat riset manajemen UMKM. Oleh karena itu publikasi ilmiah merupakan piranti

penting untuk membangun daya saing UMKM menjadi lebih kuat dan unggul dari aspek manajemen.

3. **Evaluasi Keberhasilan Model**, implementasi model yang terkait pada aspek manajemen memberi tingkat keberhasilan yang berbeda beda, oleh karena itu keberhasilan implementasi model harus dilakukan evaluasi secara berkala, agar dapat ditemukan faktor yang menyebabkan terjadinya ketidakberhasilan suatu model sehingga dapat dilakukan perbaikan model yang aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan manajemen yang bersifat dinamis dan terus berkembang sesuai perubahan bisnis.
4. **Mengukur Keberhasilan Model**, implementasi suatu model memberikan hasil pada aspek manajemen UMKM melalui suatu proses terstruktur dan terjadwal, oleh karena itu perlu diidentifikasi indikator yang relevan untuk mengukur keberhasilan model. Mengukur keberhasilan model dapat dipergunakan untuk mengevaluasi tingkat efektivitas model serta keberhasilan bisnis UMKM dalam periode waktu tertentu.
5. **Mengukur Daya Saing UMKM**, daya saing UMKM merupakan sumberdaya yang dapat dipergunakan oleh pelaku UMKM untuk membangun nilai tambah ekonomis bagi terciptanya kepuasan bagi pembeli/konsumen. Oleh karena itu variabel daya saing harus diidentifikasi dan diukur nilainya agar manajemen dapat memanfaatkannya untuk membuat kebijakan yang bersifat strategis.

4. KESIMPULAN

Mengacu pada pembahasan model sebagaimana yang diuraikan diatas, maka dapat penulis kemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM kawasan wisata religi masih belum berjalan optimal, khususnya penerapan program klinik, program pelatihan, program pendampingan dan bina mitra UMKM, sehingga memberi efek yang kurang baik bagi perkembangan dan keberlanjutan praktek manajemen UMKM dan keberhasilan usahanya dimasa mendatang.
2. Model optimalisasi peran perguruan tinggi dapat dirumuskan melalui tahapan:
a) mengidentifikasi peran perguruan tinggi dalam rangka memperkuat daya saing UMKM, b) mapping peran dari perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM, c) merumuskan model, d) menguji efektivitas model, e) evaluasi efektivitas model melalui focus group discussion dan f) penyempurnaan model optimalisasi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM yang lebih efektif dan aplikatif.
3. Daya saing UMKM merupakan proses rekonstruksi dari fungsi manajemen yang dikembangkan melalui peran perguruan tinggi yang terdiri dari: a) kebijakan kurikulum kewirausahaan, b) program klinik UMKM, c) program

pelatihan, d) program pendampingan, e) bina mitra UMKM, f) program riset, g) publikasi ilmiah.

Saran

Mengacu pada rekonstruksi model optimalisasi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perlunya program ter-integrated untuk memperkuat daya saing UMKM, melalui redesain kurikulum kewirausahaan, implementasi kurikulum, pengembangan model optimalisasi peran perguruan tinggi.
2. Perlunya sinkronisasi implementasi kurikulum dengan program kewirausahaan dan program magang mahasiswa. Untuk mendukung pengembangan model yang dinamis perlu didukung program riset dan publikasi ilmiah secara berkelanjutan sehingga model optimalisasi peran perguruan tinggi mampu memberi kontribusi terhadap daya saing UMKM.

a. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya menekankan pada aspek optimalisasi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM, yaitu aspek kurikulum kewirausahaan, program klinik, program pelatihan, program pendampingan, bina mitra, program riset, publikasi ilmiah.
2. Penelitian ini tidak membedakan kluster perguruan tinggi, pengalaman dalam beraktivitas, pendanaan yang dimiliki, proses pembelajaran dalam bisnis yang tentunya mempengaruhi peran perguruan tinggi dalam memperkuat daya saing UMKM

b. Implikasi

1. Model optimalisasi peran perguruan tinggi merupakan rekonstruksi penerapan kebijakan kurikulum dan program manajemen lainnya, sehingga dapat memberi nilai tambah untuk membangun daya saing UMKM, dengan harapan dapat memperkuat praktek manajerial yang lebih baik, sehingga kemampuan aspek manajerial dapat mendorong perkembangan usaha UMKM yang lebih baik.
2. Model optimalisasi peran perguruan tinggi yang memadai mampu menjadi instrumen yang strategis untuk meningkatkan kompetensi pengelolaan UMKM menjadi lebih produktif, pertumbuhan usaha menjadi lebih terarah dan tingkat kesejahteraan masyarakat semakin baik, sehingga usaha UMKM dapat menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri serta mendorong ekonomi kreatif yang semakin meningkat melalui pemberdayaan sumberdaya masyarakat dan lingkungan yang berada pada kawasan wisata religi di Jawa Timur.

REFERENSI

- Bateman, Thomas S. dan Snell, Scott A. (2014). *Manajemen: Kepemimpinan dan Kerjasama dalam Dunia yang Kompetitif*. (Alih Bahasa: Ratno Purnomo, Willy Abdillah), Edisi 10, Buku 1. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur. 2015. *Jawa Timur Dalam Angka*. Surabaya: Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Timur
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Adu, Author, Mensah, & Akosah, (2016). Small and medium sized enterprises (SMEs) are of fundamental importance to many economies. The improvement of small and medium enterprises (SMEs) is very significant to the development of a nation's economy and public procurement can be very vital source of business for SMEs.
- Holten, Ann Louise and Crouch, Colin. (2014). Unions in Small-and Medium-Size Enterprises: A Family Factor Perspective. *European Journal of Industrial Relations*. Vol. 20 (3) 273-290
- Jarvis, Robin and Rigby, Mike. (2012). The Provision of Human Resources and Employment Advice to Small and Medium-Size Interprises: The Role of Small and Medium-Size Practices of Accountants. *International Small Business Journal*, 30 (8) 944-956
- Kim, Young Saing and Marsick, Victoria. (2013). Using the DLOQ to Support Learning in Republic of Korea SMEs. *Advances in Developing Human Resources*. 15 (2) 207-221
- Lee, Cheng Sheng and Wong, Kuan Yew. (2015). Knowledge Management Performance Measurement in Micro-Small and Medium Size Enterprice: An Explarotary Study. *Business Information Review*, Vol. 32 (4) 204-211
- Love, James H and Roper, Stephen. (2015). SME Innovation, Exporting and Growth: A Review of Existing Evidence. *International Small Business Journal*. Vol. 33 (1) 28-48
- Manjon, Juan Vicente Garcia and Mompo, Rafael. (2016). Accelerating Innovation in Small and Medium Size Enterprises in the ICT Service Sector. *Sage Open*, July-September, 1-9
- Mulolli, Islami, & Skenderi, (2017). Business incubators offer the opportunity of growth of SMEs in the start-up phase by creating a comfortable supportive environment for a certain time since their establishment. According to the literature, the business incubator is an important instrument for local, national and beyond economic development.

Stoll, Emely E and Brookshire, Jung E.Ha. (2012). Motivations for Success: Case of U.S Textile and Apparel Small-and Medium Size Enterprises. *Clothing and Textiles Research Journal*. 30 (2) 149-163.