

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu tujuan bangsa Indonesia dalam pembangunan Negara Kesatuan Republik Indonesia adalah kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu pemerintah melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan dan menciptakan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan tujuan pembangunan Indonesia yang diamanatkan pembukaan UUD 1945.

Dalam pembukaan Undang Undang dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada alenia ke-4 menyebutkan tujuan nasional yaitu “melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan social” dari alinea ke-4 tersebut dapat dicermati bahwa tujuan negara Indonesia juga dijiwai ke dalam sila sila Pancasila khususnya sila ke-5 yaitu “keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”. Sila tersebut mencerminkan bahwasannya Indonesia memiliki cita-cita untuk mewujudkan kesejahteraan umum.

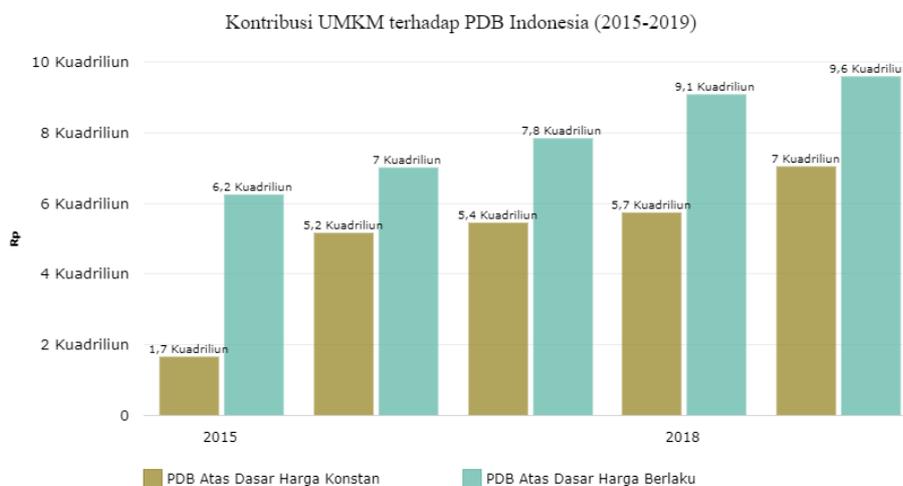
Salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan dan menciptakan kesejahteraan masyarakat yaitu dengan meningkatkan pertumbuhan Ekonomi. Di masa sekarang pertumbuhan ekonomi sangat berperan penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi daerah dan negara. Dalam hal ini kegiatan Usaha Micro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bidang usaha yang dapat berperan dalam meningkatkan perekonomian nasional. Menurut (Ondang, 2019) UMKM adalah

suatu usaha yang bergerak di berbagai bidang usaha yang berperan penting terhadap masyarakat, karena dapat mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di suatu daerah. Peran UMKM dalam perekonomian nasional adalah:

1. Sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi;
2. Penyedia lapangan kerja;
3. Pemain utama dalam pengembangan kegiatan ekonomi dan sebagai pemberdayaan masyarakat;
4. Pencipta pasar baru atau sumber inovasi;
5. Hasil yang didapat dari kegiatan ekspor yang menjaga neraca pembayaran (UKM, 2005).

pada suatu negara atau daerah peran UMKM tidak dapat diabaikan terutama dalam melaksanakan pembangunan ekonomi. Apalagi ekonomi daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan berskala kecil dan menengah, hal itulah yang membuat UMKM menjadi urat nadi di perekonomian daerah maupun nasional, hal itu diperkuat dengan data yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, bahwa lebih dari 99% unit usaha yang ada dapat tergolong sebagai UMKM dan 97% tenaga kerja di Indonesia bekerja di kelompok usaha ini (kemenkeu.go.id).

Gambar 1
Grafik Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia (2015-2019)



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB nasional terus meningkat setiap tahunnya, Kontribusi UMKM terhadap PDB atas dasar harga konstan sebesar Rp 7.034,1 triliun pada 2019, naik 22,9% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 5.721,1 triliun, sementara kontribusi UMKM terhadap PDB atas dasar harga berlaku sebesar Rp 9.580,8 triliun. Kontribusi ini naik 5,7% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 9.062,6 triliun.

Tetapi meskipun kelompok usaha UMKM ini menjadi urat nadi perekonomian nasional, namun setiap tahunnya kelompok ini menghadapi permasalahan guncangan ekonomi. Pada kondisi dunia seperti sekarang dimana kondisi perekonomian yang sedang tidak menentu, seringkali membuat terjadinya keterpurukan dalam dunia usaha, sehingga nantinya akan terjadi kemunduran pada sector ekonomi dan kehidupan. Tidak sedikit pula di masa sekarang banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengalami gulung tikar akibat berbagai hal. Seperti halnya pada masa sekarang kelompok usaha ini menghadapi masalah pandemic.

Tahun 2020 menjadi tantangan bagi seluruh negara terkait dengan pandemi global. *Corona Virus Disease* (COVID-19) adalah jenis virus baru, turunan dari SarCov yang sempat merebak di berbagai belahan dunia tahun sebelumnya. Virus ini menyerang sistem pernafasan tubuh. Selain itu yang paling mengerikan belum ditemukannya vaksin untuk menangani virus ini. Oleh karena itu, saat ini yang bisa diberikan oleh tim medis adalah vaksin penambah imunitas tubuh saja.

Virus ini dikabarkan pertama kali merebak di Kota Wuhan, China. Karena mobilitas sosial di era global yang semakin intens dan masif, maka dengan cepat

virus ini menyebar ke berbagai negara sebelum ada upaya penanganan yang sangat strategis. Kabar lain menyebutkan bahwa virus ini memang dirancang sebagai senjata biologis. Bahkan sebuah study juga mengatakan bahwa yang

terjangkit virus ini pertama kali adalah seorang tentara Amerika Serikat yang sedang berada di China. Terlepas dari apakah virus ini alami karena mutasi genetik ataupun hasil rekayasa genetik, tetap saja virus ini berbahaya dan harus segera ditangani dengan baik agar tidak menimbulkan korban jiwa yang semakin melejit. Pandemi ini merupakan situasi yang tidak terduga, yang membawa dampak ke berbagai sector yang salah satunya adalah sector perkonomian, terkhususnya kepada pelaku UMKM. Bagi UMKM pandemic ini membawa dampak yang cukup berat, pembatasan aktivitas yang di usung pemerintah yang di gadang-gadang untuk menangani pandemic ini malah membuat para pelaku UMKM tidak lagi mampu menjalankan usahanya bahkan untuk mengembangkan ataupun mempertahankan usahanya pun cukup sulit.

Data dari Kementrian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa 90% UMKM kegiatan usahanya terganggu akibat Covid-19. Menurut (Dr. HM. Noer Soetjipto, 2020) dalam bukunya yang berjudul Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19 menjelaskan bahwa penurunan omzet yang terjadi pada pelaku UMKM disebabkan karena 63% daya beli masyarakat menurun, 46% takut membeli karena adanya aturan PSBB, 42% karena aturan jam operasional toko. Kemudian dampak dari penurunan omzet tersebut membuat 33% pelaku UMKM menghentikan produksinya, 19% menghabiskan stock barang yang

dikembalikan, 8% melakukan produksi jika ada pesanan saja, dan 27% membuka usahanya dengan memberlakukan protokol kesehatan yang ketat.

Sementara itu, hasil survei dari beberapa Lembaga seperti BPS, Bappenas dan World Bank menunjukkan hasil tentang pandemic ini membuat banyak UMKM kesulitan dalam melunasi pinjaman serta membayar tagihan-tagihan dan gaji karyawannya, bahkan beberapa diantaranya terpaksa sampai harus melakukan tindakan PHK. Kendala lain yang dihadapi antara lain ialah kesulitan dalam memperoleh bahan baku, pemodal, pelanggan yang menurun, distribusi, serta produksi yang terhambat (Rahajeng, 2021).

Gambar 2
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Jumlah pelaku usaha mikro kecil



Sumber <https://kemenkopukm.go.id/>

Akibat dampak pandemi Covid-19, jumlah pelaku usaha mikro dan kecil mengalami perubahan, hal tersebut dapat dilihat dari perbandingan data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 dan 2020, yang menunjukkan bahwa pada tahun 2019 ada 45,07 juta pelaku usaha informal yang kemudian pada tahun 2020 meningkat menjadi 46,25 juta pelaku usaha informal. Kenaikan tersebut dipicu oleh berkurangnya kesempatan kerja atau berkurangnya pekerja di sector formal yang disebabkan karena adanya PHK di masa pandemi covid-19. Dari kondisi itu, dapat dilihat bahwa UMKM terdampak besar akibat pandemic covid-19, pelaku pelaku usaha yang sukses di era pandemic ini hanyalah pelaku usaha yang mampu beradaptasi, karena dimasa pandemic ini para pelaku usaha diwajibkan untuk memutar otak untuk berinovasi dalam memproduksi barang serta jasa sesuai dengan kebutuhan pasar.

Peranan pemerintah dalam kondisi pandemic seperti ini sangat diperlukan bagi UMKM untuk keberlangsungan usahanya. Mengingat sebagian besar masyarakat Indonesia adalah pelaku UMKM yang perlu diperhatikan secara serius dan berkesinambungan, pemerintah perlu mengambil langkah- langkah yang strategis untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM di masa pandemi ini. Kebijakan pemerintah tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) berdampak positif dari segi kesehatan karena adanya penurunan jumlah Covid di Indonesia, namun berbanding terbalik untuk segi perekonomian. Para pelaku UMKM terpuruk karena tidak bisa melakukan usaha dan modalnya digunakan untuk keperluan sehari hari.

Dalam mengatasi masalah yang dihadapi UMKM di masa pandemic ini, Pemerintah sebagai salah satu pihak memiliki tanggung jawab dalam pemberdayaan UMKM, pemerintah berupaya menyediakan berbagai dorongan melalui kebijakan rekruturisasi pinjaman, tambahan bantuan modal, dukungan pembiayaan, keringanan pembayaran tagihan listrik dan masih banyak lainnya, dorongan itu dilakukan untuk pemulihan ekonomi di sector UMKM. Dari program bentuk perhatian pemerintah, pemerintah membuat program PEN (Pemulihan Ekonomi Nasional) dengan menglontorkan dana sebesar Rp. 112,84 triliun yang telah dinikmati 30jt pelaku UMKM di tahun 2020 kemudian di tahun 2021 pemerintah telah menganggarkan sebesar Rp.121,90 triliun (Limanseto, 2021). dari program yang telah dilakukan pemerintah, diharapkan dapat mendorong UMKM untuk kembali pulih dimasa pandemi.

Sebagai pilar paling utama perekonomian nasional, UMKM harus memperoleh kesempatan, perlindungan, dukungan, dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan terhadap kelompok usaha ekonomi masyarakat, sebagai adanya wujud aksi nyata dari pemerintah, pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tahun 2008 tentang UMKM, pada Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 No.10 berbunyi : Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan UMKM melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuh menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing Usaha, Kecil, dan Menengah.

Dengan adanya Undang-undang tersebut, dapat dilihat bahwa adanya landasan hukum bagi penyelenggara Otonomi Daerah, yang nantinya akan membuat keleluasaan kepada daerah agar dapat terwujudnya daerah yang mandiri dan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sesuai dengan aturan Undang-Undang yang berlaku.

Dalam hal ini, pemberdayaan merupakan tugas wajib pemerintah daerah untuk menaikan serta memberikan dukungan kepada masyarakat secara nyata agar masyarakat memiliki kemampuan untuk mengembangkan potensi yang ada didalamnya dengan pengembangan pada usaha lokal yang akan menciptakan lapangan pekerjaan dan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat didalamnya.

Dimasa sekarang dalam memulihkan ekonomi nasional salah satunya dengan memlakukan pemberdayaan, Permbedayaan merupakan kewajiban pemerintah daerah, salah satu upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Temanggung, adalah dengan mengeluarkan PERDA KABUPATEN TEMANGGUNG No 12 Tahun 2020 yang berisi tentang Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro dimana pada pasal 24 ayat 1 yang berbunyi “pelaksanaan pemberdayaan usaha mikro dilakukan oleh Pemerintah Daerah, Masyarakat, Dunia Usaha, Kamar Dagang, dan Industri Daerah.”

Kemudian pemberdayaan yang diatur pada pasal 24 dilanjutkan ke pasal 25 yang berisi tentang bentuk-bentuk pemberdayaan, diantaranya: (1) pendanaan, (2) kemitraan, (3) kemudahan dalam perizinan, (4) pemberian kesempatan usaha, (5)

penguatan kelembagaan, (6) koordinasi dengan pemangku kepentingan, dan (7) pemberian sarana prasarana. Dari bentuk- bentuk pemberdayaan diatas, Pemerintah Kabupaten Temanggung, pada peraturan daerahnya dalam perberdayaan usaha mikro memiliki tujuan yang diatur pada pasal 22, berbunyi: (a.) mewujudkan struktur perekonomian daerah yang berkembang, seimbang, dan berkeadilan, (b.) meningkatkan daya saing, produktifitas, dan pangsa pasar usaha mikro, (c.) mengembangkan dan menumbuhkan kemampuan usaha mikro menjadi usaha mikro yang mandiri dan Tangguh sebagai basis pengembangan dari ekonomi kerakyatan yang bertumpu kepada mekanisme pasar yang mandiri, maju, produktif, berwawasan lingkungan, berdaya saing, dan berkelanjutan, (d.) meningkatkan peran usahan mikro dalam penciptaan lapangan kerja, pembangunan Daerah, pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Tabel 1
Jumlah UMKM Aktif Kabupaten Temanggung (2014-2019)

No	Uraian	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	Jumlah UMKM Aktif	3.350	4.850	5.750	6.500	8.912	9.150
2	Jumlah UMKM	25.000	25.000	25.000	25.000	25.464	25.464
3	Presentase	13,4	19,4	19,6	26	35	35,93

Sumber: <https://dinkopdag.temanggungkab.go.id>

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa presentase UMKM aktif Kabupaten Temanggung setiap tahunnya meningkat, pada tahun 2018 jumlah UMKM aktif Kabupaten Temanggung mencapai 8.912 dengan presentase 35% yang kemudian pada tahun 2019 meningkat mencapai 9.150 dengan presentase 35,93%. Kondisi ini

merupakan hal yang positif hal positif yang harus terus dikembangkan agar peningkatan jumlah unit UMKM dapat memberikan kontribusi yang sangat tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi Daerah Kabupaten Temanggung.

Pandemi Covid-19 faktanya memang mempengaruhi sektor perekonomian, tak terkecuali usaha mikro kecil menengah (UMKM), oleh karena itu kerja keras dan itikad baik pemerintah dalam pemberdayaan UMKM untuk bangkit di masa pandemic ini adalah hal yang wajib, dan juga setiap pemerintah daerah berperan besar dalam memberdayakan, mendorong dan juga membantu dengan memberikan kebijakan yang membawa dampak positif untuk para pelaku UMKM. Namun pada kenyataannya upaya Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan UMKM di masa pandemic seperti sekarang tidaklah mudah banyak factor yang ikut serta dalam menghambat dalam pemberdayaan ini.

Dalam situasi seperti ini, permasalahan-permasalahan UMKM di masa pandemic seperti ini harus mendapatkan penanganan dan perhatian yang lebih serius, dan juga factor factor yang mempengaruhi kebijakan perlu dilakukan upaya strategis sebagai solusi. Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN TEMANGGUNG DALAM PEMBERDAYAAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020-2022.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang telah penulis jelaskan diatas maka dapat diambil rumusan masalah yaitu :

- a. Bagaimana strategi Pemerintah Kabupaten Temanggung dalam Pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19?*
- b. Factor-faktor apa saja yang berpengaruh pada implementasi strategi tersebut ?*

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Pemerintah Kabupaten Temanggung dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemic dan mengetahui factor- factor yang berpengaruh pada implementasi strategi Pemerintah Kabupaten Temanggung dalam Pemberdayaan UMKM dimasa pandemic.

D. Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khusus ilmu pemerintahan, terutama dalam pemberian informasi tentang strategi kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemic.

- b. Secara Praktis

1. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi pemerintah daerah agar dapat menjadi pengetahuan dan perbaikan dalam pemberdayaan UMKM

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran dan pengetahuan tentang strategi pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemic covid-19.

E. Tinjauan Pustaka

Tabel 2
Tinjauan Pustaka

No	Nama Penulis	Judul Tulisan dan Nama Jurnal	Intisari Tulisan
1.	Abdul Halim (Halim, 2020)	Penngaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Mamuju Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama yang berbasis pada pendayagunaan sumber daya alam, bakat, dan karya seni tradisional dari daerah setempat.
2.	Giovanni Malemta Purba (Purba, n.d.)	Peran Pemerintah Daerah dalam Memberdayakan UMKM di Kota Semarang (Studi Kasus Kampung Batik Kota Semarang) jurnal politik dan pemerintahan	Dari penelitian tersebut ditunjukkan bahwa UMKM di Indonesia telah berperan sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja, dan sebagai penggerak perekonomian suatu daerah, peran dari UMKM dalam perekonomian nasional dapat dilihat dari : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kedudukanya sebagai pemain utama. 2. Penyedia kesempatan kerja. 3. Pemain paling penting sebagai pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan juga sebagai pemberdayaan masyarakat. 4. Sebagai sumber inovasi dan pencipta pasar baru. 5. Sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.
3.	Christofer Ondang, Frans Singkoh, Neni Kumayas. (Kecil et al., 2019)	Peranan Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Minahasa	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pemberdayaan merupakan salah satu tugas Pemerintah untuk memberikan dukungan pada masyarakat secara nyata agar mempunyai kemampuan guna

No	Nama Penulis	Judul Tulisan dan Nama Jurnal	Intisari Tulisan
		(Suatu Studi Di Dinas Koperasi Dan UKM) Jurnal Jurusan Ilmu pemerintahan	mengembangkan potensi dalam masyarakat melalui pengembangan pada usaha lokal yang kemudian akan menciptakan lapangan pekerjaan untu masyarakat serta mengembangkan inovasi masyarakat secara mandiri agar memenuhi kebutuhan ekonominya.
4.	Adil Makmur Sentosa (Adil Makmur Sentosa, 2018)	Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan UKM Kota Bekasi Jurnal Parameter	Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Bekasi memanfaatkan UKM untuk dapat melakukan pengetesan kemiskinan daerahnya. Maka dari itu Pemkot Bekasi melalui keweangannya dalam pembuatan peraturan bisa memberdayakan UKM. Pemberdayaan bermaksud untuk membuat UKM sebagai usaha yang mandiri dan Tangguh pada perekonomian nasional. Yang terlibat dalam pemberdayaan tersebut diantaranya Pemerintah, Dunia Usaha, dan Masyarakat. Dalam hal tersbut Pemkot Bekasi mempunyai strategi dalam pemberdayaan UKM dengan menggunakan cara Peningkatan Kemampuan Finansial, Pengembangan Pemasaran dan Pengembangan SDM.
5.	Yose Rizal Damuri, Haryo Aswicahyono, Fajar Hirawan, Ira Setiati, Indira Simanjuntak (Yose Rizal Damuri, Haryo Aswicahyono,	Langkah Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Covid-19 Policy Paper by CSIS Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahawa walaupun UMKM memberi sumbangan besar pada ekonomi nasional, mereka menghadapi banyak permasalahan kronis, terpenting di antaranya adalah: 1. akses terhadap bahan baku, 2. Akses keuangan dan juga pembiayaan, 3. Akses tenaga kerja dan SDM, dan 4. Akses terhadap pasar dan permintaan.

No	Nama Penulis	Judul Tulisan dan Nama Jurnal	Intisari Tulisan
	Fajar Hirawan, Ira Setiati, 2020)		
6.	Rian Hidayat (Hidayat, 2021)	Strategi Pengembangan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Skripsi	Dalam penelitian ditunjukkan bahwa salah satu prioritas pembangunan dalam Rancangan Kerja Pemerintah adalah pengembangan UMKM. Hal tersebut didasarkan atas fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional. Pengembangan UMKM sangat strategis, karena memiliki potensi yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya.
7.	Dr. HM. Noer Soetjipto, SP., SE., MM (Soetjipto, 2020)	Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19 Buku	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa setelah pemerintah resmi menerapkan kebijakan agar masyarakat bekerja di rumah, menutup sementara instansi pelayanan public, dan mewajibkan masyarakat untuk menggunakan masker serta melakukan social distance, dan bahkan pada pertengahan mei 2020 telah menerapkan PSBB di Jawa Timur, meskipun kebijakan tersebut menuai kontroversi namun dengan alasan untuk mengamankan dan penanganan penyebaran virus, maka di beberapa daerah yang menjadi urat nadi perdagangan di Jawa Timur pun harus tutup.
8.	Adnan Husada Putra (Putra, 2018)	Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora Jurnal Analisa Sosiologi	Hasi penelitian menunjukkan bahwa, dalam mewujudkan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat mak diperlukan penerapan ekonomi kerakyatan. Bentuknya nyata dari ekonomi kerayakyatan adalah suatu bentuk dukungan kepada UMKM, sehingga hasil dari produksi UMKM

No	Nama Penulis	Judul Tulisan dan Nama Jurnal	Intisari Tulisan
			tidak hanya dipasarkan di pasar lokal tetapi merambah ke pasar luar. Ditambah lagi jika didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi, maka pemasaran produk tidak lagi terbatas dengan tempat dan waktu. Serta tidak hanya dari pemerintah saja namun juga partisipasi masyarakat dapat membuka jalan bagi masyarakat yang ingin menjadi wirausaha.
9.	SUHERMANTO (Suhermanto, 2020)	Pemberdayaan Pelaku Usaha Kecil Menengah Pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Dan Perdagangan Kabupaten Maros Skripsi	hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pemberdayaan UKM oleh Dinkopdag tidak berjalan optimal dapat dilihat dari 3 fase pemberayaan yang dilakukan yaitu,(1) fase inisial, pada fase ini Dinkopdag berperan penuh dalam memberdayakan pelaku UKM, (2) fase partisipatoris, masyarakat, dan pemerintah pada fase ini sudah berkolaborasi dalam mengembangkan UKM. Dan yang terakhir (3). Fase emansipatoris, Dinkopdag hanya berperan sebagai pendukung dari setiap kegiatan UKM. Pemerintah juga terkendala pada penyediaan sarana prasarana dalam pengembangan UKM
10.	Yuli Rahmini Suci (Yuli Rahmani Suci, 2008)	Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos	Semua keberhasilan yang telah dicapai oleh UMKM memiliki titik kelemahan yang harus segera diselesaikan meliputi kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan minimnya keterampilan pengoperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran merupakan hal yang mendasar selalu dihadapi oleh semua UMKM dalam merintis sebuah usaha bisnis untuk dapat berkembang.
11.	Lia Fitriani (Fitriani, 2021)	Efektifitas Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	Dalam penelitian tersebut dapat dilihat bahwa salah satu upaya dalam pemulihan usaha bagi usaha ultra mikro terhadap dampak dari wabah

No	Nama Penulis	Judul Tulisan dan Nama Jurnal	Intisari Tulisan
		(UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020 Pada Dinas Koperasi dan UKM Provinsi NTB Skripsi	covid-19 yaitu dengan melakukan pemberdayaan yang dilakakuna oleh Dinkopdag Provinsi NTB. Pemberdayaan yang diberikan berupa program yang melibatkan para pelaku usaha mikro kecil dalam penyediaan jari pengaman social (JPS) dan melakukan pemberian stimulus yang berbentuk pemberian modal.
12.	Dani Sugiri (Sugiri, 2020)	Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19 Jurnal Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi	dapat kita ambil kesimpulan bahwa sama seperti di hampir semua negara, sektor UMKM di Indonesia mengalami dampak dari Pandemi Covid-19. dalam situasi pandemi Covid-19 terdapat beberapa skema perlindungan UMKM yang dilakukan pemerintah yaitu (a) pemberian bantuan sosial kepada pelaku UMKM miskin dan rentan, (b) insentif pajak bagi UMKM; (c) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM; (d) perluasan pembiayaan modal kerja UMKM; (d) menempatkan kementerian, BUMN dan pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM; dan (e) pelatihan secara e-learning.

F. Kerangka Dasar Teori

1. Strategi

a. Definisi Strategi

Istilah “strategi” mempunyai banyak makna sebagaimana yang dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Kata strategi berasal dari kata *strategos* dalam Bahasa Yunani yang merupakan gabungan dari *stratus* yang berarti militer dan *agos* yang berarti memimpin. Suatu strategi mempunyai skema untuk mencapai sasaran yang dituju, maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Hamel dan Prahalad yang dikutip oleh (Budiono, 2019) Strategi merupakan suatu tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan dengan berdasarkan sudut pandang tentang yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian strategi selalu diawali dari apa yang dapat terjadi dan tidak diawali dari apa yang terjadi.

Menurut Stephanie K. Marrus (2002:31) yang dikutip dalam (Budiono, 2019) menegaskan bahwa strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Arnoldo C. Hax dan Nicholas S. Manjolak (1991) yang dikutip oleh (Chaniago, 2014), mendefinisikan strategi sebagai cara menuntun lembaga pada sasaran utama pengembangan nilai korporasi, kapabilitas manajerial, tanggungjawab organisasi,

dan sistem administrasi yang menghubungkan pengambilan keputusan strategik dan operasional pada seluruh tingkat hirarki, dan melewati seluruh lini lapisan.

Kemudian menurut Menurut Learned, Christensen, Andrews dan Guth yang dikutip (Ikhwan & Hendri, 2020) mendefinisikan bahwa Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu focus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada. Selajutnya Menurut Marrus yang dikutip dalam (Hutapea, 2017) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

b. Jenis Strategi

Ditinjau dari jenis atau macam-macam strategi, strategi dibagi menjadi beberapa jenis, seperti yang dijelaskan oleh Hari Suminto yang dikutip dalam (Siregar, 2020) beliau menjelaskan tentang 5 jenis strategi, yaitu :

1. Strategi Penetrasi Pasar.

Penetrasi Pasar atau penerobosan pasar merupakan suatu usaha perusahaan dalam meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar.

2. Strategi Engembangan Produk.

Strategi Pengembangan Produk merupakan usaha meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan selalu

berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada konsumen. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

3. Strategi Pengembangan Pasar.

Strategi Pengembangan Pasar merupakan salah satu untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan atau anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap konsumen baru. Manajemen menggunakan strategi ini bila mana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

4. Strategi Intergrasi.

Strategi Integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan perusahaan-perusahaan.

5. Strategi Diversifikasi.

Strategi Diversifikasi baik konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi yang dimaksud disini adalah perusahaan memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perusahaan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perusahaan kepada kelompok konglomerat (korporat).

c. Peranan Strategi

Dalam organisasi atau perusahaan, strategi mempunyai peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Menurut Grant (1999:21) yang dikutip dalam (Budiono, 2019) Strategi mempunyai 3 peranan penting dalam mengisi tujuan dari manajemen, antara lain:

- 1) Peran strategi sebagai pendukung untuk mengambil suatu keputusan. Strategi merupakan suatu bentuk yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu/organisasi.
- 2) Peran strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi. Dalam peran ini strategi memberikan kesamaan arah bagi perusahaan.
- 3) Peran strategi sebagai target. Pada konsep ini, strategi akan digabungkan dengan visi dan misi untuk menentukan keberadaan perusahaan dimasa yang akan datang.

d. Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi menurut Sofjan Assauri yang dibahas dalam (Thomas, 2018) memaparkan bahwa pada dasarnya dalam upaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif, Terdapat enam fungsi yang harus dilakukan, yaitu :

1. Mengkomunikasikan visi yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengkomunikasikan, tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan

pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas organisasi dengan faktor lingkungan, di mana kapabilitas tersebut akan digunakan.

2. Mengaitkan kekuatan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan kesuksesan dan keberhasilan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan juga membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih besar dari yang digunakan sekarang. Khususnya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang diolah atau digunakan, yang penting dihasilkannya sumber-sumber daya nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
5. Mengarahkan dan mengkoordinasikan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan. Karena strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.
6. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi. Proses yang terus-menerus dilakukan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan dan menggunakan sumber sumber daya, serta mengarahkan aktivitas pendukungnya.

e. Strategi Pemberdayaan

Pada strategi pemberdayaan menurut Sjaifudin (1995, h. 66) yang dikutip dalam (Firmansyah, 2014) memaparkan 3 strategi pemberdayaan untuk Industri Kecil, diantaranya :

a. Strategi Peningkatan Kemampuan Finansial

Berkembangnya beberapa model penguatan finansial untuk pelaku usaha kecil belakangan ini memperlihatkan bahwa telah semakin menguatnya komitmen pemerintah, dan upaya pemerintah tersebut telah terwujud dengan membantu pengembangan usaha kecil melalui pemberian bantuan modal sementara.

b. Pengembangan Pemasaran

Pada era pasar bebas yang dimana dunia menjadi tidak mempunyai batas penyatuan pasar lokal dengan pasar internasional. Hal bisa menjadi peluang, ancaman dan sekaligus tantangan bagi pengusaha kecil. Pada strategi ini dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti melakukan peningkatan akses usaha kecil kepada pasar seperti promosi dan lain sebagainya,serta bisa dengan melakukan proteksi pasar.

c. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia merupakan strategi meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan. Dalam pengembangan Sumber Daya Manusia Diharapkan dapat terjadi melalui perbaikan sistem peningkatan keterkaitan dunia pendidikan dengan pasar kerja melalui sistem pengembangan pada pusat-pusat pelatihan dan

pembinaan mengembangkan SDM dan teknologi seperti melakukan pembinaan terhadap industri kecil melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia secara rutin dan berkelanjutan harus ada dalam setiap program kerja pemerintah.

2. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat, merupakan sebuah kegiatan yang sangat penting dan perlu dilakukan untuk memberdayakan kelompok yang dinilai lemah dan rentang dengan kemiskinan, sehingga dengan memberdayakanlah mereka dapat melepaskan diri dari keterbelakangan dan keterpurukan mak dengan demikian nantinya mereka akan menjadi suatu kelompok yang mandiri, maju, dan segala kebutuhannya terpenuhi. Pemberdayaan menurut arti secara bahasa adalah proses, cara, perbuatan membuat berdaya, yaitu kemampuan untuk melakukan sesuatu atau kemampuan bertindak yang berupa akal, ikhtiar atau upaya (Depdiknas, 2003).

Pemberdayaan Masyarakat Menurut (Noor, 2011) adalah suatu konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai yang ada di masyarakat untuk membangun paradigma baru dalam pembangunan yang bersifat participatory, peoplecentered, sustainable dan empowerment. Sedangkan menurut widjaja yang di kutip dalam (Endah, 2020) memaparkan bahwa pemberdayaan ialah upaya membangkitkan segala kemampuan yang dimiliki untuk mencapai suatu Tujuan, pencapaian tujuan itu dilakukan melalui inisiatif, motifasi, kreatifitas gunan membawa kesejahteraan. Dalam Undang-undang nomor 25 tahun 2000 Tentang Program Pembangunan Nasional dan Program Pembangunan Daerah dijelaskan bahwa Tujuan Pemberdayaan Masyarakat adalah meningkatkan keberdayaan

masyarakat melalui penguatan organisasi masyarakat setempat dan Lembaga, perlindungan sosial masyarakat dan penanggulangan kemiskinan, melakukan peningkatan terhadap kesadaran masyarakat luas untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan kehidupan ekonomi, sosial dan politik.

Kemudian beberapa pendapat lain menjelaskan bahwa ada 11 prinsip yang perlu diperhatikan Pada proses pemberdayaan masyarakat yang dilihat dari perspektif pekerjaan sosial sesuai dengan yang dijelaskan (Haris, 2014), diantaranya:

1. Pemberdayaan merupakan proses kolaboratif, karena pekerja sosial dengan masyarakat harus bekerjasama.
2. Pada proses pemberdayaan, masyarakat berperan sebagai aktor yang kompeten.
3. Masyarakat harus sadar bahwa diri mereka sendiri merupakan agen penting yang dapat memberikan pengaruh terhadap perubahan.
4. Kompetensi dipertajam melalui pengalaman hidup.
5. Solusi berasal dari situasi khusus.
6. Jaringan sosial informal merupakan sumber dukungan yang penting.
7. Masyarakat harus berpartisipasi dalam pemberdayaan mereka sendiri
8. Tingkat kesadaran merupakan kunci dari pemberdayaan.
9. Pemberdayaan melibatkan akses terhadap sumber-sumber
10. Proses suatu pemberdayaan bersifat sinergis, dinamis, dan inovatif.
11. pemberdayaan dicapai melalui struktur-struktur personal dan pembangunan ekonomi secara paralel.

Kemudian dijelaskan juga dalam (Endah, 2020) tentang 3 tahapan pemberdayaan, diantaranya :

1. Penyadaran, pada tahap ini masyarakat yang menjadi sumbjek dalam pemberdayaan diberi penyadaran bahwa manusia dapat berkembang.
2. Pengkapasitasan, tahap tersebut dapat dicapai jika masyarakat sudah memiliki kemampuan untuk menerima daya.
3. Pendayaan, pada tahap ini, masyarakat diberi daya, dan peluang untuk mencapai kemandirian. Namun dalam pemberian daya ini diberikan sesuai kualitas.

3. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi terutama di Indonesia. Dengan banyaknya jumlah UMKM maka akan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja bagi para pengangguran. Selain itu UMKM dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan dan rumah tangga yang berpendapatan rendah (Putu et al., 2021)

Sedangkan menurut Rudjito dalam (Hamidah et al., 2019) UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Penggolongan UMKM didasarkan batasan omzet pendapatan per tahun, jumlah kekayaan asset, serta jumlah pegawai. Sedangkan yang tidak termasuk kategori UMKM atau masuk dalam hitungan usaha besar, yaitu usaha ekonomi produktif

yang dijalankan oleh badan usaha dengan total kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah.

Menurut (Eko, 2009) UMKM merupakan suatu organisasi ekonomi atau bisnis yang mempunyai struktur sederhana, sedikit aktivitas yang diformalkan, teknologi yang belum modern, manajemen yang fleksibel, sulit membedakan kekayaan pribadi dengan aset usahanya, administrasinya sederhana (bahkan sering tidak memiliki) serta tanpa elaborasi.

Sesuai dengan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang 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 menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria yang dimaksud, yakni :

- a. USAHA MIKRO : (Aset)Maks. 50 Juta, (Omset) Maks. 300 Juta
- b. USAHA KECIL: (Aset)> 50 Juta - 500 Juta, (Omset) > 300 Juta - 2,5 Miliar
- c. USAHA MENENGAH : (Aset) > 500 Juta - 10 Miliar, (Omset) > 2,5 Miliar
- 50 Miliar

Dalam jurnal yang ditulis oleh (Desika Karinayah, 2018) dalam pemberdayaan UMKM terdapat akses permodalan, pelatihan umkm, akses pasar,dan peningkatan kualitas produk.

- a. Akses permodalan adalah mempermudah mendapat pinjaman modal seperti di bank pengkreditan, Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan

bantuan permodalan yang disediakan oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo yaitu dana bergulir.

- b. Pelatihan UMKM adalah memberikan layanan untuk masyarakat sebagai wadah sebagai tempat memajukan UMKM
- c. Akses pasar adalah memberikan kemudahan akses pemasaran bagi pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Salah satu caranya dengan menggelar pameran-pameran dan bazar secara rutin.
- d. Peningkatan kualitas produk adalah UMKM perlu meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk dan meningkatkan sumber daya manusianya. Peningkatan kualitas produk merupakan kunci dari strategi pemberdayaan UMKM.

Kemudian dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Pasal 4 Tahun 2008, prinsip-prinsip yang memberdayakan UMKM meliputi:

1. Mengembangkan kekompakan, kemandirian, serta kewirausahaan UMKM agar dapat berinisiatif bekerja.
2. Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, adil, dan akuntabel
3. Sesuai dengan potensi wilayah dan positioning pasar, serta sesuai dengan kemampuan UMKM untuk mengembangkan usaha.
4. Peningkatan daya saing UMKM
5. Keseluruhan perencanaan, pengendalian dan implementasi.

4. Pandemi Covid-19

Dari jurnal yang dibuat oleh (PH et al., 2020) menjelaskan bahwa Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai ringan hingga berat, seperti common cold atau pilek dan penyakit serius seperti MERS dan SARS. Penularan dapat terjadi dari hewan ke manusia (zoonosis). Dalam jurnal lain juga dijelaskan, seperti penjalasan dari (Rosita, 2020) yang memaparkan bahwa Covid-19 atau yang dikenal sebagai virus corona merupakan penyakit yang dapat menular yang disebabkan oleh syndrome pernafasan akut coronavirus2 (severe acute rrespiratory syndrome corona virus 2 or SARS-coV-2). Corona virus menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, dalam Covid-19 penularan pun bisa terjadi dari manusia ke manusia sangat terbatas. Sampai saat ini penularan Covid 19 masih belum diketahui secara pasti. Banyak pendapat mengungkapkan penularannya dari hewan ke manusia karena banyak kasus yang muncul di Wuhan . Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional untuk mengoordinasikan tanggapan internasional terhadap penyakit tersebut. Pandemic Covid 19 memberikan dampak yang sangat besar bagi dunia, salah satunya di Indonesia.

Dalam penyebarannya covid memili gejala saat menyerang manusia diantaranya (1) Gejala umum berupa demam, batuk, kehilangan indra penciuman, dan juga kelelahan, (2) Gejala ringan berupa sakit tenggorokan, sakit kepala, sakit dan nyeri, daire, ruam pada kulit, dan juga mata merah atau iritasi. Dan (3) Gejala serius berupa kesulitan bernapas atau sesak napas, kesulitan berbicara atau bergerak

dan bingung, nyeri dada. Dan juga menurut para ahli covid memiliki karakteristik yang membuatnya berberda dari virus yang lain, diantaranya :

- 1) Ukuran virus lebih kecil dari bakteri. Diameter virus corona diperkirakan mencapai 125 nanometer atau 0,125 mikrometer
- 2) Bertahan lama di permukaan benda. Penelitian oleh Ilmuwan National Institutes of Health and University of California mengklaim virus corona tidak hanya bertahan di udara selama beberapa jam, namun juga di permukaan benda-benda yang seringkali disentuh orang. Masa inkubasi covid 19 adalah 2-14 hari dari saat pertama pasien terpapar virus hingga menunjukkan gejala awal sakit..

Pada jurnal yang ditulis oleh (Sugiri, 2020) de jelaskan bahwa Sampai dengan 17 April 2020, sebanyak 37.000 pelaku UMKM melaporkan diri kepada Kementerian Koperasi dan UKM terdampak pandemi COVID-19. Menurut rilis data tersebut, kesulitan yang dialami oleh UMKM selama pandemi itu terbagi dalam empat masalah. Pertama, terdapat penurunan penjualan karena berkurangnya aktifitas masyarakat di luar sebagai konsumen. Kedua, kesulitan permodalan karena perputaran modal yang sulit sehubungan tingkat penjualan yang menurun. Ketiga, adanya hambatan distribusi produk karena adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah-wilayah tertentu. Keempat, adanya kesulitan bahan baku karena sebagai UMKM menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain. Tabel 2 memperlihatkan bahwa dari keempat persoalan tersebut, dampak penurunan penjualan menjadi persoalan terbesar yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Dampak pandemi terhadap UKM diyakini dapat lebih besar,

karena tingginya tingkat kerentanan dan minimnya ketahanan akibat keterbatasan sumber daya manusia, supplier, dan opsi dalam merombak model bisnis

Dalam jurnal lain di tulis (Anggraeni Wilfarda Charismanur & Nurdiyah, 2021) membahas tentang dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. Dampak wabah Covid-19 kepada perekonomian dialami oleh seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia yang mengalami dampak perekonomian yang sangat besar. UMKM dalam hal ini menjadi bagian yang sangat terpukul dan terdampak dalam krisis ini, memperhatikan kontribusi UMKM terhadap jumlah unit usaha,

Selanjutnya Pandemi covid ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Biasanya meskipun sudah ada penjualan online, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke toko atau pusat perbelanjaan. Namun sekarang ini, karena ada pembatasan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, maka otomatis konsumen tidak memungkinkan untuk berlama - lama di luar rumah. Pelaku UMKM juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya. Perlu adanya perbaikan kualitas produk dan penyesuaian pelayanan untuk dapat menarik konsumen (Hardilawati, 2020).

Selanjutnya dalam jurnal (Anggraeni Wilfarda Charismanur & Nurdiyah, 2021) membahas tentang Strategi UMKM untuk meningkatkan perekonomian selama pandemi Covid-19 pada saat new normal. Pandemi Covid-19 memberikan dampak begitu besar bagi UMKM khususnya saat adanya kebijakan PSBB. Penjualan yang menurun drastis, sulit memasarkan produk, terjadi masalah pada pendanaan atau permodalan, kegiatan produksi dan distribusi mengalami penurunan, serta kesulitan

mendapat bahan baku merupakan dampak yang di alami oleh pelaku usaha.Strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha antara lain melayani konsumen melalui platform online, meningkatkan total quality management terkait higienitas, serta perubahan metode bisnis sementara agar laporan keuangan tetap positif. Selain itu pemerintah memberikan bantuan sosial dan insentif pajak, restrukturisasi dan relaksasi kredit, serta perluasan pembiayaan modal bagi UMKM. Perbedaannya dengan penelitian kami yaitu kami mengoptimisasikan UMKM melalui digital marketing dan e-commerce agar tetap menstabilkan pendapatan di pandemi ini.

Kemudian Penelitian Hardilawati (2020) yang dikutip oleh menunjukkan strategi bertahan UMKM di tengah Pandemi Covid-19 yang meliputi rekomendasi untuk melakukan perdagangan secara e-commerce, melakukan pemasaran secara digital, perbaikan kualitas produk, penambahan pelayanan konsumen, dan optimalisasi hubungan pemasaran pelanggan. Penelitian

G. Definisi Kopseptual

1. Strategi adalah alat yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Pemberdayaan Masyarakat adalah sebuah cara untuk memberikan peluang usaha untuk diberdayakan guna meningkatkan talenta, mengoptimalkan sumber dayanya, meningkatkan kapabilitasnya dan meningkatkan keterampilannya.
3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memmenuhi kriteria sebagai usaha mikro.

4. Pandemi Covid-19 adalah wabah dari keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai ringan hingga berat, seperti common cold atau pilek dan penyakit serius seperti MERS dan SARS.

H. Definisi Operasional

- a. Strategi pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah :
 - 1) Strategi Peningkatan Kemampuan Finansial
 - a) Akses kemudahan mendapatkan modal.
 - b) Bantuan modal dari pemerintah bagi UMKM
 - 2) Strategi pengembangan Pasar
 - a) Media saluran promosi produk.
 - b) proteksi/perlindungan pasar.
 - 3) Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia
 - a) Pengontrolan dan pengkoordinasian pemerintah.
 - b) pendampingan dan pelatihan terhadap UMKM.

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian Kualitatif. Penelitian Kualitatif biasanya berorientasi pada teori yang sudah ada. Teori dibatasi pada pengertian: suatu pernyataan sistematis yang berkaitan dengan seperangkat proposisi yang berasal dari data dan diuji kembali secara empiris. Metode penelitian ini dipilih karena lebih mudah dalam mendeskripsikan, menjabarkan dan menjelaskan hasil penelitian, terutama karena data-data yang diperoleh berasal dari

wawancara terhadap narasumber, sehingga hasil penelitian akan dapat dipahami dengan jelas dan mudah oleh pembaca.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah dimana suatu penelitian dilakukan, lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Wilayah Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Temanggung, Provinsi Jawa Tengah. Pemilihan lokasi dilatar belakangi karena Dinkopdag Kabupaten Temanggung merupakan dinas yang bersinggungan langsung terhadap pemberdayaan UMKM di Kabupaten Temanggung.

3. Unit Analisis Data

Berdasarkan permasalahan yang telah dikaji, maka Unit Analisis Data dalam penelitian ini adalah Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Temanggung dan juga para pelaku UMKM.

4. Jenis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan sebagai data terbaru yang ditemukan di lapangan dan didukung dengan data sekunder pada penelitian ini.

1. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yang digunakan yaitu sumber data yang didapatkan melalui rangkaian wawancara secara individu kepada narasumber agar bisa mendapatkan data yang mendalam yang sesuai dengan pembahasan peneliti, diantaranya sebagai berikut :

Tabel 3
Data primer

No	Nama Data	Sumber Data	Jumlah	Tehnik Pengumpulan Data
1	Strategi pemberdayaan UMKM dalam mengatasi Dampak Pandemi Covid-19	Bidang Koperasi dan Usaha Mikro DINKPOPDAG Kabupaten Temanggung	1	Wawancara
2	Implementasi strategi pemberdayaan UMKM dimasa pandemic oleh Pemerintah Kabupaten Temanggung	Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah	4	Wawancara

2. Data Sekunder

Sedangkan Data sekunder yang digunakan sebagai data penunjang dari data primer berasal dari dokumentasi beberapa sumber seperti jurnal, laporan, berita, catatan, dan data sekunder lainnya yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

Tabel 4
Data Sekunder

No	Nama Sumber	Sumber Data
1	Ibu. Lily Pelaku UMKM Temanggung	Berita

5. Tehnik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bentuk pengumpulan data dari data yang sudah didokumentasikan atau diabadikan dalam berbagai bentuk. Artinya data

yang didapatkan diperoleh dengan mengumpulkan data- data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Menurut (Arikunto, 2003) Teknik dokumentasi dipakai untuk memperoleh informasi yang menunjang bagi penelitian yang dilakukan yang bisa diperoleh dari buku, web, majalah, dan dokumen lainnya.

b. Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis serta dapat dikontrol keandalan dan kesahihannya (Moleong & Edisi, 2004). Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan suatu kegiatan tentang Strategi Pemerintah Kabupaten Temanggung Dalam Pemberdayaan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2022

c. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi melalui percakapan yang dilakukan dengan dua pihak atau lebih guna mendapat informasi tertentu. Menurut Moleong (2004) Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara langsung kepada responden oleh kemudian, yang kemudian jawaban dari responden harus dicatat ataupun direkam dengan menggunakan alat perekam.

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara dengan beberapa narasumber yaitu Kepala Bidang Koperasi dan UKM Dinas

Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Temanggung, dan juga para Pelaku UMKM yang ada di Temanggung. Dalam mekanisme wawancara, peneliti melakukan wawancara dengan petunjuk umum. Dalam hal ini peneliti mempersiapkan garis besar pokok pembicaraan yang ditanyakan dan diperdalam sesuai dengan temuan yang ada di lapangan. Kemudian untuk menghindari kelupaan, peneliti meminta izin kepada narasumber untuk menggunakan pererkam yang ada di handphone.

6. Tehnik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan atau terkumpul melalui Tehnik pengumpulan data interview. Analisis data yang dilakukan dengan cara mencari dan menata data secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang permasalahan yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Menurut (Miles, Matthew B., 1992) yang dikutip dalam oleh Gunawan (2013) dimana analisis data terbagi menjadi tiga bagian:

1. Reduksi Data

Kegiatan reduksi data merupakan suatu bentuk analisi yang menajamkan, memilih dan juga menyederhanakan data mentah yang didapatkan dilapangan dan merangkainya menjadi satu kesatuan yang utuh, sehingga data yang telah melalui reduksi akan mempermudah dalam memberikan gambaran lebih jelas atas penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan pendeskripsian seluruh informasi yang sudah terkumpul, data penelitian dapat disajikan dalam bentuk uraian yang didukung dengan matriks jaringan kerja atau disajikan secara naratif.

3. Penarikan kesimpulan dan Verifikasi Data

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan tahap terakhir dari analisis data. Tahap ini dilakukan setelah melakukan perbandingan data yang dipilih sesuai dengan topik penelitian, kemudian data yang sudah dikelompokkan sesuai tinggi rendahnya jawaban narasumber dianalisis dengan metodologi dan menggabungkan dengan sumber lain yang relevan, yang kemudian diverifikasi atau disesuaikan lagi dengan data sumber lain yang relevan untuk menjadi sebuah tulisan utuh.