

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pembangunan nasional dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. UMKM dalam undang-undang (UU) No. 21 pasal 1 tahun 2008, merupakan bisnis yang dijalankan individu, rumahtangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau asset, serta jumlah karyawan. Sedangkan usaha yang tak masuk sebagai UMKM dikategorikan sebagai usaha besar, yakni usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) adalah salah satu pihak yang memberi cukup banyak kontribusi terhadap perekonomian Indonesia.

Berdasarkan Perkembangan Data UMKM dan Usaha Besar Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkopukm), jumlah UMKM di Indonesia per 2019 sebanyak 65,465,497. Dari jumlah tersebut, UMKM di Indonesia mampu menyerap tenaga kerja hingga 119,562,843 (Kemenkopukm,

2020). Serta berkontribusi pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 61,07% (Limanseto, 2021). Sehingga, berdasarkan data tersebut, UMKM dapat dikatakan sebagai salah satu tulang punggung perekonomian di Indonesia. UMKM menjadi salah satu sektor paling penting ketika terjadi ketidakpastian ekonomi seperti saat ini.

Namun, saat Pandemi Covid-19 menghantam Indonesia, sektor UMKM pun tidak luput dari dampak penerapan kebijakan pengendalian penularan Covid-19 di Indonesia. Kondisi pandemi ini membuat UMKM mengalami kerugian dan kehilangan kesempatan memperoleh pendapatan. Terlebih, saat Pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada 2020 dan Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada 2021 untuk mengendalikan penularan Covid-19. Kebijakan tersebut berdampak pada menurunnya aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat hingga mengakibatkan UMKM mengalami penurunan pendapatan. Bahkan, tidak sedikit UMKM harus menutup usahanya sebagai akibat dari Pandemi Covid-19.

Kabupaten Bantul menjadi salah satu wilayah terdampak Pandemi Covid-19. Subkoordinator Bidang Usaha Mikro Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (DKUKMPP) Kabupaten Bantul, Utami Dewi Retnangingsih, mengatakan bahwa jumlah UMKM berdasarkan pendataan dari Badan Pusat Statistik mencapai 128.000. Namun, berdasarkan pendataan dari DKUKMPP, jumlah UMKM di Kabupaten Bantul sebanyak 86.970 (Retnaningrum, Dewi Utami, Wawancara, 15 November 2022).

Para pelaku UMKM tersebut sebagian besar bergerak di bidang industri kerajinan hingga kuliner (Khoirunnisaa, 2021). Menurut Kepala Dinas UMKM

Kabupaten Bantul, Agus Sulistyana, seperti yang dikutip oleh (Khoirunnisaa, 2021), sektor UMKM memberikan sumbangan terbesar untuk Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Bantul pada 2019, yakni sebesar 15,18%. Selain itu, penyerapan jumlah tenaga kerja dari sektor UMKM di Kabupaten Bantul pada 2020 mencapai 210.699 (Bantul, 2021).

Mengingat posisi strategis UMKM dalam pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bantul, dampak Pandemi Covid-19 perlu menjadi perhatian Pemerintah Kabupaten Bantul, dalam hal ini, Dinas Koperasi, Usaha Kecil Mikro, Perindustrian dan Perdagangan (DUKMPP) sebagai kepanjangan tangan Bupati Bantul untuk bidang UMKM. Untuk menghadapi hantaman dampak Pandemi Covid-19 pada UMKM di Kabupaten Bantul perlu adanya strategi dari Pemerintah Kabupaten dan DKUKMPP untuk memberdayakan pelaku UMKM di Kabupaten Bantul. Hal itu diperlukan agar UMKM di Kabupaten Bantul tetap bertahan selama Pandemi Covid-19 dan terus memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bantul.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian tentang “STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN BANTUL DALAM PEMBERDAYAAN UMKM DI MASA COVID-19 TAHUN 2020-2021”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belaka di atas, maka pertanyaan penelitian untuk penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Pemerintah Kabupaten Bantul dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi covid-19 tahun 2020-2021?

2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi pelaksanaan pemerintah Kabupaten Bantul dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini untuk mengetahui strategi Pemerintah Kabupaten Bantul dalam pemberdayaan UMKM pada masa Pandemi Covid-19 tahun 2020-2021. Serta untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelaksanaan strategi tersebut.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan untuk Pemerintah Kabupaten Bantul dalam upaya pemberdayaan UMKM di Kabupaten Bantul.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan bagi pengembangan Ilmu Pemerintahan dan berguna sebagai rujukan bagi mahasiswa yang berencana melakukan penelitian tentang UMKM di Kabupaten Bantul.

E. Tinjauan Pustaka

No.	Nama Penulis	Judul Tulisan, Nama Jurnal	Hasil Penelitian
1.	Rianda Dirkareshza, Dinda Maurizka Azura, dan Roni Pradana (Dirkareshza et al., 2021)	Kebijakan Pemerintah di Masa Pandemi Covid-19: Antara Negara Sejahtera dan Negara Sehat. Jurnal Mercatoria https://doi.org/10.31289/mercatoria.v14i1.5020	Hasil dari penelitian ini memetakan kebijakan pemerintah saat Pandemi Covid-19. Dari segi kuantitas kebijakan, penelitian ini melihat bahwa kebijakan pemerintah menitikberatkan pada negara sehat. Sedangkan dari segi kualitas, penelitian ini menyebut bahwa perwujudan negara sejahtera menjadi salah tujuan dari beberapa kebijakan yang diterbitkan oleh pemerintah selama Pandemi Covid-19.
2.	Vina Natasya,,Pancawati Hardiningsih (Natasya & Hardiningsih, 2021)	Kebijakan Pemerintah Sebagai Solusi Meningkatkan Pengembangan UMKM di Masa Pandemi. Journal of Economics and Business http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.317	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah untuk meningkatkan pengembangan UMKM di masa Pandemi Covid-19 dengan memberikan bantuan sosial sebagai bentuk penyelamatan UMKM. Selain itu, ada pula kebijakan dalam bentuk program kemitraan UMKM untuk memproduksi jamu dan masker kain, keringanan kredit, bantuan bahan baku dan pembagian paket sembako.

3.	Kiki Amelia Sari, Luhita Rizkiyana Madhanni, Anugrah Mahirah Al Kharisma, Rita Arsyantie, Bella Fadhilatus Sanah, Munti Kurnia Ningsih, Joan Hesti Gita Purwasi (Purwasih et al., 2021)	Pemberdayaan Melalui Pelatihan Pemasaran Produk UMKM Omah Jenang Blitar di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal ABDIMASA Pengabdian Masyarakat https://doi.org/10.36232/jurnalabdimesa.v4i2	Penelitian ini merupakan evaluasi dari program pemberdayaan produk UMKM Omah Jenang Blitar selama masa Pandemi Covid-19. Hasil penelitian ini menunjukkan UMKM Omah Jenang semakin dikenal oleh masyarakat luar, sehingga berdampak pada peningkatan penjualan produk.
4.	Moh. Musfiq Arifq dan Dedi Junaedi. (Arifqi, 2021)	Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311	Hasil penelitian ini menemukan beberapa instrumen yang harus dimiliki UMKM dalam memanfaatkan digitalisasi dalam upaya pemulihan perekonomian Indonesia, yakni aturan baik lingkup mikro maupun hukum negara, kecerdasan dan kemampuan menarik pembeli, menjunjung transparansi, memprioritaskan konsumen dan memberikan layanan ramah. Selain itu, penelitian ini pun menemukan produksi, distribusi dan konsumsi sesuai prinsip syariah sebagai komponen yang harus dikembangkan untuk digitalisasi UMKM sebagai upaya pemulihan perekonomian Indonesia.
5.	Bambang Arianto (Arianto, 2020)	Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Administrasi Bisnis https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452	Penelitian ini menunjukkan pentingnya digitalisasi UMKM selama masa Pandemi Covid-19. Digitalisasi ditujukan agar UMKM tetap bertahan selama masyarakat mengurangi aktivitas luar ruangan untuk menekan penularan Covid-19. Selain itu, penelitian ini pun menilai pentingnya digitalisasi UMKM karena teknologi digital Indonesia akan menjadi yang terbesar di Asia Tenggara pada 2025.

6.	<p>Nungky Wanodyatama Islami, Fajar Supanto, Arisanto Soeroyo</p> <p>(Islami et al., 2021)</p>	<p>Peran Pemerintah Daerah Dalam Mengembangkan Umkm Yang Terdampak Covid-19</p> <p>Jurnal Karta Raharja. https://ejurnal.malangkab.go.id/index.php/kr/article/view/44</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Malang menerbitkan kebijakan untuk mengatasi persoalan UMKM terdampak Covid-19, diantaranya, pelatihan, promosi produk usaha UMKM dan lain sebagainya.</p>
7.	<p>Ratnawaty Marginingsih</p> <p>(Marginingsih, 2021)</p>	<p>Program Pemulihan Ekonomi Nasional Sebagai Kebijakan Penanggulangan Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor UMKM. Moneter</p> <p>Jurnal Akutansi dan keuangan https://doi.org/10.31294/moneter.v8i2.10997</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia yang berdampak positif pada sektor UMKM selama Pandemi Covid-19.</p>
8.	<p>Nurdina, Mutiara Rachma Ardhiani, Christina Menuk Sri Handayani, Fachrudiy Asjari</p> <p>(Nurdina et al., 2021)</p>	<p>Strategi Pemberdayaan UMKM Makanan Berbasis Kearifan Lokal Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Kedamean Gresik.</p> <p>Jurnal Pengabdian Masyarakat https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.1.3903</p>	<p>Penelitian ini menghasilkan tantangan yang dihadapi UMKM dalam perkembangan ekonomi digital berupa pemanfaatan teknologi informasi melalui pemasaran <i>website</i>. Dampaknya, UMKM belum mampu menjangkau pasar hingga pelosok atau luar daerah dan UMKM tidak mampu bersaing dengan usaha lainnya yang telah terkenal di dunia internet.</p>

9.	Ari Susanti, Yopy Ratna Dewanti, RiaEstiana (Ria Estiana, Yopy Ratna Dewanti, 2021)	Strategi Perencanaan Keuangan Untuk Penjualan Dan Pajak Umkm Di Masa Pandemi BERNAS; Jurnal Pengabdian kepadamasyarakat https://doi.org/10.31949/jb.v2i1.731	Penelitian ini menghasilkan strategi penyelamatan UMKM di masa Pandemi Covid-19 dengan meningkatkan pengetahuan digital dan teknologi, perencanaan keuangan dan pemahaman terhadap pajak UMKM.
10.	Esty Pudyastuti, Ahmad Saputra (Pudyastuti & Saputra, 2021)	Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Medan Di Masa Pandemi Covid 19 INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.195	Hasil dari penelitian menunjukkan strategi untuk peningkatan bersaing usaha UMKM di Kota Medan pada masa Pandemi Covid-19 adalah ketersediaan modal dan kualitas sumberdaya manusia. Pemahaman sumberdaya manusia UMKM merupakan faktor penting dan cenderung merupakan kelemahan UMKM untuk bersaing di pasar UMKM.
11.	Fahrial, Andrew Shandy Utama (Fahrial & Utami, 2021)	Pemberdayaan UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Pekannbaru Ensiklopedi of Jornal https://doi.org/10.33559/eoj.v4i3.955	Penelitian ini menunjukkan beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM agar tetap bertahan di masa Pandemi Covid-19, yakni melakukan inovasi yang tidak melanggar kebijakan pemerintah.

12.	<p>Indah Andayani, Maria Veronika Roesminingsih, Wiwin Yulianingsih</p> <p>(Andayani et al., 2021)</p>	<p>Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19</p> <p>Jurnal Pendidikan Nonformal http://dx.doi.org/10.17977/um041v16i1p12-20</p>	<p>Hasil penelitian menggambarkan bahwa beberapa kendala yang dialami pelaku UMKM kabupaten Kediri terletak pada proses pemasaran produk, sehingga strategi pemberdayaan yang paling dibutuhkan para pelaku UMKM adalah pemberdayaan pemasaran produk secara online melalui platform market digital dan dapat melalui strategi pemberdayaan inovasi produk UMKM untuk beralih pada produk yang paling dibutuhkan (masker, hand sanitizer).</p>
13.	<p>Ade Ony Siagian, Yoyok Cahyono</p> <p>(Siagian & Yoyok Cahyono, 2021)</p>	<p>Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif</p> <p>Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pada sektor ekonomi kreatif dapat menggunakan metode STP (Segmenting, Targetting dan Positioning) dalam menarik konsumen. Sementara faktor pendukung berwirausaha di sektor ekonomi kreatif selama masa Pandemi Covid-19 agar tetap efektif dan efisien dapat menggunakan konsep konsep <i>promotion</i>, <i>service excellet customers rewards</i>, afiliasi atau kemitraan dan modal sosial.</p>
14.	<p>Rannu Dyah Rahmadani, Waspodo Tjipto Subroto</p> <p>(Rahmadani & Waspodo Tjipto Subroto 2021)</p>	<p>Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19</p> <p>Jurnal Pendidikan Administrasi dan Perkantoran https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p167-181</p>	<p>Hasil penelitian berupa strategi pengembangan sesuai kebutuhan UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Kajian ini memberikan kontribusi terhadap penerapan pengembangan strategis terkait penetapan (perumusan) strategi pada UMKM yang merupakan penggerak sektor ekonomi terbesar.</p>

15.	<p>Wilfarda Charismanur Anggraeni, Wulan Puspita Ningtiyas, Nurdiyah Nurdiyah</p> <p>(Anggraeni et al., 2021)</p>	<p>Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia</p> <p>Journal of Government and Politics https://doi.org/10.31764/jgop.v3i1.5354</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah telah mengeluarkan sejumlah kebijakan untuk memberdayakan UMKM selama masa Pandemi Covid-19, diantaranya, pemberian bantuan sosial, insentif pajak, relaksasi dan restrukturisasi kredit, perluasan pembiayaan dan penyediaan penyangga produk.</p>
-----	---	---	--

Tabel 1
Tinjauan Pustaka

Perbedaan mendasar antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitian. Sebagian besar penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai tinjauan pustaka menempatkan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Kota/Kabupaten secara umum. Sedangkan, peneliti menetapkan Pemerintah Kabupaten Bantul melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (DKUKMPP) sebagai subjek penelitian. Hal itu akan berdampak pada ketelitian observasi dan dokumentasi detail serta akan menunjukkan langkah-langkah strategis dan konkrit dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Bantul.

Perbedaan lainnya terletak pada pendekatan. Beberapa penelitian terdahulu hanya menetapkan kebijakan, upaya dan peran pemerintah dalam pemberdayaan UMKM selama masa Pandemi Covid-19. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan strategi pemerintah dalam upaya pemberdayaan UMKM. Strategi merupakan turunan dari kebijakan pemerintah yang bersifat strategis. Sedangkan upaya dan peran merupakan langkah kongkrit yang merupakan turunan dari strategi yang sudah ditetapkan.

Peneliti akui, terdapat beberapa judul penelitian terdahulu yang menggunakan pendekatan strategi. Namun, penelitian tersebut memiliki perbedaan lokus penelitian dengan penelitian ini. Beberapa diantaranya seperti lokus pemanfaatan digitalisasi, ekonomi kreatif, berbasis kearifan lokal, dan sebagainya. Sedangkan, peneliti tidak menggunakan lokus tersebut. Peneliti menetapkan lokus penelitian secara umum. Sehingga diharapkan dapat memetakan upaya-upaya strategis DKUKMPP Kabupaten Bantul dalam pemberdayaan UMKM selama masa Pandemi Covid-19.

F. Kerangka Dasar Teori

1. Strategi

a. Definisi Strategi

Rahmat dalam (Hamali, 2016) mendefinisikan kata strategi sebagai sebuah rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut berangkat dari strategi yang berasal dari bahasa Yunani, yakni “strategos”. Menurut Rahmat *stratego* terdiri dari kata “stratus” yang berarti militer dan “ag” yang berarti memimpin. Sehingga, kata strategi dalam definisi menurut Rahmat identik dengan peperangan (Hamali, 2016). Definisi tersebut pun dikemukakan oleh Clausewitz, yang mendefinisikan strategi sebagai seni pertempuran untuk memenangkan perang (Hamali, 2016).

Grant dalam (Ritonga, 2020) menjelaskan bahwa strategi merupakan pola alokasi sumberdaya agar organisasi dapat mempertahankan kinerja. Sementara menurut (Ritonga, 2020), strategi merupakan rencana garis besar terkait penggunaan sumberdaya organisasi untuk menciptakan suatu posisi menguntungkan.

Kemudian, menurut (Rusadi & Wedayanti, 2019) strategi merupakan tindakan atau kegiatan yang dijalankan oleh seseorang, organisasi dan perusahaan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan. Sementara (Budiono, 2019) mendefinisikan strategi sebagai tindakan atau reaksi untuk menghadapi persoalan atau lingkungan tertentu. Dimana tindakan atau reaksi tersebut dilakukan secara sadar dan berdasarkan pertimbangan matang untuk mencapai suatu tujuan individu, bersama dan organisasi.

Pendapat lain disampaikan oleh Sarwoto Wijoyo Latisuro (Latisuro, 2016) yang mendefinisikan strategi sebagai suatu rencana yang disusun oleh *top management*. Rencana tersebut disusun untuk mencapai tujuan yang diinginkan

oleh perusahaan atau organisasi. Sarwoto menjelaskan lebih lanjut, rencana tersebut terdiri dari tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh perusahaan atau organisasi. Rencana tersebut bertujuan untuk mempertahankan eksistensi dan mempertahankan persaingan antar perusahaan atau organisasi sehingga memiliki keunggulan kompetitif.

Menurut Kuncoro (2006) mendefinisikan strategi sebagai sebuah proses tahapan yang berkaitan dan berurutan dalam organisasi. Sehingga menurut Kuncoro, strategi merupakan upaya yang dibentuk dan dijalankan untuk memenuhi tujuan organisasi. Sedangkan Menurut A. Halim strategi merupakan cara lembaga atau organisasi untuk mencapai suatu tujuan berdasarkan peluang dan hambatan di luar lingkungan organisasi yang akan dihadapi berdasarkan kemampuan dan sumberdaya organisasi.

Berdasarkan pendapat ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompok baik perusahaan maupun organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam merumuskan strategi perlu dilakukan secara matang dengan mempertimbangkan hal yang dapat memengaruhi keberhasilan strategi tersebut.

b. Tahap Strategi

Bambang Hariadi (2005) merumuskan langkah-langkah untuk menentukan strategi, diantaranya:

1. Perumusan

Tahap perumusan mencakup analisis lingkungan, baik internal maupun eksternal. Analisis lingkungan ini bertujuan untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi. Tahap ini merupakan tahap penyusunan visi dan misi atau tujuan bersama organisasi yang

diharapkan dapat menjawab persoalan dari hasil analisis lingkungan. Tahap perumusan ini juga berkaitan dengan upaya identifikasi diri organisasi yang mencakup “siapa kita” (*who we are*), “apa yang kita kerjakan” (*what we do*) dan “kemana kita akan pergi” (*where we headed*).

2. Pelaksanaan

Setelah tahap perumusan, tahap berikutnya adalah tahap paling penting, yakni tahap pelaksanaan strategi. Tahap ini merupakan proses suatu strategi dan kebijakan dijalankan melalui pengembangan struktur organisasi, pengembangan program, anggaran dan prosedur pelaksanaan. Tahap ini merupakan tahap paling sulit karena sangat bergantung pada banyak faktor sehingga mempengaruhi pelaksanaan strategi.

3. Analisis SWOT

Rangkuti (2013) menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan suatu metode perencanaan strategis. Analisis SWOT dapat digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*) dari sisi internal suatu organisasi serta mengevaluasi peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang dihadapi oleh organisasi di lingkungan eksternal.

Analisis ini secara sistematis dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal organisasi yakni kekuatan/*strength* dan kelemahan/*weakness* serta faktor eksternal organisasi yang meliputi peluang/*opportunity* dan tantangan/*threats*. Dengan menggunakan analisis SWOT organisasi dapat mengidentifikasi dan memetakan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pelaksanaan strategi organisasi yang sudah disusun pada tahap perumusan diatas. Analisis SWOT dapat membantu organisasi untuk

mempertimbangkan segala potensi dan melihat segala kemungkinan. Sehingga, perencanaan strategi dapat terukur dan efektif.

2. Pemberdayaan Masyarakat

a. Definisi Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berasal dari kata dasar daya, yang memiliki arti proses, cara, perbuatan memberdayakan. Menurut (Laksono & Rohmah, 2019) pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang masih berada dalam kemiskinan dan keterbelakangan. Sedangkan menurut (Noor, 2011) Pemberdayaan adalah memberikan kekuatan pada masyarakat yang dirasa kurang mampu. Memberdayakan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan nilai dan martabat lapisan masyarakat bawah, sehingga pemberdayaan masyarakat tidak hanya penguatan individu namun pranata sosial yang ada. Dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan adalah proses keterlibatan masyarakat atau komunitas untuk memenuhi kebutuhan pribadi sebagai kelompok ataupun kebutuhan pribadi, sehingga masyarakat berdaya. Kegiatan pemberdayaan masyarakat memiliki tujuan menjadikan masyarakat berdaya dalam kehidupannya. Pemberdayaan ini dapat dilakukan melalui jalur pemberdayaan perekonomian pada umkm.

b. Tahapan Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Wrihatnolo dan Dwidjowijoto dalam (Endah, 2020) ada tiga tahapan pemberdayaan yaitu :

1. Penyadaran, tahap penyadaran, masyarakat yang menjadi subjek pemberdayaan diberi penyadaran bahwa setiap manusia mempunyai potensi yang dapat dikembangkan.

2. Pengkapasitasan, tahap pengkapasitasan dapat dicapai apabila masyarakat sudah mempunyai kemampuan untuk menerima daya.
3. Pendayaan, tahap ketiga adalah pemberian daya dimana masyarakat diberikan daya, otoritas, atau peluang untuk berkembang mencapai kemandirian.

c. Mekanisme Pemberdayaan Masyarakat

Menurut (Noor, 2011) beberapa elemen harus terlibat dalam pemberdayaan masyarakat sebagai upaya memaksimalkan potensi dari masyarakat tersebut, beberapa elemen tersebut, diantaranya:

Pemerintah merupakan elemen penting pertama. Dalam proses pemberdayaan masyarakat pemerintah harus mampu menyesuaikan diri dengan misi pemberdayaan, seperti membangun partisipasi dan membuka dialog dengan masyarakat. Selain itu, pemerintah pun harus mampu menciptakan instrument peraturan dan mekanisme pasar yang berpihak pada masyarakat.

Elemen lainnya adalah organisasi-organisasi kemasyarakatan diluar lingkungan masyarakat, seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) baik nasional maupun lokal. Kemudian, lembaga masyarakat berkembang dari dalam masyarakat sendiri, seperti Badan Permusyawaratan Desa (BPD), kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dan Karang Taruna juga merupakan elemen penting terkait dalam proses pemberdayaan masyarakat.

Koperasi menjadi elemen penting lainnya dalam pemberdayaan masyarakat. Koperasi merupakan organisasi sosial yang mampu wadah ekonomi serta berhasil menggerakkan perekonomian masyarakat. Selain itu, koperasi pun

merupakan sistem perekonomian yang sesuai dengan sistem demokrasi di Indonesia. Pemberdayaan masyarakat pun diperlukan adanya seorang atau sekelompok pendamping karena masyarakat memiliki keterbatasan dalam pengembangan diri dan kelompoknya. Kemudian, pemberdayaan harus menjadi bagian dari perencanaan pembangunan nasional sebagai proses *bottom-up*. Elemen terakhir adalah keterlibatan masyarakat yang lebih mampu khususnya dunia usaha dan swasta.

3. UMKM

a. Definisi UMKM

UMKM merupakan akronim dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2020 Pasal 1 Ayat (1), (2), (3), (4) dan (5), pengertian UMKM sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil 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.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung

dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
5. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Menurut Wikipedia, UMKM merupakan sebuah usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, dan badan usaha berukuran kecil. UMKM digolongkan berdasarkan besaran omzet pendapatan tahunan, jumlah kekayaan dan aset serta jumlah pegawai. Sedangkan kegiatan usaha yang tidak termasuk kedalam kategori UMKM atau usaha skala besar, yakni usaha yang dijalankan oleh badan usaha dengan jumlah aset atau penjualan tahunan melebihi usaha menengah.

Sedangkan menurut Rudjito dalam (Hamidah et al., 2019) UMKM adalah sektor usaha yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari penciptaan lapangan pekerjaan serta dari sisi jumlah usahanya. Kemudian (Eko, 2009), mendefinisikan UMKM sebagai suatu organisasi ekonomi atau unit bisnis yang memiliki struktur sederhana. Selain itu, UMKM pun hanya memiliki sedikit aktivitas formal, teknologi tradisional, manajemen fleksibel. Terkadang, menurut Eko, dalam UMKM terdapat kesulitan untuk membedakan kekayaan pribadi

dengan aset usaha, serta hanya menerapkan proses administrasi sederhana, bahkan tidak jarang ditemukan UMKM tidak memiliki proses administrasi untuk usahanya.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan suatu unit usaha produksi yang dilakukan oleh perorangan, rumah tangga atau badan usaha pada sektor ekonomi. Untuk membedakan Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM) dan Usaha Besar (UB), umumnya berdasarkan pada nilai aset awal, omzet per tahun, dan jumlah tenaga kerja.

b. Kriteria UMKM

Berdasarkan Pasal 6 Ayat (1), (2), (3) dan (4) UU No.20/2008, kriteria UMKM sebagai berikut:

1. Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:
 - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau;
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau;

- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Kemudian berdasarkan Pasal 35 Ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, kriteria modal usaha UMKM, sebagai berikut”

- 1. Usaha Mikro mempunyai modal usaha hingga dengan paling banyak Rp 1.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2. Usaha Kecil mempunyai modal lebih dari Rp1.000.000.00,00 — Rp5.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 3. Usaha Menengah mempunyai modal usaha Rp5.000.000.000,00 — Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Sementara menurut Pasal (5) PP No.7/2021, kriteria penjualan UMKM sebagai berikut:

- 1. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan Paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);

2. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000000.000,00 (lima belas miliar rupiah);
3. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

4. Pandemi Covid 19

a. Definisi Pandemi

KBBI mendefinisikan pandemi sebagai wabah penyakit yang menjangkit seluruh wilayah secara serempak. Sementara menurut Wikipedia, pandemi merupakan epidemi yang tersebar ke berbagai negara kemudian mempengaruhi orang di seluruh dunia dalam skala besar secara berkelanjutan dan simultan. Suatu wabah penyakit dapat ditetapkan sebagai pandemi apabila penyakit tersebut menular dari satu orang ke orang lainnya sehingga menyebar luas ke berbagai negara serta mengakibatkan orang dengan jumlah besar meninggal dunia. Sedangkan menurut World Health Organization (WHO), pandemi merupakan peningkatan jumlah penularan penyakit dan virus yang terjadi secara mendadak serta telah tersebar ke beberapa negara atau benua, biasanya penyakit dan virus tersebut memberikan pengaruh terhadap orang dalam jumlah besar.

b. Definisi Pandemi Covid-19

Menurut (Solichin & Khairunnisa, 2020), Corona Virus atau Covid-19 adalah jenis virus baru yang pertama kali ditemukan di Provinsi Wuhan, Cina, pada Desember 2019. Covid-19 dapat menular melalui cipratan atau percikan air liur (*droplet*) yang keluar dari hidung atau mulut saat bersin, batuk atau berbicara.

Menurut (PH et al., 2020), Covid-19 merupakan bagian dari keluarga besar virus penyebab penyakit ringan ataupun berat, dan penyakit serius lainnya seperti MERS dan SARS. Penularan Covid-19 dapat terjadi hewan ke manusia dan penularan dari manusia ke manusia lainnya. Sedangkan menurut (Ilpaj & Nurwati, 2020) Covid-19 merupakan virus berbahaya karena lebih dari 200 negara di dunia terjangkit Covid-19. Tingginya tingkat kasus kematian akibat Covid-19 di Indonesia dipengaruhi oleh penyakit penyerta (*comorbid*) dari para pasien positif Covid-19. Selain itu, usia rentan dan keberadaan serta kemampuan fasilitas kesehatan untuk menangani pasien positif Covid-19 pun menjadi faktor penyebab tingginya kasus kematian akibat Covid-19 di Indonesia.

c. Karakteristik Virus Corona

1. Covid-19 berukuran lebih kecil dari bakteri. Covid-19 diperkirakan memiliki diameter 125 nanometer atau setara 0,125 mikrometer.
2. Covid-19 dapat bertahan lama di permukaan suatu benda. Selain itu, Covid-19 pun disebut dapat bertahan di udara hingga beberapa jam.
3. Covid-19 memiliki masa inkubasi 2 – 14 hari sejak tertular hingga menunjukkan gejala-gejala awal Covid-19.

d. Gejala Penyakit Covid 19

1. Covid-19 memiliki gejala umum seperti demam, batuk, *asmonia* atau kehilangan indera penciuman.
2. Gejala ringan Covid-19 seperti sakit tenggorokan, kepala sakit, nyeri, diare, kulit ruam, hingga mata merah atau iritasi.
3. Gejala serius Covid-19 seperti sesak nafas atau kesulitan bernafas dan dada terasa nyeri.

G. Definisi Konseptual

1. Strategi adalah suatu upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompok baik perusahaan maupun organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.
2. Pemberdayaan Masyarakat adalah suatu usaha atau proses untuk meningkatkan pengetahuan, kemauan, dan kemampuan suatu masyarakat.
3. UMKM adalah kegiatan usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha kecil.
4. Pandemi adalah wabah penyakit yang menjangkit berbagai negara secara bersamaan dan terjadi secara mendadak.

H. Definisi Operasional

1. Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah :
 - a. Strategi Peningkatan Kemampuan Finansial
 - a. Akses Kemudahan Mendapatkan Modal
 - b. Bantuan Modal Pemerintah Bagi UMKM
 - b. Strategi Pengembangan Pasar
 1. Pengembangan Saluran Promosi Produk
 2. Perlindungan pasar
 - c. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia
 1. Pengembangan Kapasitas Pelaku UMKM
 2. Kontrol dan Koordinasi Pemerintah
2. Faktor yang memengaruhi pelaksanaan program pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:
 - a. Faktor Internal

1. Strength (Kekuatan)
 - a. Struktur Organisasi Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bantul
2. Weakness (Kelemahan)
 - a. Keterbatasan Anggaran Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bantul
- b. Faktor Eksternal
 1. Opportunity (Peluang)
 - a. Potensi Sumberdaya Wisata Kabupaten Bantul
 - b. Potensi Sumberdaya Manusia Kabupaten Bantul
 2. Threats (Tantangan)
 - a. Pembatasan Sosial
 - b. Perkembangan Digital

I. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan jenis kualitatif deskriptif, peneliti berharap mampu mengumpulkan jawaban dari responden untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian dengan menjabarkan atau menggambarkan suatu fenomena, baik suatu kejadian maupun tindakan, dalam bentuk kata-kata atau deskripsi. Peneliti menggunakan jenis kualitatif deskriptif karena memudahkan peneliti untuk mendeskripsikan, menggambarkan dan menjelaskan hasil penelitian. Terlebih, data-data yang akan peneliti peroleh

berupa data dari hasil wawancara terhadap narasumber. Sehingga, diharapkan penelitian ini akan mudah dibaca atau dipahami oleh masyarakat luas.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di wilayah Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (DKUKMPP) Kabupaten Bantul. Di lokasi tersebut, peneliti akan berupaya untuk memperoleh informasi dan data dari narasumber. Kemudian, peneliti akan mengolah data tersebut secara naratif deskriptif.

c. Unit Analisis Data

Unit Analisis data dalam penelitian ini adalah DKUKMPP dan pelaku UMKM Kabupaten Bantul

d. Jenis Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data atau informasi yang peneliti peroleh dari hasil wawancara bersama narasumber. Peneliti berencana mewawancarai perwakilan DKUKMPP dan pelaku UMKM di Kabupaten Bantul memperoleh data awal untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang peneliti peroleh dari dokumentasi berupa laporan kegiatan DKUKMPP Kabupaten Bantul, jurnal, dan data sekunder lainnya yang relevan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

e. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti akan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan menggunakan teknik dokumentasi, observasi dan wawancara.

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara mencari dan mengumpulkan informasi melalui analisis dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini. Beberapa dokumen yang dibutuhkan untuk penelitian ini antara lain, dokumen internal DKUKMPP Kabupaten Bantul seperti, peraturan perundang-undangan, laporan kegiatan, pengumuman, surat edaran atau surat keputusan. Selain itu, penelitian ini pun membutuhkan dokumen eksternal DKUKMPP Kabupaten Bantul seperti berita, jurnal dan dokumen lainnya yang relevan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan secara langsung di lokasi penelitian untuk mengamati berbagai hal seperti kondisi lapangan, peristiwa atau kejadian yang mencakup masalah, fakta dan objek. Dalam observasi, peneliti tidak akan mengamati secara keseluruhan peristiwa. Observasi hanya akan dilakukan untuk peristiwa-peristiwa yang relevan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini. Dalam observasi, peneliti memanfaatkan media sosial dan situs resmi DKUKMPP Kabupaten Bantul. Hal itu dilakukan karena jangka waktu penelitian dan pelaksanaan program yang menjadi objek penelitian terpaut jauh. Sehingga, peneliti mengamati unggahan DKUKMPP dalam media sosial dan situs resmi untuk mengetahui proses pelaksanaan program pemberdayaan pelaku UMKM di Kabupaten Bantul.

3. Wawancara

Peneliti akan menggunakan teknik wawancara terstruktur dan semi terstruktur. Untuk wawancara terstruktur, peneliti sudah menyediakan daftar pertanyaan untuk seluruh narasumber. Sementara untuk wawancara semi terstruktur merupakan pendalaman dari wawancara terstruktur yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan jawaban yang lebih detail dan lengkap dari narasumber. Sehingga, hasil wawancara diharapkan mampu menjawab rumusan masalah penelitian ini.

Responden untuk kebutuhan penelitian ini adalah beberapa perwakilan dari DKUKMPP Kabupaten Bantul dan Pelaku UMKM. Berikut daftar responden yang peneliti jadikan sebagai narasumber dalam penelitian ini.

No	Nama	Institusi
1	Utami Dewi Retnaningrum	DKUKMPP Kabupaten Bantul
2	Ariza Nur Abdillah	DKUKMPP Kabupaten Bantul
3	Devi Jumiatus	Pelaku UMKM Kabupaten Bantul
4	Puji Rahayu	Pelaku UMKM Kabupaten Bantul

Tabel 2

Daftar Responden Wawancara

f. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan atau terkumpul melalui Teknik 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 analisis yang menajamkan, memilih dan juga menyederhanakan data mentah yang didapatkan lapangan 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 dianalisa 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.