

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi covid menyebar diseluruh Negara tidak terkecuali Indonesia, dampak dari pendemi covid sangat berpengaruh pada sector ekonomi dan menyebabkan krisis diberbagai sektor baik sektor kesehatan, pendidikan dan sektor ekonomi. Pandemi covid19 menyebabkan krisis ekonomi yang sangat berdampak pada bagi sektor UMKM/UKM di Indonesia. UMKM merupakan penyumbang PDB terbesar bagi ekomoni Indonesia dan menjadi andalan penyerapan tenaga kerja dan distribusi barang jadi dan setengah jadi (Hiqomah, 2021).

Akibat dampak pandemi tersebut maka perlu dirumuskannya taktik pemasaran bagi UMKM pasca pandemi. Strategy pemasaran bagi UMKM wajib sesuai menggunakan regulasi pemerintah perihal protokol kesehatan. Perkembangan teknologi yg sangat pesat pada bidang teknologi informasi memungkinkan transaksi jual beli tanpa wajib bertemu eksklusif. pada era New Normal para pelaku perjuangan dituntut untuk segera bertransformasi ke era digital tidak terkecuali para pelaku UMKM. Kebijakan penyelamatan UMKM dari akibat pandemic covid19 dibutuhkan dukungan berupa taktik jangka pendek serta jangka panjang, untuk menjaga keberlangsungan UMKM menjadi pelaku ekonomi di Indonesia UMKM mempunyai kiprah yang sangat krusial bagi pertumbuhan ekonomi ataupun pembangunan ekonomi pada Indonesia oleh karna itu UMKM pada Indonesia perlu diberdayakan dengan baik (Hanim et al., 2022)Pada masa

pandemic yang belum tahu berakhirnya kapan, UMKM diharapkan dapat membuat strategi dan merubah model bisnis dan bertransformasi ke digital dengan menyesuaikan kondisi pandemic covid dan regulasi pemerintah dan diharapkan stratgei UMKM dapat mengatasi tantangan yang ada (Hidayat, 2021).

Indonesia sudah mengalami krisis ekonomi yg mengakibatkan jatuhkan prekonomian nasional. banyak perjuangan-usaha berskala akbar pada berbagai sektor mengalami kemacetan bahkan sampai terhenti aktifitasnya yang mengakibatkan perjuangan-perjuangan tadi mengalami kebangkrutan pada tahun 1998 yang lalu. tetapi di ketika krisis mirip itu usaha Mikro, kecil serta Menengah(UMKM) bisa bertahan dan dapat memperbaiki prekonomian pada indonesia di tengah keterpurukan krisis moneter yang sedang dialami dalam berbagai sektor prekonomian. perjuangan Mikro, kecil, serta Menengah adalah kegiatan perjuangan yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan bisa berperan pada proses pemerataan serta peningkatan pendapatan rakyat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta berperan membuktikan stabilitas nasional. dan kiprah dan warga , dan peningkatan daya saing wilayah, dengan perhatian daya saing demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan, dan kekhususan suatu wilayah pada sistem Negara Kesatuan Indonesia..

Dalam rangka Penyelenggaraan pemerintah daerah sesuai dengan Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1995, menurut pemerintah daerah untuk dapat mengatur serta mengurus sendiri urusan pemerintah masing-masing menurut asas otonom dan tugas pembantuan.selain itu pemerintah daerah di

arahkan untuk dapat mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan, pelayanan, pemberdayaan,

Strategi ialah rencana yang disatukan secara menyeluruh dan terpadu yang terkait dengan taktik perusahaan yg bersifat internal menggunakan tantangan lingkungan atau yg bersifat external dalam rangka untuk membantu perusahaan mencapai sasaran atau sasarannya. taktik koperasi atau UMKM pada Indonesia ketika ini sudah sangat rupawan mengingat hasil berasal koperasi bisa membantu perekonomian warga terutama mengurangi pengangguran, eksistensi usaha mikro kecil menengah (UMKM) artinya bagian terbesar pada perekonomian nasional, merupakan partisipasi warga pada banyak sekali sektor aktivitas perekonomian bagi suatu negara. Melihat Yogyakarta merupakan salah satu pusat perekonomian dimana tidak hanya para wisatawan domestik tetapi wisatawan dari mancanegara juga sering berkunjung di Yogyakarta. Dengan ini UMKM menjadi salah satu sektor yang penting dan harus dimanfaatkan sebaik mungkin. Berbagai macam tempat wisata yang sudah dibuka menjadi kesempatan terbesar bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan, para pelaku UMKM juga masih bisa memasarkan produknya melalui via online.

Tabel 1.1 Data Usaha Mikro, Kecil dan Menengah DIY Tahun 2018 s/d 2022

Jenis Usaha	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
Usaha Mikro	141.991,00	143.385,00	188.033,00	311.540,00	311.539,00
Usaha Kecil	64.896,00	65.533,00	58.980,00	16.069,00	16.069,00
Usaha Menengah	39.196,00	39.581,00	30.664,00	2.110,00	2.110,00

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM DIY

Tabel 1.2 Jumlah UMKM dalam setiap Kabupaten yang ada di Provinsi DIY

Kabupaten/Kota	Jumlah
	18,253
KABUPATEN GUNUNG KIDUL	53,859
KOTA YOGYAKARTA	32,446
KABUPATEN BANTUL	77,329
KABUPATEN SLEMAN	84,994
KABUPATEN KULON PROGO	35,918
TOTAL JUMLAH	302,799

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM DIY

UMKM merupakan suatu sektor di bagian perekonomian yang dapat meningkatkan kembali pendapatan masyarakat di DIY baik pada saat pandemi dan saat ini di masa endemi. Menurut Danang Setiadi, S.I.P., MT, selaku Kepala Bidang Perencanaan BAPPEDA DIY telah menyampaikan bahwa terdapat aplikasi yang mawadahi UMKM-UMKM di DIY untuk memasarkan produknya

Koperasi dan UKM di Kota Yogyakarta ialah peranan yg penting untuk hal pembangunan ekonomi kerakyatan. usaha kecil serta menengah adalah bagian krusial berasal perekonomian pada Indonesia. di tahun 1997-1998 Indonesia sudah mengalami krisis ekonomi, berdampak pada pertumbuhan perekonomian. UKM mampu bertahan menggunakan keterbatasan dan kemampuan disaat situasi krisis di tahun tadi. UKM artinya salah satu bentuk yang berkontribusi menggunakan menumbuhkan ekonomi yang yang ada pada Indonesia, seperti menaikkan kesejahteraan masyarakat serta mampu menurunkan angka kemiskinan dan mengurangi taraf pengangguran di suatu negara. Berkaitan

Dengan usaha menaikkan kesejahteraan warga, koperasi pula mempunyai fungsi bidang sosial dan ekonomi. Fungsi dan kiprah UKM yg terdapat pada

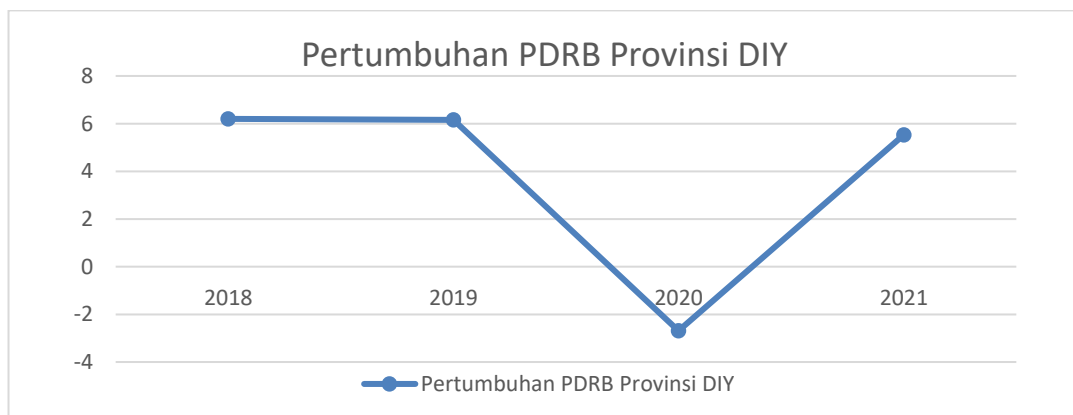
Indonesia begitu sangat penting. menjadi salah satu asal mata pencaharian rakyat serta menyediakan lapangan kerja secara pribadi menjadi kelompok perjuangan kecil dan menengah, UKM selalu terkendala menggunakan dilema keterbatasan modal, pemasaran, teknik produksi, manajemen serta teknologi. dalam rangka Penyelenggaraan Pemerintah wilayah sesuai menggunakan Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1995, sesuai pemda buat dapat mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah masing-masing dari asas otonom dan tugas pembantuan. selain itu Pemerintah Daerah di arahkan buat bisa meningkatkan kecepatan terwujudnya kesejahteraan rakyat melalui peningkatan, pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, dan peningkatan daya saing daerah, memaknai perhatian daya saing demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan, dan kekhususan suatu daerah pada sistem Negara Kesatuan Indonesia. sesuai menggunakan pasal 33 ayat 1 UUD 1945 bahwa perekonomian disusun menjadi usaha bersama sesuai atas asas kekeluargaan. Hal ini di tegaskan lagi pada penjelasan pasal 33, yaitu kemakmuran masyarakatlah yg utamakan, bukan kemakmuran orang-orang. strategi merupakan alat buat mencapai suatu tujuan, pada pengembangannya konsep dalam seni manajemen harus terus mempunyai perkembangan serta setiap orang memiliki pendapat atau definisi yang tidak sinkron mengenai seni manajemen, seni manajemen pada suatu global usaha atau perjuangan sangatlah dibutuhkan untuk mencapai visi serta misi yang telah diterapkan sang perusahaan, maupun buat mencapai sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek atau tujuan jangka panjang.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik DIY bahwa Produk Domestik

Bruto Daerah (PDRB) Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami penurunan dari triwulan IV tahun 2019 sebesar Rp. 26.896 Triliun menjadi Rp. 25.442 Triliun pada triwulan I tahun 2020 (Setiawan et al., 2021). Dengan ini, sektor ekonomi di Daerah Istimewa Yogyakarta sangat terkena dampak dari pandemi Covid-19. Para pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran, hal ini dikarenakan tidak ada pengunjung pada saat itu.

Menurut Kepala Bidang Usaha Mikro Kecil (UMK), Dinas Perindustrian, Koperasi dan UKM Kota Yogyakarta mengatakan terdapat sekitar 217 UMKM di Yogyakarta yang beralih penjualan karena produk aslinya tidak laku akibat pandemi. UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki mitra penjualan untuk mendistribusikan produknya kepada konsumen, namun mitra penjualan UMKM juga terdampak Covid-19. (Sagita Ginting, 2022).

Gambar 1.1 Pertumbuhan PDRB Provinsi DIY



Sumber: Badan Pusat Statistika DIY

Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan beberapa upaya untuk menekan angka penyebaran *Covid-19* saat itu. Berdasarkan data dari Satgas *Covid-19* DIY tercatat sebagai salah satu provinsi dengan tingkat kepatuhan memakai masker yang

tinggi sebesar 96,19% dan presentase menjaga jarak yang tinggi sebesar 95,10%.

Namun, Pemerintah

Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta tetap memperketat protokol kesehatan dan pemberian vaksinasi untuk menanggulangi *Covid-19*. Komisi A DPRD DIY telah memberikan anggaran dana tak terduga sebesar 14,8 miliar dalam rangka mempercepat dan penanganan *Covid-19* oleh pemerintah daerah berdasarkan Permendagri Nomor 20 Tahun 2020 tentang Percepatan penanganan *Corona Virus Disease 2019* di Lingkungan Pemerintah Daerah. (DPRD-DIY, 2020). Wakil Ketua DPRD DIY, Huda Tri Yudiana, menambahkan bahwa setiap instansi di DIY juga mendukung dengan menganggarkan sebagian anggarannya sebagai upaya pencegahan penularan *Covid-19* di instansinya masing-masing.

Berdasarkan penelitian (Sudiman et al., 2020) seni manajemen adalah wahana beserta dengan tujuan jangka panjang yg hendak dicapai, taktik usaha mencakup ekspansi georafis, disersifikasi, akusisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, pelepasan, likuidasi, serta perjuangan pantungan atau join venture. strategi merupakan aksi potensial yang yg membutuhkan keputusan manajemen zenit dan asal daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah suatu tindakan aksi atau kegiatan yg dilakukan oleh seseorang atau perusahaan buat mencapai sasaran atau tujuan yang sudah di menetapkan.

Koperasi serta usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan repretasi rakyat indonesia pada kehidupan ekonomi nasional, menjadiakibatnya perlu diberikan prioritas yg tinggi dalam pembangunan nasional untuk itu, perlu disusun taktik pengembangan koperasi serta UMKM pada Indonesia, yang

terintegrasi, sistematis, serta berkelanjutan.

Menggunakan itu koperasi menjadi daerah berkumpulnya orang-orang yg berkiprah perekonomian yang terbuka bagi para anggotanya, karna tujuan koperasi adalah meneyelenggarakan kepentingan anggotanya anggota kelompok .

Usaha Mikro kecil serta Menengah (UMKM) pada perekonomian nasional memiliki peran yg penting serta strategis,pertama, sebab jumlah industrinya besar serta terdapat dalam setiap sektor ekonomi.ke 2,Potensinya yang besar pada proses penyerapan energi kerja. Setiap unit investasi di sektor UMKM bisa membangun poly energi kerja Jika di tandingan dengan investasi yg sama pada usaha yg akbar.ketiga kontribusi UMKM pada pembentukan PDRB cukup signifikan

Pemerintah memberi perhatian yang sangat besar terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Tidak saja jumlah UMKM pada Indonesia mendominasi, namun pula UMKM bisa lebih bertahan asal terpaan krisis global . berbagai inisiatif selalu diusahakan sang pemerintah melalui pemerintah melalui Kementerian Negara Koperasi dan perjuangan kecil Menengah agar semakin banyak individu mau menekuni dunia wirausaha dalam bentuk pendirian UMKM. Perhatian pemerintah terhadap UMKM yg sangat akbar merupakan langkah strategis yg sempurna diperlukan bangsa Indonesia. Keseriusan kepedulian pemerintah terhadap UMKM menggunakan acara-program buat menumbuh kembangkan UMKM pada Indonesia. Meskipun dukungan pemerintah Indonesia sangat besar untuk menjadikan UMKM berhasil dan berkembang bukan berarti tanpa kendala Agenda percepatan pemulihan ekonomi dan memeperkuat landasan pembangunan berkelanjutan dan keadilan diwujudkan melalui pengembangan

sistem ekonomi kerakyatan berdasarkan keadilan dengan tetap memperhatikan pemanfaatan sumber daya manusia yang optimal dan pelestarian wirausaha mandiri.

Upaya untuk mendukung dari adanya kegiatan UMKM. Pemerintah melaksanakan suatu dukungan melalui suatu kebijakan-kebijakan supaya diinginkan menyampaikan masukan kepada UMKM supaya UMKM ini tidak berhenti pada tengah jalan. UMKM membuktikan sangat berkontribusi pada upaya peningkatan ekonomi bagi bangsa Indonesia. Secara Nasional peran UMKM menandakan adanya usaha yang konsisten untuk memberikan perkembangan yg pesat, faktanya ialah menunjukkan adanya kesempatan kerja yg pada ciptakan sang gerombolan dari UMKM itu sendiri.

UMKM artinya bagian asal perjuangan kecil untuk rakyat yg pada pendiriannya pada dasarnya inisiatif seorang, sebgaiian besar masyarakat berfikir UMKM itu ialah hanya memakai stacholdeer tertentu. UMKM sebernnya menunjukkan kiprah dalam mengurangi peningkatan angka pengangguran yang ada pada Indonesia, UMKM mempunyai kiprah dalam mengatasi pengangguran menggunakan memanfaatkan sumber daya alam yang berpotensi di suatu daerah yang dikelola menyeluruh. (Budi, 2011).

Undang-undang nomor 20 Tahun 2008, kriteria usaha Mikro kecil serta Menengah (UMKM), bisa dikelompokkan asal banyaknya aset dan omset yang dimiliki dari sebuah usaha. Adanya peningkatan jumlah asal UMKM yang terdapat pada kota Yogyakarta ini tidak tanggal dari peranan pemerintah dalam upaya berbagi UMKM galat satu UMKM yang terdapat pada Kota Yogyakarta yaitu

mempunyai peran pada upaya pengembangan potensi UMKM serta mengakibatkan jembatan dalam pemasaran suatu produk yang dilakukan oleh para anggotanya untuk bisa membentuk persaingan menggunakan produk negara lainnya caranya adalah mengikuti suatu pembinaan yg difasilitasi di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta tanpa pada pungut porto apapun, serta kurangnya pemanfaatan media sosial.

Kuantitas dari UMKM yang ada pada Kota Yogyakarta yang bergelut serta beranjak dibidang perindustrian kreatif selalu mencatat pertumbuhan yg sangat tinggi pada saat beberapa tahun yang kemudian. menggunakan demikian suatu kontribusi tersebut cukup kecil dibandingkan menggunakan struktur roda perekonomian Yogyakarta. Dinas Koperasi Kota Yogyakarta melakukan taktik pada menaikkan dan mengembangkan ekonomi masyarakat di Kota Yogyakarta, menggunakan melakukan kegiatan mengenai bagaimana sistem penjualan, baik melalui media sosial juga penjualan konvensional ataupun penjualan berkelompok. Tujuannya untuk peningkatan ekonomi masyarakat, terkhusus bagi pelaku-pelaku UKM, terkhusus lagi bagi yang berada di lorog- lorong. Usahan yang dilakukan UMKM di dasari tiga alasan yaitu 1. UMKM bertujuan buat membentuk lapangan kerja yang baru, 2. Adanya pemerataan pendapatan daerah juga Nasional, 3. Pengentasan kemiskinan. Hal ini, artinya suatu tantangan yang dialami oleh UMKM yg terdapat pada Kota Yogyakarta maka asal itu perlu adanya pemberdayaan UMKM yg lebih mengarahkan menggunakan meningkatkan suatu termin yg panjang yg dilakukan oleh pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah serta pengusaha Mikro menjadi pengusaha kecil. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti

untuk melihat sejauh mana acara kerja Pengembangan UMKM yang di lakukan Dinas Koperasi yg bekerjasama dengan UKM pada menyebarkan UMKM pada Kota Yogyakarta.

Hambatan lain juga yg di handapi pelaku UMKM pada Kota Yogyakarta adalah sedikitnya peluang pasar dan keikutsertaan yang akan terjadi produksi terhadap pameran-pameran daerah atau Nasional yang dimotori oleh pemerintah, tetapi yg terjadi pada UMKM pada Yogyakarta, dimana pemerintah selalu mengutamakan pelaku-pelaku UKM yang telah di kenal akrab, atau bisa dikatakan bahwa pemerintah selalu mengutamakan pelaku-pelaku UMKM yg telah dikenal akrab atau dapat dikatakan bahwa Pemerintah dalam mengirim pelaku UMKM buat ikut serta pada pameran hanya itu-itu saja, tanpa ada kesempatan bagi pemula untuk menampilkan hasil produksinya perjuangan Mikro,kecil dan Menengah yg selalu memiliki kesempatan akbar pada berbagi serta mengikutsertakan yang akan terjadi yang akan terjadi produksinya di pameran wilayah dan Nasional yg di bawah oleh pemerintah.

Jika kondisi ini tidak segera di benahi maka akan menurunkan daya saing usaha kecil itu sendiri. efek dari hal ini merupakan produk yang adalah produk yang di hasilkan oleh perjuangan kecil , pemula tidak mempunyaipeluang pasar serta sulit perkembangannya. Tentunya persalahan tadi memiliki dampak terhadap perekonomian rakyat pada Kota Yogyakarta. bukan perkara Klasik tadi merupakan maslaah yg mungkin juga terdapat di pelaku pada wilayah ysng lain, akan tetapi apabila dilema di atas permanen di abaikan begitu saja bukan tidak mungkin usaha kecil yg ada akan berkurang dan potensi alam yg berpindah berada pada kota

Yogyakarta , akan di manfaatkan oleh warga dariluar daerah. Dinas Koperasi dan UKM Kota Yogyakarta dalam memberikan taktik untuk berbagi UMKM serta belum sepenuhnya di rasakan kondisif oleh seluruh pelaku usaha kecil, meskipun dari tahun ke tahun terus di sempurnakan.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan diatas, munculnya masalah setelah pandemic covid melanda banyak umkm yang tidak berkembang dan tidak dapat meningkatkan hasil umkm mereka, sehingga penulis ingin melihat bagaimana strategi dari dinas koperasi kota Yogyakarta untuk mengembangkan umkm yang ada di kota Yogyakarta.Seperti yang kita tahu bahwasanya peran pemerintah sangat dibutuhkan oleh umkm untuk bangkit dipasca pandemic covid 19

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana Strategi Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Dinas Koperasi dan ukm Kota Yogyakarta Tahun 2020-2022?
2. Faktor-faktor apa yang berpengaruh pada Implementasi strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Dinas Koperasi dan ukm kota Yogyakarta tahun 2020-2022?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di kemukakan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Dinas Koperasi dan ukm Kota Yogyakarta tahun 2020-2022.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang berpengaruh pada implementasi strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Dinas koperasi dan ukm kota Yogyakarta tahun 2020- 2022.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah dikemukakan, maka manfaat dalam penelitian ini adalah

1.) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pengetahuan dalam pengembangan ilmu tentang strategi yang dilakukan pada Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah yang ada pada Kota Yogyakarta dalam menciptakan iklim usaha yang baik, pembautan informasi terpadu, pendirian pusat konsultasi, dan pembuatan sistem pemasaran dan mengetahui peran pemerintah dalam pengembangan umkm di Yogyakarta. Menyampaikan pemahaman bagi penelitian selanjutnya tentang ruang lingkup yang sama dimasa yang akan datang.

2.) Manfaat Praktis

Setelah penelitian yang dilakukan di harapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang Pengembangan UMKM yang ada di Kota Yogyakarta.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang Strategi Dinas Koperasi dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ini telah dilakukan penelitian oleh para peneliti. Berikut adalah penelitian terdahulu yang dijadikan acuan untuk memahami Strategi Pengembangan Dinas Koperasi.

Tabel 1.3 Tinjauan Pustaka

No.	Penulis	Judul dan Nama Jurnal	Hasil Penelitian
1.	Sundari Lathief et al., (2018)	Strategi Pemberdayaan UMKM Sektor Peternakan Ayam Organik (Studi Pada Koperasi Hidayah Sumatra Utara). Jurnal: Studi Ekonomi dan Bisnis Islam	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa berasal yang akan terjadi mendapatkan pemberdayaan yang dilakukan oleh koperasi Hidayah, ialah dengan memberikan pengetahuan dan pengawasan serta solusi pada pembudidayaan ayam organik di medan ialah kualitas bibit yang kurang baik, selain itu kurangnya sosialisasi yang dilakukan dan pemahaman masyarakat akan kesehatan juga mengakibatkan kegagalan dalam membudidayakan ayam oraganik di Kota Medan.
2	Abidin & Dharma, (2017)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. Jurnal Universitas Pamulang	Penelitian ini hasil yang di dapat peneliti adalah Strategi pengembangan UMKM Kota Tangerang Selatan oleh Dinas Koperasi dan UKM Tangerang Selatan sudah sangat cukup baik, Pengembangan UMKM yang selama ini Berbentuk pelatihan, bimbingan teknis maupun workshop kewirausahaan yang diikuti oleh para pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan sudah memberikan efek bagi beberapa pelaku UMKM, walaupun belum semua UMKM mampu mengimplementasikan apa yang sudah diberikan saat pelatihan yang diadakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan.

No.	Nama Penulis	Judul dan Nama Jurnal	Hasil Penelitian
3	Muhammad Bohori, (2017)	Peran Dinas Koperasi dalam Pengembangan UMKM Unggulan di Surabaya. Jurnal UIN Sunan Ampel Surabaya	Hasil penelitian tersebut penulis menemukan bahwa peran Dinas Koperasi sangat penting untuk pengembangan dan pembangunan dalam sektor ekonomi. Selain itu, dalam aspek permodalan harus lebih ditingkatkan karena dapat membantu pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya sengan membuat inovasi baru sesuai perkembangan zaman.
4.	Sulchan , (2018)	Analisis Strategi Dan Kebijakan Pemerintah Dalam Memberikan Stimulus Ekonomi Terhadap UMKM Terdampak Pandemi Covid-19 Jae: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi	Pandemi Covid-19 yang berdampak pada perekonomian global juga berdampak pada perekonomian domestik di Indonesia, khususnya bagi UMKM. Pemerintah telah memberikan bantuan untuk mengatasi hal tersebut. Kebijakan diringkas menjadi tiga stimulus yaitu fiskal, nonfiskal, dan stimulus ekonomi.

No.	Nama Penulis	Judul dan Nama Jurnal	Hasil Penelitian
5	Yudhistira, (2019)	Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat Dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Jurnal UIN Sumatra Utara	Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa strategi-strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat untuk mengembangkan UMKM adalah strategi perkuatan yang di implementasikan dengan program kerja pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dengan melakukan promosi produk, strategi pemberdayaan yang diimplementasikan dalam program kerja pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif.
6	(Pudyastuti & Saputra, 2021)	Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Medan Di Masa Pandemi Covid 19 INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia	Untuk dapat mengoptimalkan potensinya, UMKM harus memiliki kualitas strategiyang tepat, serta didukung oleh kebijakan pemerintah. Beberapa masalah yang sering dihadapi UMKM adalah ketersediaan modal, pemasaran, kurangnya pengetahuan dan rendahnya kualitas sumber daya manusianya. Pengetahuan yang dimiliki sumber daya manusia merupakan faktor penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan.
7	Andi Amri, (2020)	Dampak Covid- 19 Terhadap UMKM Di Indonesi. Jurnal Universitas Kusuma Surabaya	Hasil penelitian ini dijelaskan sejak kemunculan covid-19 pada akhir tahun 2019 lalu dampak keterlambatan ekonomi global mulai dirasakan dalam negeri, mulai dari harga minyak bumi yang menurun, bursa saham yang terjun bebas, serta harga komoditas lain seperti gas dan minyak sawit diperkirakan juga akan mengalami tertarik ke bawah bila permintaan tidak segera pulih seperti sediakala. selain terdapat pada pangan industri pariwisata juga ikut terdampak, ketua tourism board bali Ida Bagus Agung Partha Adnyana mengatakan 40.000 pembatalan hotel dengan kerugian mencapai Rp1 triliun setiap bulan telah dialami destinasi wisata Bali

No.	Nama Penulis	Judul dan Nama Jurnal	Hasil Penelitian
8.	(Purwasih et al., 2021)	Pemberdayaan Melalui Pelatihan Pemasaran Produk UMKM Omah Jenang Blitar di Masa Pndemi Covid 19. Jurnal ABDIMASA Pengabdian Masyarakat.	Akibat dari adanya pandemi, salah satu UMKM mengalami penurunan pendapat. Oleh karena itu, Perlu penguatan strategi, pemasaran produk UMKM. Rencanatersebut bertujuan untuk memberikan solusi strategi pemasaran yang dapat memulihkan perekonomian masyarakat. Hasilnya, UMKM Omah Jenang semakin dikenal masyarakat, dan produk tersebut laku di pasaran
9.	Ratna Dewanti, (2021)	Strategi Perencanaan Keuangan Untuk Penjualan Dan Pajak Umkm Di Masa Pandemi BERNAS;Jurnal Pengabdian kepada masyarakat	Stategi dalam menyelamatkan UMKM yaitu meningkatkan pengetahuan digital dan teknologi, peningkatan pengetahuan tentang perencanaan keuangan, pemahaman terhadap kebijakan pemerintah tentang pajak UMKM di masa pandemi, peningkatan penggunaan media sosial dan inovasi dalam menajalankan usaha.

No.	Nama Penulis	Judul dan Nama Jurnal	Hasil Penelitian
10.	Iqbal Fauzi, (2020)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Kasus Pada UD. Genteng Press Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas). Jurnal Universitas Muhammadiyah Sidoarjo	Hasil penelitian terdahulu tersebut menyampaikan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan UD. Genteng Press Super Soka Masinal ialah meningkatkan pasar, meningkatkan kualitas layanan pelanggan, dan menetapkan harga.
11.	Sembiring, H.A., Nastution, W.A. (2022)	Pemulihan Perekonomian UMKM Kota Medan Pasca Pandemi Covid-19. Jurnal Stimsukma medan	Penelitian ini menjelaskan terdapat program dukungan dari Pemerintah Kota Medan terhadap pelaku UMKM seperti penundaan angsuran pokok dan bunga bagi UMKM, memberikan dana insentif daerah, stimulus modal kerja darurat khusus bagi UMKM yang terdampak <i>Covid-19</i> dan terdapat bantuan produktif berupa tunai dari pemerintah untuk pelaku UKM
12.	Dani sugiri, (2020)	Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. Jurnal Stie Putra Bangsa	Hasil dari penelitian tersebut Keberhasilan suatu kebijakan penyelamatan UMKM dari dampak pandemi Covid-19 perlu di dukung dengan strategi jangka pendek dan jangka panjang untuk menjaga kesinambungan UMKM yang merupakan pelaku perekonomian Indonesia.

No.	Nama Penulis	Judul dan Nama Jurnal	Hasil Penelitian
13.	Devi Chairiza, (2019)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Yogyakarta (Studi Kasus Hadi Sukirno Leather work and Handycraft). Jurnal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Hasil penelitian tersebut ialah Hadi Sukirno Leather work and Handycraft menerapkan beberapa strategi untuk mengembangkan usahanya melalui pengembangan teknologi dengan menerapkan sistem digitalisasi dengan menggunakan google project, strategi inovasi dan kreasi produk, strategi promosi dengan menggunakan personal selling dan media online, strategi penjualan dengan melakukan openLeather work and Handycra reseller, dan strategi distribusi dengan menggunakan kurir dari Hadi Sukirno Leather
14.	Suardi, (2019)	Strategi pengembangan dan pemberdayaan UKM Tanjungbalai. Jurnal Darmawangsa	Hasil penelitian menunjukkan permasalahan yang dihadapi UMKM di Yogyakarta, antara lain: (1) pemasaran; (2) permodalan dan permodalan; (3) inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi. (4) Penggunaan bahan baku; Peralatan produksi; Penyerapan tenaga kerja dan (7.)pemberdayaan; Rencana pengembangan bisnis; (8) Mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Oleh karena itu, strategi utamanya adalah strategi pertumbuhan (growth) Usaha kecil menengah menengah di Kota Tanjung Bal Lai dapat mengatasi permasalahan yang muncul dalam pengembangan usaha kecil dan menengah di Kota Tanjung J Lai dengan menggunakan strategi yang bertumpu pada pengambilan Memanfaatkan peluang yang ada Sementara mengadopsi strategi ini dengan memanfaatkan kelemahan yang ada, strategi WT berfokus pada kondisi ekonomi secara umum sebagai dasar untuk rencana masa depan pengembangan bisnis UMKM.

No.	Nama Penulis	Judul dan Nama Jurnal	Hasil Penelitian
15.	Muhammad farid'Said, (2017)	Kajian Di kantor KOPERINDAG Kabupaten Malos tentang isu penguatan strategi usaha kecil dan menengah (studi kasus di bidang perdagangan). Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis	Penelitian menunjukkan hasil bahwa tahapan partisipasi menunjukkan derajat partisipasi masyarakat dalam rencana atau kegiatan yang dilaksanakan oleh Koperindag Kab. Marros sangat tinggi. Peserta UMKM menunjukkan minat dan partisipasi yang besar dalam setiap acara pelatihan / sosialisasi yang diadakan, yang menandai poin ini. Pada saat yang sama, fase pembebasan menunjukkan bahwa pada fase ini.

Dapat dilihat dari penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas sebagian besar merujuk pada respon dan partisipasi masyarakat dalam memberdayakan UMKM yang dikelolanya, Sedangkan penelitian ini yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi Di dinas Koperasi Kota Yogyakarta lebih berfokus pada strategi yang dihadirkan oleh pemerintah di dinas koperasi kota Yogyakarta dalam melakukan monitoring serta pengembangan UMKM yang ada di Kawasan kota Yogyakarta.

F. Kerangka Dasar Teori

1. Strategi

Ialah suatu tindakan yang sewaktu-waktu bisa meningkat dan berkembang dilakukan sesuai sudut pandang pelanggan yg diperlukan dimasa yg akan tiba. taktik akan dimulai asal apa yg bisa terjadi bukan dimulai asal apa yg terjadi. Terjadinya akan kecepatan berasal sebuah penemuan pasar yg baru dan perubahan konsumen yang akan memerlukan kompetensi inti (core competencies). strategi merupakan suatu tindakan yg terkoordinasi serta terintegrasi, untuk mendayagunakan kompetensi inti dan memperoleh keunggulan bersaing. dari (Rusadi & Wedayanti, 2019) taktik artinya sebuah tindakan aksi atau aktivitas yang dilakukan sang seorang atau perusahaan untuk mencapai target atau tujuan yg sudah di memutuskan. kemudian menurut (Budiono, 2019) strategi bisa didefinisikan sebagai suatu tindakan atau reaksi terhadap situasi lingkungan eksklusif yang dapat dianggap krusial, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. strategi dirancang dengan sangat matang sebagai akibatnya kentara aktivitas apa yg akan dilaksanakan demi mencapai tujuan. Pendapat lain disampaikan oleh Sarwoto Wijoyo Latisuro (Latisuro, 2016) taktik diartikan menjadi suatu *planning* yang disusun oleh manajemen untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi: tujuan,

kebijakan, dan tindakan yg wajib dilakukan sang suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi serta menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif dapat diukur dengan cara daya saing yang strategis dan profitabilitas tinggi. Merupakan salah satu fungsi kemampuan didalam perusahaan untuk menggunakan dan mengembangkan kompetensi inti baru lebih cepat dibandingkan meniru pesaing pada saat ini.

Menurut (Sutrisno, 2020) strategi adalah sarana umum untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis mencakup berbagai ekspansi, yaitu akuisisi, penetrasi, likuidasi, usaha patungan atau joint venture, dan pengembangan produk. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan pengambilan keputusan manajemen puncak atas sumber daya perusahaan yang sangat besar. Strategi adalah tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau individu untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan. Strategi berasal dari analisis lingkungan eksternal dan internal, dan juga diperlukan untuk merumuskan dan menerapkan strategi yang efisien. Strategi dapat diartikan sebagai proses penentuan dan pencapaian tujuan organisasi serta pelaksanaan misinya, dari situ terlihat bahwa manajer berperan aktif.

Strategi Aktivitas atau aktivitas yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk menjaga agar bisnis tetap berjalan, beroperasi dan menghasilkan keuntungan. Dari segi etimologi, Strategy berasal dari turunan bahasa Stretegos, yang berarti "komandan militer" di era demokrasi Athena. Awalnya istilah ini digunakan hanya untuk keperluan militer tetapi kemudian berkembang menjadi berbagai bidang seperti strategi bisnis, olahraga, ekonomi, pemasaran, perdagangan manajemen strategis dll.. Menurut Itami strategi merupakan penentuan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengordinasikan aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah. Strategi

mengatakan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dan jenis organisasi seperti apa yang hendak dijalankan (PATTISAHUSIWA, 2021)

Berdasarkan pendapat dari para ahli dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu cara untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh individu atau kelompok. Perumusan strategi dilakukan secara matang dengan mempertimbangkan banyak hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan dari strategi tersebut. Strategi juga bisa dikatakan sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan tertentu.

a. Tahapan Strategi

Menurut Bambang Hariadi (2005) beberapa langkah dalam merumuskan strategi:

A. Perumusan

- 1) Tahap pertama ini meliputi analisis lingkungan internal dan eksternal yaitu penerapan visi, misi, perencanaan dan tujuan dari strategi.
- 2) Perumusan strategi adalah proses mempersiapkan langkah-langkah ke depan untuk mewujudkan visi dan misi, yang merupakan tujuan strategis untuk memberikan nilai terbaik.
- 3) Identifikasi lingkungan yang akan ditempuh, tentukan misi untuk mencapai visi yang diinginkan dalam lingkungan tersebut.
- 4) Menentukan target dan tujuan strategi.
- 5) Pemimpin memulai dengan menentukan dalam visinya apa yang menjadi tujuannya dan misi apa yang harus dilakukan sekarang untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

B. Pelaksanaan

Setelah fase pengembangan strategi, fase implementasi strategi adalah fase strategi penting lainnya. Implementasi strategi adalah proses di mana strategi

dan kebijakan diimplementasikan melalui pengembangan struktur pengembangan program, anggaran, dan prosedur implementasi. Implementasi strategi merupakan fase yang paling sulit dari proses strategi karena banyak faktor yang mempengaruhi implementasi.

C. Analisis SWOT

Rangkuti (2013), Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi pada suatu perusahaan atau untuk mengevaluasi produk sendiri atau pesaing. Analisis SWOT juga dapat diartikan sebagai suatu metode untuk membentuk strategi suatu perusahaan atau organisasi sebagai suatu unit bisnis. SWOT adalah singkatan dari Strength (S), Weakness (W), Opportunities (O), dan Threats (T) yang memiliki arti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman/tantangan. Analisis ini secara sistematis dapat membantu mengidentifikasi faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan.

Sedangkan faktor eksternal meliputi peluang (opportunities) dan tantangan (threats). Analisis ini mampu mempertimbangkan semua kemungkinan yang muncul dan melihat semua kemungkinan yang ada. Oleh karena itu, perencanaan dapat terukur dan efektif. Ini digunakan untuk membuat rencana untuk mencapai tujuan tertentu dalam jangka pendek dan panjang.

D. Jenis strategi

Menurut David dalam (Hapsari et al., 2008) strategi dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu :

- 1) Strategi integrasi, strategi integrasi merupakan strategi yang dilakukan perusahaan agar dapat mendapatkan pengawasan yang lebih terhadap

distributor, pemasok, dan para pesaing baik melalui merger, akuisisi, atau membuat perusahaan sendiri

- 2) Strategi intensif yaitu sebuah strategi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan tertentu dengan mengedarkannya secara eceran atau bisa disebut dengan langkah retail. Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.
- 3) Strategi diversifikasi adalah strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara memperluas perusahaan sehingga membuka beberapa unit bisnis atau anak perusahaan baru baik dalam lini bisnis yang sama dengan yang sudah ada maupun dalam unit bisnis yang berbeda dengan bisnis inti perusahaan.
- 4) Strategi Defensif adalah strategi promosi yang mengupayakan atau mengarahkan konsumen pada produk yang dibuat oleh suatu perusahaan.

E. Peranan Strategi

Dalam suatu organisasi atau perusahaan, strategi mempunyai andil yang sangat besar agar tercapainya tujuan, sebab strategi adalah arah tindakan dan cara tindakan itu harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Budio (Budio, 2019) strategi memiliki 3 peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu :

- 1) Strategi sebagai pendukung keputusan. Strategi sebagai elemen untuk mencapai keberhasilan. Strategi adalah bentuk atau tema yang menyediakan hubungan yang koheren antara keputusan yang dibuat oleh individu atau organisasi.

- 2) Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi. Salah satu peran penting dari metode koordinasi dan komunikasi adalah untuk memastikan arah yang sama pada perusahaan.
- 3) Strategi sebagai tujuan, Konsep strategi digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan di mana perusahaan akan berada di masa depan.

Proses dan Tahapan Manajemen Strategi, Menurut David (2011:6) menjelaskan bahwa proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

a. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal pada manajemen strategi, yang mencakup mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

b. Implementasi Strategi (*Strategy Implemented*)

Implementasi strategi adalah tahap selanjutnya sesudah perumusan strategi yang ditetapkan. Penerapan strategi ini memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang dalam mengambil keputusan untuk menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan budget, mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi.

c. Evaluasi Strategi (*Strategy Evaluation*)

Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategis. Manajer sangat membutuhkan untuk tahu kapan strategi tertentu tidak bekerja dengan baik, Evaluasi strategi adalah alat utama untuk memperoleh informasi ini. Hal tersebut dapat dilakukan dengan penilaian atau melakukan proses evaluasi strategi. Dalam penilaian strategi terdapat tiga aktivitas penilaian yang mendasar, yaitu: Peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini, Pengukuran kinerja, dan 3). Pengambilan langkah korektif. Penilaian strategi sangat diperlukan oleh suatu perusahaan karena strategi yang berhasil untuk saat ini tidak selalu berhasil untuk di masa yang akan datang.

2. Pengembangan UMKM

Kata Pengembangan yang dikemukakan oleh J.S.Bbadudu sebagai yang tertera dalam kamus besar bumum bahasa indonesia mengandung arti sebagai hal, cara, atau hasil mengembangkan; sedangkan mengembangkan sendiri beberati membuka, menunjukkan, menajadi maju, dan bertambah baik.

Adapun definisi lainnya tentang pengembangan menurut kamus besar bahasa indonesia adalah sebagi berikut; Pengembangan adalah suatu proses cara perbuatan mengembangkan, sedangkan mengembangkan merupakan perintah selalu berusaha di pembangunan secara bertahap dan teratur yang menjurus pada sasaran yang di kehendaki. Adapun pendapat dari amin bijaja tunggal yang di kutrip dadri Wijayanti mengenai pengembangan ialahh pengembangan merupakan suatu usaha organisasi untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang mengacu pada kemampuan meningkatkan daya tangap terhadap daya tahan lingkungan untuk mencapai efesiensi dan efektifitas. Sedangkan pada rencana strategis kementrian Koperasi dan Ukm Republik Indonnesia, strategi yanmg diambil oleh pemerintah pusat dalam upaya pengembangan UMKM adalah membentuk tiga strategi Kebijakan yaitu:

- a. Strategi Penguatan ialah strategi yang bertujuan untuk memperkuat jalannya usaha sektor UMKM agar keberadaannya dapat selalu eksis dan bertahan di tengah perkembangan zaman
- b. Strategi Pemberdayaan ialah strategi untuk melakukan usaha-usaha dalam rangka memperdayakan segala sumber daya yang mendukung ke eksistensian pada sektor UMKM.
- c. Strategi Perlindungan ialah strategi yang dimaksudkan untuk melindungi jalannya UMKM, agar hambatan – hambatan dalam perjalanan usahanya dapat diminimalisir.
- d. UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh perorangan atau pelaku usaha tanpa intervensi dari lembaga lain, dan apabila pelaku usaha tersebut bukan merupakan bagian dari anak perusahaan atau anak perusahaan yang sudah dimiliki, atau menjadi bagian langsung dari perusahaan kecil atau besar. (Kartawinata et al., 2020) UMKM adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan di atur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasal 1, bahwa usaha mikro adalah usaha produktif usaha milik warga negara Indonesia, baik perseorangan maupun berbadan hukum, yang memiliki kriteria yang telah diatur dalam undang-undang tersebut. Menurut Hastuti (Sutrisno, 2020) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yaitu :

1. Usaha Mikro

Usaha mikro adalah rumah tangga industri dan niaga perseorangan yang bertipe produksi atau rumah tangga industri dan niaga perorangan yang memenuhi standar usaha mikro. Usaha mikro umumnya memiliki 1-4 karyawan. Usaha mikro Indonesia berkembang pesat, dan banyak

pengusaha juga mendirikan usaha mikro dan mikro, yang dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha produktif mandiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha, tidak dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan, dan biasanya berjumlah sedikitnya 1-7 pekerja kecil. Ini juga dapat diartikan sebagai usaha kecil yang merupakan bagian dari perusahaan ekonomi yang mandiri atau terpisah.

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah merupakan usaha dalam ekonomi produktif bukan dari cabang usaha utama atau perusahaan pusat serta menjadi bagian secara tidak langsung maupun secara langsung bagi usaha kecil dan usaha besar. Usaha menengah mempunyai jumlah tenaga kerja biasanya berjumlah 20-99 orang. Dan harus mempunyai kekayaan perusahaan yang diatur oleh undang-undang. Adanya dengan usaha menengah akan lebih membuat ekonomi di Indonesia lebih meningkat lagi, banyaknya pebisnis yang ikut masuk dalam pasar di Indonesia yang membawa dampak baik.

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Menurut UU No 20 tahun 2008 pasal 1 Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

- 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.

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 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Kriteria usaha mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil yaitu 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 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 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 atau 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).

Lebih lanjut kriteria modal usaha UMKM terbaru berdasarkan pasal 35 ayat (3) PP 7 tahun 2021 adalah : Usaha Mikro mempunyai modal usaha hingga dengan paling banyak Rp 1.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha Kecil mempunyai modal lebih dari Rp1.000.000.000,00 – Rp5.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha Menengah mempunyai modal usaha Rp5.000.000.000,00 - Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat

usaha.

Kriteria hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) ialah : Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan Paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah); 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); dan 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).

G. Definisi konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang dipakai oleh peneliti dalam menentukan ruang lingkup suatu masalah yang nantinya akan dijadikan variable dalam proses penelitian. Konsep tersebut nantinya akan penulis jadikan sebagai pedoman dalam mengoperasionalkannya di lapangan, yang selanjutnya dapat memudahkan dan mengkontekstualisasikan teori yang digunakan. Oleh karena itu, maka ditentukan beberapa definisi konseptual yang berhubungan dengan yang akan diteliti, antara lain:

1. Strategi adalah suatu cara atau tindakan yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu .
2. Pengembangan adalah upaya Yang dilakukan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha mikro,kecil dan menengah melalui pemberian fasilitas,bimbingan,pendampingan, bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing umkm.
3. UMKM adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga.

H. Definisi Operasional

Definisi Operasional Definisi operasional merupakan penjelasan maksud dari istilah yang menjelaskan secara operasional Definisi operasioc digunakan. Mengenai penelitian yang akan dilaksanakan. berisi penjelasan mengenai istilah- istilah yang dalam penelitian. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Komaruddin (1994: 29) yang dikutip dalam (Sugiarto, 2016) bahwa, "Definisi istilah adalah pengertian yang lengkap tentang sesuatu istilah yang mencakup semua unsur yang menjadi ciri utama istilah itu". Definisi operasional digunakan untuk memberikan pengertian yang operasional dalam penelitian. Definisi ini digunakan sebagai landasan dalam merinci kisi-kisi instrumen penelitian. Nazir (1999:152) yang dikutip dalam (Aedi, 2018). mengemukakan sebagai berikut:

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasionalisasi yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tertentu. Definisi operasional digunakan untuk menyamakan kemungkinan pengertian yang beragam antara peneliti dengan orang yang membaca penelitiannya. Kesiapan program dalam rangka membangkitkan ekonomi bagi pelaku umkm Merupakan suatu aspek yang terpenting dalam menunjang peningkatan pendapat nasional agar mengalami stabilitas Kembali. Keterlibatan UMKM menjadi salah satu factor keberhasilan padaa pertumbuhan ekonomi (Kementriaan Investasi, 2017)

Tabel 1.4 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Parameter
	a. Strategi Peningkatan	- Akses kemudahan dalam mendapatkan modal.

Strategi pengembangan UMKM	kemampuan Finansial	<ul style="list-style-type: none"> - Bantuan modal pemerintah bagi UMKM
	b. Strategi Pengembangan sumber daya manusia	<ul style="list-style-type: none"> - Pengontrolan dan perkornasian pemerintah - Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan umkm
	c. Strategi Pengembangan Pasar	<ul style="list-style-type: none"> - Media saluran promosi produk. - Perlindungan pasar

I. Metode Penelitian

a.) Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti artinya penelitian kualitatif secara deskriptif. Penelitian kualitatif dipergunakan menjadi strategi buat mengumpulkan jawaban yg diberikan sang responden guna menjawab permasalahan yg akan diteliti. Penelitian kualitatif secara deskriptif ialah metode penelitian yg mendeskripsikan atau menjabarkan suatu kenyataan yg diteliti (baik itu suatu peristiwa atau tindakan) menjadi kata-istilah (pelukisan). Metode penelitian ini dipilih sebab lebih praktis pada mendiskripsikan, menjabarkan serta mengungkapkan akibat penelitian, terutama sebab data-data yang diperoleh asal wawancara terhadap narasumber, sebagai akibatnya akibat penelitian akan bisa dipahami dengan jelas dan mudah oleh pembaca. Menurut Moleong (2005:4), pendekatan deskriptif kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan tidak terdaoat angka. Data-data tersebut diperoleh nantinya dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto atau video, dokumentasi pribadi, catatan atau memo dan dokumentasi

lainnya. Pendekatan yang peneliti ambil berupa deskriptif yang mana seluruh data dan proses analisis akan memperlihatkan Bagaimana Strategi yang dilakukan dalam mengembangkan UMKM di Kota Yogyakarta. Adapun macam-macam jenis data sebagai berikut.

a) Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer yang mana semua informasi mengenai konsep penelitian dan seluruh hal yang terkait didalamnya yang diperoleh secara langsung dari unit analisa yang dijadikan sebagai objek penelitian. Menurut (Rahmadi, 2011) Data primer (primary data) adalah suatu objek atau dokumen original material mentah dari pelaku yang disebut first hand information.

Dalam penelitian ini yang berjudul strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah pasca pandemic di dinas koperasi kota Yogyakarta yang menjadi data primernya adalah kepala dinas koperasi kota Yogyakarta.

Tabel 1.2 Data Primer

No	Nama Data	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1	Strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Yogyakarta dalam mengembangkan UMKM	Kepala Bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	Wawancara
2	Strategi Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dalam mengembngkan UMKM	Kepala Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta	Wawancara
3	Implementasi pengembangan UMKM Pasca pandemic covid19	Pelaku UMKM	Wawancara

4	Implementasi pengembangan UMKM Pasca pandemic covid19	Pelaku UMKM	Wawancara
5	Implementasi pengembangan UMKM Pasca pandemic covid19	Pelaku UMKM	Wawancara
6	Implementasi pengembangan UMKM Pasca pandemic covid19	Pelaku UMKM	Wawancara
7	Implementasi pengembangan UMKM Pasca pandemic covid19	Pelaku UMKM	Wawancara
8	Implementasi pengembangan UMKM Pasca pandemic covid19	Pelaku UMKM	Wawancara
9	Implementasi pengembangan UMKM Pasca pandemic covid19	Pelaku UMKM	Wawancara
10	Implementasi pengembangan UMKM Pasca pandemic covid19	Pelaku UMKM	Wawancara

b) Data Sekunder

Dalam penelitian ini yang berjudul strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah pasca pandemic yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini berasal dari dokumentasi beberapa sumber seperti jurnal, laporan, berita, catatan, dan data sekunder lainnya yang relevan dengan penelitian yang dilakukan

d. Lokasi atau Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk

memperoleh data-data yang diperlukan dan tempat yang menjadi situasi sosial tersebut akan diteliti. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Kantor Dinas Koperasi kota Yogyakarta Walikota Yogyakarta, Jl. Kenari No.56, Muja Muju, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55165. Peneliti memilih Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Yogyakarta sebagai objek dalam penelitian ini dengan alasan karena penulis melihat besarnya potensi UMKM di Kota Yogyakarta, yang mampu meningkatkan perekonomian daerah. Hal tersebut tidak terlepas dari campur tangan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota sebagai perantara pemerintah dalam membina dan mengembangkan potensi UMKM di Kota Yogyakarta dengan strategi yang diterapkan.

b.) Unit Analisa Data

Unit analisis data dalam penelitian ini adalah dinas Perindustrian Koperasi Usaha Kecil Menengah Kota Yogyakarta dan juga pelaku UMKM

c.) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian Kualitatif yaitu berupa wawancara, observasi, serta dokumentasi. menurut (Pujaastawa, 2016) yakni

1. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data menggunakan sistem tanya jawab antara peneliti menggunakan informasi penelitian tujuan berasal wawancara yaitu menghubungkan kejadian yg terjadi, sesuatu kegiatan serta tuntutan yg diinginkan suatu organisasi. pada melakukan wawancara peneliti memanfaatkan alat bantu berupa gambar, recorder, dan indera pendukung lainnya. kejadian yg terjadi, sesuatu kegiatan serta tuntutan yg diinginkan suatu organisasi. dalam melakukan wawancara peneliti memanfaatkan alat bantu berupa gambar, recorder, dan alat pendukung lainnya.

2. Dokumentasi dalam hal ini dalam bentuk tulisan ataupun gambar dari seseorang. Dokumen dalam bentuk goresan pena misalnya peraturan serta kebijakan. Dokumentasi merupakan salah satu pelengkap berasal metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. yang akan terjadi Observasi serta wawancara akan lebih pada percaya Jika di dukung menggunakan bukti dokumentasi

d.) Teknik Analisis Data

Menurut (Rijali, 2018) Dalam teknik analisis data ada 4 teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif diantaranya sebagai berikut: Ada 4 Teknik analisa data, yang digunakan sebagai indikator dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data peneliti melakukan dengan memfokuskan yang akan terjadi penelitian pada hal yang dianggap penting sang peneliti. Tujuannya ialah supaya praktis tahu suatu data yang peneliti kumpulkan sebelumnya, asal data yang ditemukan pada tempat penelitian/lapangan, yg lalu disatukan dan dipilah berdasarkan mengelompokan yang sesuai berasal aspek suatu persoalan yg diamati pada penelitian
2. Penyajian Data ialah sekelompok data info perihal dekriptif atau gambaran yg bisa menyampaikan penjelasan pada peneliti yg bersifat menyeluruh. Data ini dibuat dan disusun secara penekanan, mendalam, rinci, serta jelas supaya praktis tahu suatu ilustrasi dari aspek pertarungan yg diteliti yg bersifat menyeluruh serta secara total. hasil reduksi data disusun dan tersaji pada bentuk teks narasi-naratif. Peneliti melakukan pengumpulan data yg sudah melalui reduksi buat menggambar kejadian yg terjadi di waktu dilapangan. Catatan-catatan penting pada lapangan, lalu tersaji pada bentuk teks deskriptif buat mempermudah

pembaca tahu secara simpel. aktivitas lanjutan peneliti pada display data adalah data yg didapat tersaji pada bentuk table dengan tujuan buat menggabungkan gosip yang tersusun pada bentuk yang padu.

3. Kesimpulan ialah termin terakhir dalam menganalisis data. Data pada uji keabsahannya melalui validitas internal yaitu aspek kebenaran, validitas eksternal yaitu penerapan, reliabilitas yaitu konsistensi serta obyektifitas. Data yang telah teruji selanjutnya data tersebut disimpulkan. penarikan kesimpulan artinya tahap mencari arti, makna serta menyebutkan lalu disatukan supaya praktis dipahami sesuai tujuan penelitian