

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Covid – 19 merupakan virus yang menyerang saluran pernafasan, virus ini pertama kali dideteksi di Wuhan, China dan telah menyebar luas di berbagai negara termasuk Indonesia. Indonesia menjadi salah satu yang terdampak oleh virus covid-19, Indonesia merupakan negara berkembang yang mengalami keterpurukan akibat adanya covid-19. Pekerjaan masyarakat Indonesia menjadi imbas dari adanya virus ini, banyak masyarakat yang harus kehilangan pekerjaan karena perusahaan bangkrut atau mengurangi karyawan hal ini terjadi karena adanya aturan dari pemerintah untuk work from home. Kebijakan yang dibuat mendadak dikarenakan hal yang tidak terduga membuat semua aktivitas berubah secara drastis hingga berdampak besar pada pelaku UMKM.

Pandemic covid-19 menambah tingkat pengangguran di Indonesia. Selain itu pandemic juga banyak sekali membawa perubahan di dalam kehidupan, perekonomian menjadi salah satu yang berdampak besar dalam hal ini, banyaknya pengangguran akibat kurangnya lapangan pekerjaan Indonesia sudah cukup menjadi sebuah beban ditambah lagi saat Indonesia berada di situasi pandemic covid-19 yang mana hal ini berdampak pada kurangnya lapangan pekerjaan yang tersedia. (MAHENDRA et al., 2021)

Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah merupakan lembaga yang membantu masyarakat dalam memperbaiki perekonomian dan membantu UMKM untuk

Kembali bangkit dari pandemic covid-19 melalui pembinaan terhadap UMKM. Salah satu tugas Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah adalah melakukan pemberdayaan terhadap pelaku UMKM. Hal ini merupakan sebuah upaya untuk mewujudkan UMKM dalam kekuatan ekonomi yang bisa mensejahterakan masyarakat. Undang- undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah pasal 1 ayat 8 mengatakan pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat dalam bentuk penumbuhan iklim usaha, membina usaha kecil sehingga mampu untuk berdiri sendiri dan mandiri.

UMKM merupakan tempat yang bisa menyerap tenaga kerja dan menaikkan pendapatan masyarakat. Yogyakarta yang terkenal sebagai kota pelajar merupakan kota yang Sebagian penduduknya adalah mahasiswa yang merantau untuk mengenyam Pendidikan, tidak jauh dari julukannya di kota Yogyakarta banyak berdiri universitas terbaik dan menjadi daya tarik untuk melanjutkan Pendidikan, selain itu pariwisata di Yogyakarta sangat banyak mulai dari wisata alam, wisata edukasi, sampai dengan wisata kuliner. Yogyakarta yang terkenal sebagai kota dengan keistimewaan tentunya mengundang wisatawan baik itu dari dalam negeri maupun luar negeri. Melihat dari potensi yang ada di Yogyakarta Pelaku UMKM memiliki peluang yang sangat besar dalam meningkatkan taraf hidup, tentunya dengan usaha yang kreatif, inovatif memiliki nilai jual dan menarik wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. (Wardani et al., 2016)

Yogyakarta yang merupakan kota wisata menghadirkan banyaknya UMKM yang menggantungkan mata pencahariannya melalui produk yang dijual kepada

wisatawan yang berkunjung di Yogyakarta. Namun, sejak hadirnya pandemic covid-19 para pelaku UMKM mulai merasa terpuruk, terlebih hadirnya kebijakan untuk mengurangi aktivitas diluar ruangan serta penutupan tempat wisata bahkan penggunaan transportasi umum yang memiliki aturan ketat membuat kota Yogyakarta sepi dari kunjungan wisatawan hal ini juga berdampak terhadap UMKM.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan bisnis membuat sebuah produk dari hasil kreativitas dan inovasi yang menghasilkan nilai jual. Usaha bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga atau badan usaha kecil. Saat ini banyak sekali pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjual produk olahan rumah yang di kemas dengan menarik. Menurut peraturan pemerintah No 7 tahun 2021 tentang pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha untuk memperbaiki ekonomi masyarakat, masyarakat yang kreatif akan membuat produk yang bernilai jual tentunya untuk menarik perhatian pembeli, UMKM harus memiliki kreativitas dan inovasi agar produk yang di jual bisa menarik minat pembeli. Selain itu perlunya memperhatikan sasaran produk tersebut untuk siapa akan mempengaruhi penjualan.

Pemerintah memiliki peranan yang penting dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk bangkit dari keterpurukan pasca pandemic covid-19. Adapun hal yang dilakukan oleh pemerintah ialah memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM dalam berbagai hal seperti pelatihan management marketing penjualan. Management marketing penjualan sangat dibutuhkan oleh

pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), sebagai pelaku usaha, menajamen pemasaran produk dibutuhkan untuk mencapai sasaran pembeli, kegiatan pemasaran tentunya menuntut pelaku usaha untuk memberikan kepuasan kepada konsumen agar konsumen merasa puas dan memiliki penilaian yang baik. Pemilihan konsep pemasaran dalam menjual produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus tepat sasaran agar bisa bersaing dengan UMKM yang lainnya. Terlebih saat ini banyak sekali UMKM yang terdampak akibat adanya pandemic covid-19, namun semakin banyaknya UMKM pelaku usaha semakin dituntut untuk bisa menghasilkan produk yang baik dan bisa bersaing ditengah pandemi covid-19. Pemerintah melalui Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah memiliki program dan strategi yang bisa membantu Usaha Mikro Kecil dan Menengah bangkit dan tetap bertahan di masa pandemi, serta memiliki daya saing dalam menjual produk kepada konsumen. Pemerintah juga mempunyai data UMKM yang rutin dilakukan pengecekan, data yang dimiliki oleh pemerintah di bagi sesuai dengan golongan agar pemerintah dengan mudah menempatkan pelatihan dan program apa yang cocok untuk UMKM tersebut. (Prabowo Setiawan & Syafirullah, 2018)

Badan Pusat Statistik (BPS) melakukan survei dampak covid-19 terhadap UMKM, pada tanggal 10-26 Juli 2020 dengan jumlah responden sebanyak 34.559 yang terdiri dari 6.821 usaha mikro besar dan 25.256 usaha mikro kecil serta 2.482 pertanian. Dari hasil survei Badan Statistik Mengatakan covid-19 memukul dunia usaha dan menyebabkan penurunan pendapat.

Perekonomian yang baik adalah tujuan bangsa Indonesia, hadirnya pandemic covid-19 tentunya membawa banyak dampak terkhusus bagi perekonomian masyarakat Indonesia. Masyarakat yang menggantungkan hidup kepada penghasilan UMKM memerlukan peran serta pemerintah dalam strategi upaya bangkit dari pandemi covid-19. Pandemi yang tidak ada kepastian membuat pemerintah harus memiliki strategi untuk bisa mempertahankan UMKM, seperti melakukan pelatihan penggunaan media social. Hal ini sangat penting karena dimasa pandemi, semua orang memiliki keterbatasan yang mana UMKM bisa bertahan dengan menjual produk melalui media social, sayangnya tidak semua orang memahami penggunaan media social dalam memasarkan produk.

Menurut pengamat kebijakan public dan pelaku usaha Stevanus C Handoko dalam (Lina Ayu Safitri, 2021) mengemukakan bahwa dampak perekonomian nasional salah satunya adalah berkurangnya daya beli masyarakat atau berkurangnya konsumsi rumah tangga. Adanya regulasi PPKM menghambat aktivitas masyarakat terbatas, sehingga pelaku UMKM mengalami kondisi yang naik turun. PPKM merupakan Langkah pemerintah untuk memutus rantai penyebaran covid-19 dengan menekan aktivitas masyarakat berada di luar ruangan. Yogyakarta merupakan salah satu kota yang menjadi destinasi wisata, sebelum adanya pandemic covid-19 banyak wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga berpengaruh atas besar kecilnya wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta hal ini karena UMKM mengandalkan pendapatan dari kunjungan wisatawan yang membeli produk yang ditawarkan. UMKM memberikan kontribusi yang sangat banyak dalam perekonomian

nasional. Dilansir dari media keuangan Vol. XV/ No. 158/ November 2020 disebutkan bahwa UMKM memberikan 61.7 % kontribusi terhadap PDB Indonesia, 99 % jenis usaha yang ada di UMKM. Maka dari itu UMKM bisa menyerap tenaga pekerja sebanyak 116 juta sehingga perlu adanya perhatian lebih dari pemerintah.

Perkembangan revolusi industri memasuki era 4.0 yang juga merupakan dunia baru dalam wirausaha memberikan peluang yang sangat besar kepada siapapun untuk berbisnis. Saat ini digital marketing menjadi trend dalam memasarkan sebuah produk dan jasa. Peluang yang didapatkan dari berkembang pesatnya teknologi dalam pengembangan UMKM adalah munculnya market place baru yang memudahkan UMKM khususnya. Digital marketing saling menguntungkan antara pembeli dan penjual, adanya digital marketing membuat penjual bebas memasarkan produk dan jasa dengan luas dalam menjangkau pemasaran, begitupula sebaliknya konsumen bisa dengan mudah mengakses produk yang di inginkan dimanapun dan kapanpun. Marketing merupakan ilmu yang mengalami perubahan dinamika kehidupan manusia. Persaingan di dunia bisnis semakin hari semakin ketat, untuk mempertahankan persaingan bisnis selain produk yang baik dan berkualitas pelayanan juga menjadi salah satu penilaian. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa senang dan bisa memberikan testimoni yang baik sehingga secara tidak langsung hal ini bisa menaikkan penjualan UMKM.

UMKM yang menjadi dampak covid-19 perlu diberikan dukungan dengan hadirnya strategi baru untuk menjaga keberlangsungan UMKM sebagai pelaku

ekonomi di Indonesia. UMKM yang mengalami keterpurukan akibat pandemi COVID-19 harus memikirkan strategi dalam merubah model bisnis dan bertransformasi ke digital, sehingga bisa mempertahankan UMKM serta mengatasi tantangan yang ada. Disini peran sumber daya manusia yang sangat diperlukan dalam membantu perkembangan UMKM bertransformasi ke digital. Pandemi yang telah menghambat kemajuan UMKM membuat UMKM tidak bisa tinggal diam saja. Tantangan yang diberikan tentunya harus dijawab dengan sebuah strategi pemasaran yang mana tujuannya masyarakat bisa membeli produk olahan melalui e-commerce. Penjualan melalui e-commerce tentunya memudahkan UMKM dalam memasarkan produk dan bisa dijangkau secara luas dimanapun, ditambah saat ini Indonesia sudah berada di masa pasca pandemi COVID-19 yang mana semua orang telah terbiasa membeli produk melalui e-commerce. (Rifai Zanuvar, Faqih Husni, 2021)

Pengembangan Sumber daya manusia merupakan salah satu strategi yang memiliki peran penting dalam mencapai suatu tujuan, maka perlu untuk menciptakan manusia yang produktif. SDM yang produktif akan mudah menyelesaikan tuntutan tugas. SDM yang berkualitas dalam mengembangkan UMKM akan menghasilkan UMKM yang maju pula, serta bisa menjawab tantangan di dunia kerja. SDM merupakan faktor penting dan tidak bisa dipisahkan dalam sebuah organisasi. SDM adalah orang yang bekerja di sebuah organisasi sebagai penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi. UMKM adalah sebuah usaha yang berdiri baik itu perorangan, atau badan usaha yang didalamnya ada orang yang bekerja merencanakan, memikirkan tujuan

sebuah usaha berdiri agar bisa sukses dan dapat mensejahterakan perekonomian masyarakat. (SUSAN, 2019)

Dalam mengembangkan sebuah bisnis, diperlukan SDM yang berkompeten dibidangnya, terlebih saat ini pemasaran menggunakan social media atau e-commerce menjadi tujuan utama konsumen hal ini bisa menarik minat konsumen dalam membeli produk, selain itu produk yang dijual menggunakan social media atau e-commerce memudahkan pembeli hanya dengan duduk santai dirumah bisa mendapatkan barang yang mereka inginkan. Memang zaman berubah dengan cepat dulu semua orang membeli barang harus pergi dan membeli secara langsung, namun seiring berkembangnya zaman dan teknologi yang semakin canggih membuat perbisnisan juga harus siap bersaing di dunia digital. Seperti halnya dimasa pandemi untuk Kembali pulih dari keterpurukan perlu adanya peran dinas koperasi usaha kecil dan menengah dalam memberdayakan UMKM untuk siap menerima tantangan dalam mengembangkan UMKM di era digital, upaya pemerintah untuk menaikkan daya saing UMKM didukung dengan adanya sumber daya manusia yang berkompeten, terlebih saat ini digital menjadi salah satu tempat mempromosikan produk yang dijual, disinilah peran pemerintah sangat diperlukan untuk menghasilkan sumber daya manusia yang mengerti pemasaran di era digital pasca pandemic covid 19 sehingga bisa memajukan UMKM dan kesejahteraan masyarakat dan juga bisa membantu perekonomian masyarakat Kembali pulih.

Melihat keadaan perkembangan teknologi yang semakin pesat hadirnya aplikasi berbasis database yang bertajuk go online satu data UMKM yang merupakan program dari dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten

Sleman Yogyakarta sebagai bentuk peran pemerintah dalam mengawasi perkembangan UMKM di daerah Sleman Yogyakarta. Adanya perkembangan teknologi maka perlu adanya pengembangan kualitas sumber daya manusia, sumber daya manusia yang berkualitas sangat dibutuhkan di era digital pasca pandemic covid-19. UMKM adalah salah satu pelaku usaha yang membutuhkan pegawai yang memiliki kualitas terlebih ketatnya persaingan di era digital. Dinas koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah perlu memperhatikan perkembangan dari UMKM dan perlu adanya gebrakan baru untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia pasca pandemic covid-19 agar bisa mengikuti perkembangan di era digital. Maka dari itu alasan saya mengambil judul ini yaitu pandemi covid-19 yang berdampak besar terhadap UMKM, yang menurut dewan kerajinan nasional daerah istimewa Yogyakarta Ana Haryadi memperkirakan sekitar 70% pelaku UMKM terdampak dari pandemi covid-19. Saat ini indonesia telah berada di situasi pasca pandemi covid-19 yang mana perlu adanya strategi pemulihan dari pandemi covid-19 sehingga UMKM bisa Kembali seperti semula dan bersaing. Menurut Pustopo sekitar 47 ribu UKM dari 5000 UKM terdampak Covid-19.

Tabel 1. 1 Data usaha Mikro Kecil dan Menengah

Jenis Usaha	Unit
Usaha Mikro	90513 unit
Usaha Menengah	3 unit
Usaha Kecil	19 unit

Jumlah	90535 unit
--------	------------

Sumber : UMKM go online sleman

Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa total UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman Yogyakarta berjumlah 90535 terbagi menjadi usaha mikro 90513 unit, usaha menengah 3 unit dan usaha kecil 19 unit.

Tabel 1. 2 Data UMKM Sleman Tahun 2019-2022

Jenis Usaha	Oset per Tahun			
	2019	2020	2021	17 nov 2022
Usaha Mikro	-	Rp. 2.808.837 805 752	Rp. 39.735. 448 .632	Rp. 21.344.136. 666
Usaha Menengah	-	Rp. 67.000.00 0.000	Rp. 250.000.- 00	-
Usaha Kecil	-	Rp. 87.432.00 0.000	Rp. 14.400 000	Rp. 60.000.000

awal mula indonesia terdampak pandemi covid-19. Hal ini berdampak pada UMKM terlihat dari data omset yang tidak ada penambahan. Pada tahun 2020 usaha mikro menambah omset sebanyak 2.808.837.805.752 hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro mulai beradaptasi di masa pandemi covid-19 perkembangan usaha mikro di tahun 2021 semakin meningkat dengan omset 39.735.448.632 dan ditahun 2022 yang dihitung sampai tanggal 17 november sudah mencapai 21.344.136.666 hal ini menunjukkan bahwa memang ada penurunan omset pada awal pandemi dan perlahanan meningkat.

Adapun usaha menengah pada tahun 2020 memiliki omset sebanyak 67.000.000 di masa pandemi dan mulai meningkat ditahun 2021 yang mana indonesia sudah mulai memasuki masa pasca pandemi dengan omset 250.000.000 dan pada tahun 2022 yang dihitung sampai 17 november belum ada pemasukan omset.

Usaha kecil yang meningkat pada masa pandemi di tahun 2020 dengan total omset 87.432.000.000 sedangkan pada tahun 2022 omset usaha kecil sebesar 14.400.000 dan mulai meningkat pada tahun 2022 yang dihitung sampai 17 november dengan total omset 60.000.000. Recovery yang dilakukan oleh Dinkop Sleman bisa dikatakan berhasil dengan bertambahnya omset UMKM yang ditunjukkan oleh data diatas.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini mengajukan rumusan masalah :Bagaimana strategi Dinas Koperasi Usaha Kecil

dan Menengah dalam upaya Pengembangan Pelaku UMKM Pasca Pandemic Covid – 19 ?

1.3 Tujuan penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi recovery Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam upaya pengembangan pelaku UMKM pasca pandemic covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan perkembangan ilmu pemerintahan, khususnya berhubungan dengan upaya Dinas Koperasi Kecil dan Menengah dalam meningkatkan pengelolaan UMKM pasca pandemic covid-19. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan yang relevan untuk penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemerintah daerah yaitu Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam meningkatkan strategi recovery pelaku UMKM yang mengerti digital marketing dan SDM memiliki kualitas yang baik sehingga bisa bersaing dan siap menerima tantangan ditengah pandemi covid 19, selain itu untuk bisa tetap bertahan untuk menuju masyarakat yang sejahtera.

b) Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM pentingnya strategi untuk bangkit dari pandemi covid-19 tentunya dengan dukungan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah yaitu dengan cara memanfaatkan digital marketing yang besar bagi pelaku UMKM untuk bangkit dimasa pandemic dan pasca pandemic. Dengan adanya digital marketing bisa mempermudah UMKM dalam memasarkan produk secara luas dan bisa bersaing dengan UMKM lainnya ditengah keterbatasan keadaan.

c) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memudahkan masyarakat untuk membeli produk yang dijual oleh UMKM melalui e-commers, semakin berkembangnya teknologi semakin canggih pula marketing pemasaran yang ditawarkan oleh pelaku usaha, terlebih indonesia yang sempat terpuruk akibat adanya pandemic covid-19, untuk bisa bertahan UMKM menjual produk melalui e-commers yang mana masyarakat tetap bisa membeli produk yang dijual walaupun dalam keadaan yang terbatas, pembelian tetap bisa dilakukan dimanapun dan kapan pun.

1.5 Tinjauan Pustaka

Tabel 1. 2 Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	(Shinta, 2021)	Strategi bertahan bisnis ditengah pandemic covid-19 dengan memanfaatkan	Stategi bisnis yang dilakukan oleh UMKM Kabupaten Tabalong agar bisa bertahan di tengah pandemic covid-19 yaitu

		<p>bisnis digital (studi pada UKM yang terdaftar pada dinas koperasi usaha kecil dan menengah kabupaten tabalong</p>	<p>dengan adanya peran stakeholder untuk menggandeng UMKM agar bisa bertransformasi ke digital. Penjualan yang dilakukan melalui e-commerce karena mengikuti perkembangan zaman yang mana konsumen lebih memilih membeli di e-commerce hal ini juga berpengaruh terhadap jangkauan penjualan produk UMKM. Selain itu perlu adanya inovasi untuk memperbaiki kualitas UMKM sehingga memiliki daya saing dengan UMKM yang lainnya, seperti layanan antar dengan minimal pembelian untuk daerah dalam kota</p>
2	(Gunawan et al., 2021)	<p>Model Pengembangan manajemen sumber daya manusia UMKM sector makanan dan minuman di era covid-19</p>	<p>Covid-19 menuntut para UMKM untuk bergerak lebih maju, penggunaan digital marketing merupakan salah satu cara mengembangkan manajemen sumber daya manusia UMKM pada era pandemic covid-19. Adanya teknologi yang semakin berkembang serta trend untuk tetap bertahan ditengah pandemic covid-19 digital marketing adalah media yang bisa digunakan dalam pemasaran produk secara luas.</p>

3	(Sugiarti Yenny, Sari Yenny, 2020)	Peranan e-commerce untuk meningkatkan daya saing usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sambal di Jawa Timur	Pandemic yang juga berdampak pada perekonomian masyarakat khususnya pendapatan pelaku UMKM, membuat pergeseran pelanggan. Pelanggan yang sekarang merasa dipermudah dengan adanya e-commerce yang mana pelanggan dengan mudah membeli produk yang diinginkan. Hal ini dibuktikan bahwa penjualan melalui e-commerce platform cukup efektif untuk meningkatkan penjualan total UMKM apalagi ditengah pandemic covid-19.
4.	(Veranita et al., 2022)	Pemanfaatan pemasaran melalui media social oleh UMKM di era pandemic (studi kasus pada usaha mikro kecil dan menengah di kabupaten Bandung)	Pelaku UMKM di Kabupaten Bandung berusaha memaksimalkan pemasaran melalui media social sejak pandemic covid-19 hal ini dilakukan untuk bertahan dan bersaing ditengah keadaan perekonomian yang kurang stabil. Namun ada tantangan dalam pelaksanaannya yaitu pemasaran melalui media social masih kurang kualitas sumber daya manusia yang mengerti pengelolaan dan pemasaran yang bisa menarik pembeli.

5.	(Salahuddin et al., 2021)	Strategi Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perindustrian dan Perdagangan Dalam Pemberdayaan UMKM Kabupaten Sumbawa di Masa Pandemi Covid-19	Strategi yang dilakukan oleh Diskoperindag adalah mengembangkan promosi usaha mikro kecil dan menengah dengan beberapa program yaitu mendukung sarana prasarana, mendata UMKM yang termasuk dalam data penerima bantuan dari pemerintah yang mana hal ini bertujuan untuk membantu UMKM bangkit dari pandemic covid-19 menuju masyarakat yang sejahtera.
6.	(Nur, 2021)	Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Magetan Dalam Upaya Pengembangan Usaha Mikro di Kabupaten Magetan Pada Masa Pandemi Covid-19	Melihat situasi pandemic yang tidak tahu sampai kapan, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Magetan membuat program pelatihan pengemasan kepada UMKM hal ini diperlukan oleh pelaku UMKM, untuk meningkatkan kualitas produk selain itu pelatihan mengenai pengembangan wawasan juga diberikan untuk memberikan pengetahuan lebih kepada pelaku UMKM apalagi ilmu yang dibagikan merupakan marketing online yang sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM ditengah keadaan pandemic covid-19 dan perekonomian yang kurang baik
7.	(P. R. Putra, 2016)	Edukasi Pelaku Usaha Mikro Dalam Promosi Usaha Melalui Media Sosial Oleh Dinas	untuk mewujudkan UMKM yang mengerti penggunaan media social perlu adanya peran Dinas Koperasi Usaha Mikro

		Koperasi Usaha Mikro Kecil Usaha Menengah dan Perindustrian di Kota Metro	Kecil dalam memberikan pelatihan mengenai pemasaran yang dilakukan secara online dengan media social
8.	(Sunardi et al., 2020)	Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi UMKM Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19	Pengabdian kepada pelaku UMKM dengan cara memotivasi masyarakat untuk maju dalam menggunakan teknologi dalam memasarkan produk melalui media e-commerce agar menjangkau konsumen dengan luas.
9.	(Risnawati et al., 2022)	Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia pada UMKM Kota Palu di Era Pandemi Covid 19	Pelatihan SDM dalam meningkatkan kualitas pemasaran melalui digital serta meningkatkan kualitas produk
10	(Rezki, 2019)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Masa Pandemi Covid-19 Oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang	UMKM dimasa pandemic mengalami keterpurukan dan hadirnya berbagai kendala mulai dari keterbatasan SDM,keterbatasan teknologi yang mana hal ini memerlukan pendampingan oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk Bersama-sama bangkit dari keterbatasan yang ada tentunya dengan peran program yang diberikan oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas Sebagian besar besar berfokus pada program dan stragtegi pemerintah untuk tetap bertahan ditengah pandemi covid-19, akan tetapi sepanjang pengetahuan peneliti, belum ada penelitian yang berfokus membahas “strategi recovery Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam penanganan UMKM pasca pandemi covid-19 di Kabupaten Sleman Yogyakarta” maka dari itu penelitian ini bukanlah hasil dari pemikiran orang lain, akan tetapi penelitian ini merupakan penelitian yang murni dipikirkan oleh penulis. Adapun perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah menganalisa lebih dalam apa saja upaya Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah untuk tetap bisa mempertahankan UMKM untuk bisa tetap bersaing pasca keterpurukan akibat pandemi covid-19. Berdasarkan hasil penelitian diatas, penelitian ini menarik dan berbeda dari sebelumnya, karena penelitian ini berfokus pada Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman dalam strategi recovey pasca pandemi covid-19 yang bisa bersaing di tengah keadaan yang masih kurang baik.

1.6 Kerangka Teori

Pandemi covid-19 membawa pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan UMKM khususnya UMKM Kabupaten Sleman. Pada masa pandemi UMKM harus bisa tetap bertahan dan saat ini indonesia telah memasuki masa pasca pandemi maka dari itu perlu adanya recovery terhadap UMKM untuk bisa bertransformasi mengikuti keadaan. Dalam recovery UMKM perlu adanya

sebuah strategi. Strategi adalah sebuah cara yang bisa membantu UMKM untuk pulih dan memiliki daya saing. Maka dari itu ada beberapa strategi menurut Kotten yang bisa membantu UMKM, Adapun strategi menurut Kotten yaitu

1.6.1 Strategi Organisasi

Dalam melakukan pengembangan UMKM perlu adanya sebuah strategi-strategi untuk mendukung terlaksananya program-program maupun kegiatan yang dilakukan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman Yogyakarta. Adapun menurut Kotten strategi organisasi adalah strategi yang berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai strategis.

1.6.2 Strategi Program

Dalam mengembang UMKM Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman membuat program-program untuk menyukseskan program yang telah dirancang. Adapun menurut Kotten strategi program merupakan strategi yang dilakukan untuk dapat memberikan implikasi-impikasi strategi program. Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah memiliki program yang mendukung UMKM yaitu :

1. Aplikasi Go Satu Data UMKM
2. Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan KUKM (PLUT KUKM Sleman)
3. Bimtek Kewirausahaan dan Manajemen Usaha
4. Workshsop Kewirausahaan Muda
5. E-commerce dan Pemasaran Produk

1.6.3 Strategi Sumber Daya

Kabupaten Sleman memiliki kekayaan sumber daya alam maupun manusia, sumber daya tersebut diperuntukkan untuk meningkatkan dan mengembangkan segala potensi yang ada di Kabupaten Sleman khususnya dalam lingkup UMKM. Dalam mengelola sumber daya yang ada perlu adanya strategi untuk memaksimalkan pengelolaan tersebut menurut kottan strategi sumber day aini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan pada sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber day aini berupa keuangan, tenaga, teknologi dan sebagainya.

1.6.4 Strategi Kelembagaan

Setiap daerah memiliki kelembagaan atau instansi-instansi yang ada di ruang lingkup daerah masing-masing. Dalam hal ini khususnya Kabupaten Sleman dalam memaksimalkan kinerja pada instansi khususnya Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam mengembangkan potensi yang ada didaerah tersebut. Menurut kottan strategi kelembagaan merupakan strategi yang focus dari segi strategi instusional dalam mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif stratejik

1.6.5 Tata Kelola UMKM

Pandemi membawa dampak yang besar salah satunya terhadap UMKM, untuk bertahan ditengah pandemi sampai saat ini perlu adanya strategi bangkit yang dibuat oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah. Pandemi yang membuat perekonoian masyarakat kurang baik karena adanya Batasan untuk beraktivitas.

Strategi recovery terhadap UMKM pasca pandemi covid-19 sangat diperlukan hal ini karena saat ini Indonesia telah berangsur-angsur pulih dari keterpurukan covid-19, perekonomian dan aktivitas masyarakat pun sudah Kembali seperti semula hal inilah yang mengharuskan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah untuk memberikan ide baru atau strategi program sehingga UMKM bisa Kembali seperti dulu dan tidak kalah dalam persaingan penjualan produk kepada konsumen.

Adapun peran pemerintah dalam strategi recovery terhadap UMKM adalah melakukan sosialisasi dan pelatihan mulai dari pelatihan penggunaan media social dalam penjualan produk baik itu melalui Instagram, facebook maupun e- commers lainnya seperti shopee dan tiktok. Saat ini sedang ramainya penjualan produk UMKM melalui e- commers hal ini dikarena indonesia sempat di masa pandemi yang belum bisa dipastikan kapan usai beberapa usaha mulai beralih media penjualan dan promosi, harapannya ditengah pandemi penjualan tetap bisa dilakukan kepada konsumen. Dan saat ini aktivitas yang mulai Kembali seperti semula walaupun harus mematuhi protocol Kesehatan mengharuskan UMKM untuk siap bersaing, salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membentuk sumber daya manusia yang siap untuk menghadapi tantangan dan mengerti tentang media social, maka dari itu untuk menarik perhatian pembeli perlu, kreativitas dari UMKM dalam memasarkan produknya, selain itu pelayanan dan kualitas produk juga harus bagus agar tidak mengecewakan pembeli. Berada di era digital mengharuskan kita untuk lebih aktif dalam mencari konsumen, selain itu dengan adanya penjualan melalui e-commers bisa menjangkau konsumen lebih luas. Adapun indicator menurut kotten yakni

a. Strategi organisasi

merupakan strategi yang berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif-inisiatif strategik

b. Strategi program

Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari program tertentu

c. Strategi pendukung sumber daya

Strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya ini dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi dan sebagainya

d. Strategi kelembagaan

Fokus dari strategi institusional ini ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategik.

Menurut suryono dalam (Rezki, 2019) menyebutkan bahwa strategi pada ketentuannya akan berhubungan dengan permasalahan meliputi; kebijakan pelaksanaan, penentuan visi dan tujuan yang akan diraih serta dalam menentukan sistematisa cara maupun dalam penggunaan metode sarana prasarana.

1.6.6 Pasca Pandemi Covid – 19

Corona virus atau yang kita kenal dengan covid-19 adalah virus yang menyerang saluran pernafasan. Penyebaran virus ini sangat cepat penularannya

karena bisa tertular melalui kontak langsung, virus ini merupakan virus yang pertama kali terdeteksi di china, banyak negara yang menjadi terdampak akibat penyebaran virus ini. Indonesia adalah salah satu negara yang terdampak akibat covid-19, pertamakali terdeteksi Ketika ada wisatawan yang berkunjung ke negara china dan saat Kembali ke indonesia ternyata didalam tubuhnya ada virus covid-19 yang entah bagaimana cara penyebarannya hingga di tahun 2020 virus ini menyebar sangat luas dan menimbulkan berbagai dampak baik itu bagi pemerintah, masyarakat, Pendidikan, bahkan perekonomian.

Ada beberapa kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mencegah penyebaran covid-19, kebijakan ini diambil untuk mengurangi tingkat penyebaran virus covid-19 hal ini karena banyaknya nyawa yang hilang akibat virus yang menyerang saluran pernafasan, selain itu tenaga Kesehatan yang kurang akibat terus bertambahnya orang yang terinfeksi covid-19. Kebijakan merupakan prinsip yang diambil dalam sebuah keputusan, kebijakan merupakan bagian dari pemerintahan yang didalamnya mengatur tentang keputusan yang mengatur tindakan manusia baik itu finansial maupun kepentingan publik. Selain itu kebijakan terbagi menjadi dua yaitu kebijakan tertulis dan tidak tertulis. Kebijakan tertulis di masa pandemi covid-19 yaitu PERPU Nomor 1 tahun 2020 tentang kebijakan keuangan negara dan stabilitas sistem keuangan untuk penanganan pandemi covid-19, KEPRES No 11 Tahun 2020 tentang penetapan kedaruratan Kesehatan Masyarakat Covid-19. Adapun kebijakan tidak tertulis meliputi ajakan dan himbauan kepada masyarakat untuk menaati kebijakan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah. (Tuwu, 2020)

Menurut Ihza,2020 dalam (Nabilah et al., 2021) dampak adanya pandemi covid-19 terhadap UMKM diantaranya yaitu penurunan omset penjualan sehingga menyebabkan penurunan pendapatan oleh pelaku usaha. Hal ini terjadi karena kurangnya aktivitas masyarakat di luar rumah, berkurangnya kepercayaan masyarakat, serta sulitnya memperoleh bahan baku.

1.6.7 Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah

Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman adalah salah satu Dinas yang mengatur tentang pemberdayaan UMKM di wilayah sleman Yogyakarta. Hal ini telah diatur dalam PP Nomor 7 Tahun 2021 Tentang kemudahan, pemberdayaan koperasi usaha kecil dan menengah. Pemerintah pusat dan pemerintah daerah harus memiliki Kerjasama yang baik dalam memberdayakan UMKM untuk bisa tetap bertahan ditengah pandemi covid-19. Pemerintah daerah memiliki peranan yang sangat besar untuk memajukan UMKM khususnya daerah Sleman Yogyakarta. Dalam menunjang UMKM beberapa kegiatan sering dilakukan oleh dinas terkait seperti pameran produk dan festival yang mendukung UMKM.

Perekonomian masyarakat memiliki keterkaitan dengan koperasi usaha kecil dan menengah, seperti yang telah dijelaskan dalam Undang – Undang Dasar 1945. Koperasi Usaha Kecil dan Menengah memiliki peran untuk membantu UMKM bisa bertahan ditengah pandemi covid-19 dan siap untuk menerima tantangan kedepannya. Dalam penyelenggarannya, pemerintah daerah membuat beberapa program yang mana hal ini bisa membantu UMKM seperti adanya festival jajanan yang mana pada kegiatan ini melalui Dinas Koperasi Usaha Kecil dan

Menengah mengelompokkan pelaku UMKM kuliner untuk ikut serta didalam sebuah event yang diadakan, sehingga secara tidak langsung pemerintah membantu UMKM dalam hal perekonomian dan memperkenalkan UMKM kepada pengunjung tentunya dengan ide-ide jajanan yang unik sehingga menarik perhatian konsumen.

Menurut Seeles dan Richey dalam (Rezki, 2019) mengemukakan bahwa dalam deskripsi mengenai tumbuh kembang UMKM lebih diibaratkan pada sebuah proses dalam mendeskripsikan rencana spesifikasi kepada hal-hal yang berbentuk fisik dan diterjemahkan sehingga dapat memproduksi produk edukatif.

1.6.8 Recovery

Strategi adalah upaya atau cara untuk menarik perhatian ehingga bisa Kembali seperti semula. Dalam upaya pemulihan sangat diperlukan sebuah strategi, agar tepat sasaran, karena telah dirancang sesuai dengan kebutuhan. Pemulihan UMKM pasca pandemi covid-19 memerlukan strategi pulih dari masa yang membuat UMKM terdampak. Menentukan strategi recovery bisa dengan melakukan hal kecil yaitu memperhatikan produk yang dijual sarannya untuk kalangan apa, mulai peka terhadap cara promosi di era digital dan berusaha mengikuti cara promosi masa kini, selain itu perlunya inovasi dan kreativitas dalam menentukan kualitas produk agar menarik minat konsumen. Menurut Agus Suryono dalam (Rezki, 2019) setelah memiliki perhitungan atas konsep strategi kebijakan pelaksanaan dan penentuan tujuan dari strategi sebagai tahap teknis paling penting yaitu penentuan cara dan metode yang digunakan dalam menerapkan strategi. Pelayanan yang baik dalam menjualkan produk kepada konsumen

sehingga konsumen merasa nyaman dan puas dengan apa yang diberikan kepada konsumen, maka dari itu sangat diperlukan pelayanan yang baik dan ramah. Berdasarkan hasil riset McKinsey dalam (Awali, 2020) mengemukakan bahwa 30% pelaku usaha di Indonesia yang memilih menggunakan instrumen digital dalam mengembangkan usahanya, maka bisa disimpulkan bahwa potensi digital marketing di Indonesia sangat besar.

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Strategi organisasi

Strategi organisasi merupakan strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam mengembangkan UMKM melalui visi, misi dan tujuan. Adapun visi, misi dan tujuan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah yaitu

Visi

“terwujudnya masyarakat Sleman yang lebih sejahtera mandiri, berbudaya dan terintegrasi sistem E-Government menuju Smart Regency pada tahun 2021”

Misi

- a. Meningkatkan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik Melalui Peningkatan Kualitas Birokrasi yang Responsif dalam Memberikan Pelayanan Bagi Masyarakat
- b. Meningkatkan Pelayanan Pendidikan dan Kesehatan yang Berkualitas dan Menjangkau bagi Semua Lapisan Masyarakat

- c. Meningkatkan Penguatan Sistem Ekonomi Kerakyatan, Aksesibilitas dan Kemampuan Ekonomi Rakyat, Serta Penanggulangan Kemiskinan
- d. Memantapkan dan Meningkatkan Kualitas Pengelolaan, Prasarana dan Sarana, Sumber Daya Alam, Penataan Ruang, Lingkungan Hidup.
- e. Meningkatkan Kualitas Budaya Masyarakat dan Kesetaraan Gender yang Proposional (seimbang)
- a. Meningkatkan Aplikasi dan Integrasi Sistem E-Government Melalui Tahap Berkelanjutan. Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan KUKM (PLUT KUKM Sleman)
- b. Bimtek Kewirausawan dan Manajemen Usaha
- c. Workhsop Kewirausawan Muda
- f. E-commerce dan Pemasaran Produk

1.7.2 Strategi program

Strategi program adalah program yang diberikan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam membantu perkembangan UMKM. Adapun program yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman Yogyakarta yaitu

- d. Aplikasi Go Satu Data UMKM
- e. Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan KUKM (PLUT KUKM Sleman)
- f. Bimtek Kewirausawan dan Manajemen Usaha
- g. Workhsop Kewirausawan Muda

h. E-commerce dan Pemasaran Produk

1.7.3 Strategi sumber daya

Strategi Sumber Daya adalah strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam mengembangkan UMKM yang berfokus pada pemanfaatan potensi sumber daya yang dimiliki oleh Kabupaten Sleman. Yang diantaranya

1. Tenaga kerja UMKM
2. Keuangan UMKM sebelum pandemi dan pasca pandemi
3. Teknologi yaitu program yang mendukung pengembangan UMKM berbasis IT

1.7.4 Strategi kelembagaan

Strategi kelembagaan merupakan strategi yang dilakukan dalam upaya mengembangkan UMKM dilingkup Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman dengan memanfaatkan kemampuan organisasi dalam melaksanakan inisiatif stratejik

1.7.5 Tata Kelola UMKM

Recovery adalah suatu usaha untuk bangkit dan pulih dari suatu keadaan yang tidak baik, UMKM dalam hal ini perlu bangkit dan siap menghadapi tantangan walaupun perlu usaha yang sangat keras untuk UMKM bisa pelan-pelan bangkit dan memperbaiki perekonomiannya. Strategi recovery terhadap UMKM adalah gambaran bagaimana UMKM bisa bangkit di tengah pandemi dan strategi apa yang diberikan agar tetap bisa bertahan dalam memasarkan produk yang dijual kepada konsumen. Dengan demikian diharapkan bahwa strategi recovery yang diberikan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dapat sesuai dengan output yang dihasilkan.

1.7.6 Pasca Pandemi Covid-19

Pandemi memang suatu masalah yang timbul secara tiba-tiba bahkan negarapun tidak pernah terpikirkan jika masalah ini akan berdampak besar bagi negara Indonesia. Dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan, pandemi membawa pengaruh yang besar terhadap perkembangan UMKM dan daya saing UMKM ditengah keadaan yang tidak bisa beraktivitas seperti biasa.

1.7.7 Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah

Pemerintah daerah merupakan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, maka bisa disimpulkan bahwa pemerintah daerah merupakan penyelenggara yang memiliki wewenang dalam setiap pembuatan program yang bisa membantu UMKM untuk bisa menghadapi tantangan di era digital tentunya dengan Kerjasama yang baik antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

1.7.8 Recovery

Strategi dalam membantu UMKM bangkit merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Dinas terkait untuk membantu merumuskan strategi apa yang cocok, selain itu strategi yang disusun memiliki sasaran yang tepat. Perlunya strategi recovery merupakan upaya untuk tetap bertahan ditengah pandemi maupun pasca pandemi, selain itu strategi ini digunakan untuk melihat trend yang dilakukan untuk tetap bertahan dan bersaing ditengah tantangan keadaan.

1.8 Definisi Operasional

Untuk mengukur strategi dan program yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam upaya recovery terhadap UMKM di Sleman Yogyakarta. Maka penelitian ini menggunakan indicator dari kotten yaitu

Tabel 1. 3 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Parameter
Strategi organisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Visi, • Misi dan • tujuan 	<ul style="list-style-type: none"> • UMKM yang diberdayakan dan diberikan kemudahan
Strategi program	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi program • Implikasi program 	<ul style="list-style-type: none"> • Program berjalan dengan lancar ditunjukkan dengan adanya perubahan UMKM sebelum pandemi dan pasca pandemi
Strategi Kelembagaan	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan organisasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti bimtek kewirausahaan • Mengikuti workshop digital marketing, workshop
Strategi Sumber Daya	<ul style="list-style-type: none"> • Tenaga • Keuangan • Teknologi 	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah SDM yang ada di UMKM dan di Dinkop • Omset UMKM sebelum pandemi dan pasca pandemi • Adanya E-commerce

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif Deskriptif. Fokus penelitian ini mengetahui bagaimana strategi recovery oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam Penanganan UMKM pasca pandemi covid-19. Penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang dan perilaku yang diamati (Sugiyono & Lestari, 2013, p. 7). Penelitian ini dilakukan dengan media wawancara. Selain itu sumber data dan narasumber yang telah ditunjuk melalui tahap klasifikasi dan reduksi data, maka proses pengolahan data dan terakhir yaitu

analisis data dan perumusan hasil penelitian dan kesimpulan. Adapun pendekatan yang peneliti ambil yaitu deskriptif yang mana semua data dan proses analisis akan memperhatikan bagaimana strategi recovery oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam penanganan UMKM pasca pandemi covid-19.

1.9.2 Unit Analisa

Unit Analisa adalah objek yang akan diteliti menyesuaikan pada pokok permasalahan yang diambil oleh peneliti. Penelitian ini mengambil unit Analisa atau objek dari penelitian adalah Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Tabel 1. 5 Unit Analisa

Tabel 1. 4 Unit Analisa

No	Instansi	Jumlah	Alasan	Narasumber
1.	Dinas Koperasi dan UKM	1	Orang yang mengeluarkan kebijakan dan mengetahui program yang telah dirancang	a. Kepala Dinas Koperasi dan UKM Sleman b. Kepala bidang usaha Mikro
2.	Stakeholder	5	Orang yang merasakan kebijakan dari dinas terkait	Pemilik UMKM
		2		Masyarakat pengunjung wisata

1.9.3 Data dan Sumber Data

a. Data primer

Penelitian ini menggunakan data primer dari pejabat atau anggota Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah yang mana semua informasi mengenai konsep penelitian (atau yang berkaitan) diperoleh secara langsung dari unit analisa yang dijadikan sebagai objek penelitian. Data primer (primary data) merupakan objek atau dokumen original material mentahan dari pelaku yang disebut firs hand information (Sugiono & Lestari, 2013 p.225)

b. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini melalui internet maupun secara langsung dari jurnal, buku-buku, dan arsip-arsip yang berhubungan langsung dengan pokok penelitian.

1.9.4 Teknik Pengumpulan Data

• Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan mengenai konsep penelitian (atau yang berkaitan) terhadap individu yang dianggap memiliki data mengenai analisa penelitian. Untuk meminimalisir hilangnya informasi atau kelupaan, maka peneliti meminta ijin kepada narasumber untuk menggunakan alat dokumentasi yang berupa alat perekam dan kamera. Sebelum dilakukannya wawancara, peneliti akan memaparkan secara singkat mengenai topik penelitian. Pada penelitian ini

wawancara dilakukan kepada Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman untuk mencari tahu program apa saja yang dilakukan dalam strategi recovery UMKM pasca pandemi covid-19.

- Studi Dokumentasi

Teknik ini merupakan Teknik dengan cara mengumpulkan data yang sudah ada. Hal ini karena data dalam dokumen juga menyimpan data dengan mencatat data-data yang ada dan bisa dijadikan bahan untuk penelitian. Studi dokumentasi bisa juga disebut dengan penelusuran historis. Teknik ini menjelaskan informasi yang berasal dari catatan penting baik lembaga maupun perorangan (Sugiono & lestari , 2013,p. 225) . Studi penelitian ini diperoleh dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman Yogyakarta.

1.9.5 Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses penyarian dan penyusunan data secara sistematis, data yang diperoleh dari hasil wawancara dan studi Pustaka, dengan cara mengelompokkan data sesuai dengan kategori serta menjabarkan ke dalam unit, melakukan sintesa Menyusun ke dalam pola, pemilihan mana yang penting dan yang akan dipelajari, membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono & Lestari, 2013, p. 293). Adapun Teknik analisis data dalam metode penelitian kualitatif antara lain wawanca, rduksi data, penyajian data menggunakan dokumen asli daerah serta hasil dari wawancara dan verifikasi data yang akan digunakan sebagai kesimpulan dari data-data yang disajikan.

