

**STRATEGI PEMBERDAYAAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

MATA KULIAH METODE PENELITIAN ADMINISTRASI PUBLIK

Dosen Pengampu:

Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Ph.D



Disusun Oleh:

Fahmi

(2256041051)

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

2023

DAFTAR ISI

BAB I.....	4
PENDAHULUAN.....	4
1.1 Latar Belakang	4
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Konsep Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	10
2.3 Pemberdayaan UMKM	12
2.4 Konsep Pemberdayaan	13
2.5 Peran UMKM	16
2.6 Kerangka Pikir	18
BAB III.....	20
METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Fokus Penelitian	20
3.3 Sumber dan Jenis Data.....	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5 Metode Analisa Data	21
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	22
BAB IV	24
PEMBAHASAN	24
4.1 Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung....	24
BAB V.....	37
PENUTUP.....	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA.....	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Krisis yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997 diawali dengan krisis nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika dan krisis mata uang yang berdampak pada perekonomian Indonesia khususnya resesi. Hal ini menjadi pembelajaran yang sangat penting untuk mempertimbangkan kembali pembangunan ekonomi yang benar-benar terstruktur dan mampu bertahan dalam segala situasi. Ketika krisis ekonomi terjadi di dunia, otomatis membuat keadaan perekonomian di Indonesia semakin terpuruk. Situasi krisis yang terjadi pada tahun 1997 hingga 1998, hanya sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang masih tetap mampu berdiri. Status Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional mempunyai peran yang penting dan strategis (S. Rahmadani, 2021). Kondisi ini kemungkinan besar karena keberadaannya UMKM mendominasi perekonomian Indonesia, karena banyaknya industri yang sangat luas dan terdapat di semua wilayah ekonomi yang berpotensi besar di dalamnya, pekerjaan dan kontribusi UMKM dalam proses pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. Alasan lainnya terkait dengan usaha mikro dan kecil ada keunggulan di bidang ini yaitu memanfaatkan sumber daya alam dan berkelanjutan bekerja terutama di sektor pertanian menanam tanaman pangan, beternak, perikanan, perdagangan dan rumah makan atau restoran. Bisnis skala menengah unggul dalam menciptakan nilai tambah di sektor perhotelan, keuangan, persewaan dan jasa bisnis dan kehutanan.

Masalah besar mempunyai keunggulan dalam industri ini pengolahan, listrik, gas, komunikasi dan pertambangan. Jadi membuktikannya bahwa UMKM dan perusahaan besar adalah dua hal yang saling eksklusif saling melengkapi dan saling membutuhkan, dan lebih unggul dalam menyerap pekerjaan kontribusinya terhadap pendapatan bangsa. Perkembangan dan pertumbuhan UMKM juga menunjukkan kinerja yang cukup baik dari tahun ke tahun, hampir semua pemerintahan fokus pada pemberdayaan UMKM. Pemerintah serius dalam mewujudkannya dan lebih

memperhatikan kegiatan ini. Pasalnya, usaha kecil-kecilan ini menjadi tulang belulang kurangnya tenaga kerja karena perusahaan besar memberikan perhatian lebih menggunakan teknologi dibandingkan tenaga manusia. UMKM bisa menjadi stabilisator dan dinamisme perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia penting sekali untuk memperhatikan UMKM, karena UMKM mempunyai kinerja yang lebih baik pada tenaga kerja yang produktivitasnya tinggi dan meningkat dapat hidup di pinggiran perusahaan-perusahaan besar. UMKM dapat mendukung usaha besar, seperti penyediaan bahan baku, suku cadang dan bahan pendukung lainnya. UMKM juga bisa memimpin untuk perusahaan distribusi besar dan menjual produk dari perusahaan besar untuk konsumen.

Posisi UMKM semakin meningkat selain kemampuannya dalam menyerap energi banyak pekerjaan, UMKM ini cukup lincah untuk bertahan dalam kondisi yang tidak menguntungkan seperti krisis global. Secara umum UMKM mempunyai strategi menciptakan produk yang unik dan istimewa sehingga tidak bersaing dengan produk perusahaan besar. Tujuan utama diciptakannya UMKM adalah untuk meningkatkan perekonomian negara. Sektor UMKM merupakan salah satu jalur utama dalam pengembangan sistem perekonomian kerakyatan. Pembinaan harus diterapkan untuk mencapai pengembangan perusahaan nasional, perkembangan UMKM akan menciptakan kondisi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah untuk berkembang pesat secara mandiri, dan memperluas kesempatan kerja hingga mampu mempengaruhi pertumbuhan pendapatan masyarakat dan dapat menyediakan produk dan jasa dalam negeri sehingga tidak diperlu impor ke negara lain.

Untuk mencapai tujuan negara, pemerintah merupakan salah satu faktor penting upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Ada cara yang berbeda di setiap negara untuk mengembangkan dan mengarahkan upaya untuk mencapai tujuannya. Menjadi suatu negara yang berbentuk republik, tentu saja Indonesia juga mempunyai tujuan yang terbagi menjadi tujuan nasional dan internasional yang tertuang dalam alinea 4 UUD 1945. Dalam pelaksanaannya, pemerintah mempunyai tiga fungsi yang saling berkaitan. Memenuhi kebutuhan masyarakat di segala sektor harus dijaga melalui pemberian pelayanan yang baik. Lebih dari itu, masyarakat juga harus diberdayakan untuk menciptakan kemandirian guna

meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Peningkatan kualitas sumber daya manusia dapat dilihat dari kualitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), sebagai sektor utama yang terlibat dalam kebutuhan masyarakat. Perkembangan UMKM di daerah memberikan dampak positif pada tingkat perekonomian masyarakat, oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan dalam kerangka tersebut sebagai masyarakat ekonomi yang mempunyai kedudukan, peranan dan potensi yang strategis untuk mewujudkan hal tersebut perekonomian nasional.

Pemberdayaan UMKM adalah tanggung jawab bersama, koordinasi dan kerjasama yang erat antar instansi terkait. Selain itu, perlu adanya sinkronisasi dan sintesis program kerja dan kegiatan pembangunan UMKM agar tidak terjadi tumpang tindih atau kebingungan pada saat proses pelaksanaannya. Dalam UU Nomor 20 Tahun 2008, pemberdayaan masyarakat oleh pemerintah melalui pelatihan UMKM. Dinas perindustrian dan perdagangan mempunyai tugas dan fungsi dalam mengembangkan UMKM untuk memberdayakan dan melatih UMKM agar berkinerja lebih baik. Oleh karena itu, penulis akan meneliti lebih lanjut strategi pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung. Hal itu didasarkan pada pembangunan UMKM di Kota Bandar Lampung berkembang sangat pesat di sebagian besar wilayah Kota Bandar Lampung.

Pemberdayaan UMKM dipilih sebagai alternatif oleh Pemerintah Kota Bandar Lampung yang berupaya untuk menurunkannya pengangguran, pengentasan kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Pemberdayaan UMKM di Kota Bandar Lampung oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung dilaksanakan dengan tujuan yang ditetapkan dalam peraturan Provinsi dan Daerah Lampung No.3 Tahun 2016 tentang perlindungan dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil, dan menengah, khususnya pada Pasal 3 sebagai berikut: a). Mewujudkan dan mengembangkan jiwa kewirausahaan UMKM tangguh dan mandiri untuk menjadi kekuatan ekonomi rakyat dan berasal dari masyarakat; b). Ciptakan lingkungan bisnis yang menguntungkan di berbagai tingkat pemerintahan agar UMKM dapat bersaing secara nasional dan internasional; c). Peningkatan akses bagi pelaku UMKM terhadap sumber daya produksi; dan d). Mengembangkan produk daerah yang bermutu dan berbasis sumber daya lokal (Sundari & Sulistyowarni, 2022). Selain itu, pemberdayaan UMKM juga ditujukan untuk memberikan perlindungan

seperti memberikan nasihat dan perlindungan bisnis, mendorong dan memperkuat organisasi, manajemen dan juga Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pada dasarnya Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung telah mengidentifikasi 4 strategi kebijakan kunci pemulihan status UMKM yang diantaranya terdapat empat strategi utama, kebijakan ini disusun dalam rencana strategis Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung. Disetujui dalam dokumen Perdan RPJMD Kota Bandar Lampung Tahun 2021-2026. Strategi Peningkatan Usaha Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Bandar Lampung usaha UMKM telah dilaksanakan dengan menerapkan kebijakan sebagai berikut:

1. Mendorong penguatan kelembagaan dan peningkatan daya saing UMKM dan koperasi sehingga dapat menjadi usaha yang berkelanjutan dalam skala yang lebih besar.
2. Meningkatkan fasilitasi/dukungan dalam pengembangan produk dan pemasaran kepada koperasi dan UMKM untuk meningkatkan volume usaha.
3. Meningkatkan akses pembiayaan oleh koperasi dan UMKM tanpa bunga atau dengan bunga rendah/terjangkau, baik dari institusi Pembiayaan perbankan dan non bank.
4. Meningkatkan lingkungan yang menguntungkan bagi usaha kecil, mikro dan koperasi di era ini perdagangan bebas/globalisasi.

Dengan 4 kebijakan tersebut, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah telah menerapkan banyak kebijakan yang berbeda-beda. Program tersebut merupakan salah satu bentuk upaya untuk mencapai keberhasilan strategi di atas. Semua tentu saja ada bentuk-bentuk strategi politik yang didukung oleh program-program operasional ini permasalahan dan hambatan yang menghambat implementasi strategi politik.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melihat bagaimana bentuk strategi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung dalam pemberdayaan pelaku UMKM. Dengan demikian peneliti akan meneliti lebih detail dengan judul **“STRATEGI PEMBERDAYAAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti merumuskan masalah berikut:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung dalam pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM di Kota Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memperluas teori tentang memberdayakan dan mengembangkan UMKM serta berkontribusi pemikiran dalam melakukan penelitian lain yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat atau permasalahan terkait lainnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis saran dari peneliti dalam penelitian ini dapat menjadikan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Bandar Lampung mempunyai kontribusi lain dalam mencapai pemberdayaan UMKM di Kota Bandar Lampung.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dapat dijadikan landasan penelitian karena dengan adanya penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka landasan teori menjadi lebih jelas, valid dan juga memiliki hipotesis penelitian yang membuat sebuah riset di dalam penelitian menjadi sangat penting untuk dilakukan. Berikut penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi:

No	Nama	Perbedaan Penelitian	Hasil
1.	Latisia, S. (2017). STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA KEDIRI Strategy for Empowerment Of Micro, Small And Medium Enterprises (UMKM) In Kediri City. In <i>Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Administrasi Negara</i> (Vol. 1, Issue 2).	Teknik Pengumpulan Data.	Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Silvirgin Latisia menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian menunjukan bahwa strategi pemberdayaan Dinas Koperasi dan UKM dalam memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah kurang berjalan optimal. Pemberdayaan yang dilakukan pemerintah pada fase inisial cukup berperan dalam memberikan penyuluhan dan pelatihan. Selanjutnya pada fase partisipatoris masyarakat dan pemerintah sudah berkolaborasi dalam mengembangkan UMKM. Sementara pada fase

			selanjutnya pemerintah masih terkendala pada penyediaan sarana dan prasarana dalam pengembangan UMKM.
2.	Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). <i>Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19</i> .	Teknik pengumpulan data.	Hasil penelitian menggambarkan bahwa beberapa kendala yang dialami pelaku UMKM Kabupaten Kediri terletak pada proses pemasaran produk, sehingga strategi pemberdayaan yang paling dibutuhkan para pelaku UMKM adalah pemberdayaan pemasaran produk secara online melalui platform market digital dan dapat melalui strategi pemberdayaan inovasi produk UMKM untuk beralih pada produk yang paling dibutuhkan (masker, dan hand sanitizer).
3.	Rahmini, Y., Sekolah, S., Ilmu, T., & Balikpapan, E. (2017). <i>PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA</i> .	Luas jangkauan fokus penelitian yang diteliti.	Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa UMKM Indonesia mencapai keberhasilan yang beragam dalam beberapa tahun terakhir. Namun demikian, UMKM juga menghadapi sejumlah tantangan seperti kurangnya permodalan, kurangnya kapasitas manajemen, keterbatasan pemasaran, persaingan usaha

			tidak sehat, dan tekanan ekonomi. Oleh karena itu, diperlukan dukungan banyak pihak terutama pemerintah untuk membantu mengatasi tantangan yang harus dihadapi UMKM dan memperluas peluang pengembangan UMKM.
--	--	--	---

2.2 Konsep Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terdapat didalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 ayat 1, khususnya:

- UMKM adalah usaha manufaktur milik orang perseorangan dan/atau organisasi bisnis individu merespons kriteria usaha mikro sesuai peraturan dalam undang-undang ini.
- UMKM adalah usaha ekonomi produksi otonom, yang dilakukan oleh perorangan atau unit usaha tersebut bukan merupakan anak perusahaan bisnis atau non-cabang perusahaan yang dimiliki, dikendalikan atau merupakan bagian langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan UMKM atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Adapun kriteria UMKM berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008, sebagai berikut:

- 1) Kriteria suatu usaha mikro adalah memiliki kekayaan bersih tertinggi Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha itu berada dan memiliki hasil penjualan maksimum tahunan sebesar Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih yang lebih besar maksimal Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupee) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha itu berada dan memiliki hasil penjualan setiap tahunnya lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) dengan jumlah paling banyak sebesar Rp. 2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria usaha menengah adalah memiliki kekayaan bersih yang lebih tinggi mulai dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) hingga maksimal Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh miliar rupiah) tidak meliputi tanah dan bangunan tempat usaha atau hasil itu berada dan memiliki omset tahunan melebihi Rp. 2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah) sebanyak-banyaknya Rp50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah) (Mayasari, 2019).

Asean Development Bank (ADB) mendefinisikan industri kecil dengan fokus pada aspek keuangan karena peran organisasi adalah penyedia modal bagi dunia usaha. ADB mendefinisikan UMKM adalah mereka orang yang melakukan kegiatan komersial dengan nilai kredit yang diminta adalah Rp 50 juta hingga Rp 5 miliar dan merekrut dari 5 hingga 100 orang. Dari definisi ini kita dapat melihat hal itu ADB menggunakan kredit berjangka untuk mengklasifikasi jenis usaha dan menentukan apa yang akan menjadi aspek keuangannya juga menentukan peringkatnya. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 pada tahun 1995, usaha kecil diidentifikasi sebagai kegiatan komersial yang memiliki kekayaan bersih maksimum adalah Rp 200 juta, menghasilkan pendapatan

tahunan paling banyak Rp 1 miliar milik warga Indonesia berdiri sendiri dan bukan merupakan anak perusahaan dari perusahaan lain, dalam bentuk organisasi komersial individu, khususnya organisasi komersial badan usaha yang berbadan hukum atau tanpa badan hukum tersebut mencakup koperasi. Fokus definisi ini adalah kekayaan bersih milik badan usaha. Badan Pusat Statistik (BPS, 1996) menggolongkan perusahaan/usaha industri pengolahan menjadi empat diklasifikasikan berdasarkan jumlah pekerja yang bekerja pada perusahaan tersebut tanpa memperhatikan besarnya modal yang ditanam ataupun kekuatan mesin yang digunakan. Empat kategori tersebut adalah (1) Industri kerajinan rumah tangga (IKRT) dengan pekerja 1–4 orang; (2) Industri kecil (IK) pekerja 5– 19 orang; (3) Industri/usaha sedang/ menengah (UM) dengan pekerja 20–99 orang; dan (4) Industri/usaha besar (UB) dengan pekerja 100 orang atau lebih.

2.3 Pemberdayaan UMKM

Pemberdayaan adalah salah satu cara yang bisa dilakukan untuk membentuk kelompok lemah atau tidak mampu untuk meningkatkan kekuatan mereka dengan meningkatkan keterampilan mereka agar hasil kualitas kemudian dapat ditingkatkan. Salah satu dari kelompok yang perlu diberdayakan adalah; Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan masyarakat yang selalu bergerak pada sektor ekonomi dalam skala kecil dan mengalami kesulitan internal dalam mengembangkan usaha mereka.

UMKM harus diberdayakan karena peran UMKM cukup penting dalam hal pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Saat ini UMKM mengalami penurunan yang signifikan dibandingkan tahun 2019 saat terjadi karena pandemi Covid-19 yang membuat perekonomian menurun dan menyebabkan terjadinya resesi sehingga perlu dilakukan pemberdayaan UMKM di Indonesia untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, Kementerian Perindustrian dan Kebijakan

penegakan perdagangan memberdayakan UMKM berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam pemberdayaan UMKM antara lain meliputi beberapa hal yaitu:

- 1) Pengembangan kelembagaan
- 2) Pengembangan sumber daya manusia
- 3) Menciptakan kondisi keuangan atau permodalan yang menguntungkan
- 4) Mengembangkan aplikasi teknologi
- 5) Pengembangan produksi
- 6) Memudahkan pemasaran dan promosi
- 7) Perlindungan usaha
- 8) Fasilitas yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual

Kegiatan perlindungan dan pemberdayaan UMKM antara lain:

- 1) Meningkatkan dan memperkuat fungsi kelembagaan, manajemen dan sumber daya manusia di bidang UMKM.
- 2) Menciptakan kondisi keuangan dan permodalan bagi UMKM.
- 3) Menerapkan teknologi yang mampu meningkatkan kualitas dan produktivitas bagi UMKM.
- 4) Pengembangan sarana dan prasarana produksi usaha UMKM
- 5) Memfasilitasi pemasaran dan promosi produk-produk berkualitas tinggi UMKM (Ginting et al., 2019).

2.4 Konsep Pemberdayaan

Menurut Suharto (2005;58-59) terdapat beberapa definisi tentang pemberdayaan yaitu sebagai berikut:

1. Pemberdayaan dengan tujuan meningkatkan kekuatan masyarakat yang kurang mampu atau kurang beruntung keberuntungan.
2. Pemberdayaan adalah suatu proses di mana orang menjadi cukup kuat berpartisipasi dalam banyak kegiatan yang berbeda juga mengontrol peristiwa institusi yang mempengaruhi hidupnya. Lebih banyak pemberdayaan menekankan bahwa perusahaan mendapatkan keterampilan, pengetahuan dan mempunyai kekuatan yang cukup untuk

itu mempengaruhi hidupnya dan kehidupan orang lain menjadi hati-hati.

3. Pemberdayaan menunjuk pada usaha pengalokasian kembali kekuasaan melalui pengukuhan struktur sosial.
4. Pemberdayaan adalah salah satu cara untuk melakukannya dengan masyarakat, organisasi dan komunitas yang dibangun untuk dikuasai atau mempunyai kuasa atas hidupmu.

Pemberdayaan adalah suatu proses yang memungkinkan orang menjadi cukup kuat untuk terlibat dalam banyak aktivitas pengendalian dan mempengaruhi peristiwa dan organisasi yang mempengaruhi hidupnya. Pemberdayaan menekankan hal itu orang memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan cukup untuk berdampak pada kehidupan seseorang dan kehidupan orang lain itu menjadi perhatiannya. Hal tersebut di atas sesuai dengan UU Nomor 8 Tahun 2008 tentang UMKM yang menjadi tujuan pemberdayaan mencapai struktur perekonomian nasional yang seimbang, pembangunan dan pemerataan; tumbuh kembang (Safitri, 2020). Kemampuan UMKM untuk menjadi usaha yang bertanggung jawab dan mandiri dan memperkuat peran UMKM dalam pembangunan daerah, menciptakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan membawa masyarakat keluar dari kemiskinan. Penjelasan di atas ada di sana menjelaskan pentingnya UMKM dalam perekonomian memerlukan langkah-langkah strategis untuk memberdayakan UMKM merupakan pusat perekonomian masyarakat berbasis kemandirian.

Dalam kegiatan pemberdayaan, terdapat proses pemberdayaan itu sendiri dan memiliki langkah-langkah. Ada beberapa langkah dalam proses pemberdayaan yaitu:

1. Pemungkinan (*Enabling*) Pemungkinan berasal dari kata "mungkin" yang memiliki arti bisa saja. Akan tetapi yang dimaksud dengan pemungkinan (*enabling*) yang adalah menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi klien berkembang secara optimal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemungkinan adalah suatu kondisi

dimana fasilitator menciptakan keadaan yang memungkinkan obyek pemberdayaan untuk dapat mengembangkan potensinya.

2. Penguatan (*Empowering*)

Jenis proses pemberdayaan yang kedua yaitu penguatan (*empowering*). Secara bahasa, pemberdayaan berarti tindakan yang memperkuat atau memperkuat. Pemberdayaan adalah upaya untuk memajukan peran mandiri sehingga masyarakat pada tingkat individu, kolektif, organisasi, dan komunitas dapat menikmati tingkat kebahagiaan yang jauh lebih tinggi. Sebelumnya, mereka memiliki akses terhadap sumber daya, memiliki hati nurani yang kritis, memiliki kemampuan untuk mengatur masyarakat dan mengendalikan berbagai hal kegiatan pembangunan dilakukan di lingkungan. Sementara itu, dengan pemberdayaan secara spesifik meningkatkan kekuatan dan kemampuan pelanggan memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhannya. Penguatan memiliki kedalaman yang lebih presisi meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelanggan serta memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan hidup pelanggan.

3. Perlindungan (*Protecting*)

Ketiga, melindungi (*protecting*), memberdayakan juga berarti melindungi. Dalam proses pemberdayaan, pihak yang lemah harus dicegah agar tidak menjadi lemah. Sehingga melindungi dan memihak masyarakat lemah sangat mendasar dalam konsep pemberdayaan. Perlindungan tidak berarti isolasi atau penyembunyian interaksi karena akan sangat menutupi hal-hal kecil dan mengabaikan yang lemah. Perlindungan harus dianggap sebagai upaya juga untuk menghindari persaingan yang tidak seimbang mengeksploitasi yang kuat dan yang lemah. Memberdayakan masyarakat tidak membuat masyarakat semakin bergantung pada banyak hal yang berbeda program donasi (amal) untuk segalanya pada dasarnya kegembiraan harus diciptakan oleh usaha sendiri.

2.5 Peran UMKM

Secara umum, dalam perekonomian nasional, UMKM memegang peranan besar dalam kegiatan perekonomian; penyedia lapangan kerja; pencipta pasar baru; berperan penting dalam perekonomian lokal dan memberdayakan masyarakat; dan kontribusinya terhadap PDB dan neraca pembayaran. Kontribusi UMKM juga dapat diketahui melalui produk domestik bruto (PDB). PDB adalah nilai barang dan jasa yang diproduksi suatu negara pada tahun tertentu. Tujuan PDB adalah merangkum kegiatan perekonomian ke dalam jumlah tertentu selama jangka waktu tertentu. Total kontribusi UMKM terhadap PDB nasional merupakan akumulasi seluruh sektor ekonomi UMKM. UMKM mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap PDB, yaitu sebesar 61,97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp 1.000.000,8.573,89 triliun pada tahun 2020. Selanjutnya, pada tahun 2020, UMKM mengambil peran penting yang menyumbang 97% dari daya serap dunia usaha (Fauziah, 2020). Banyaknya UMKM berbanding lurus dengan banyaknya lapangan kerja di Indonesia, sehingga berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja. Meski berkontribusi besar terhadap pertumbuhan perekonomian nasional, UMKM Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan.

Tantangan sumber daya manusia bagi UMKM umumnya disebabkan oleh rendahnya tingkat pendidikan, keterampilan dan pengalaman serta rendahnya akses terhadap informasi. Terlebih lagi, merebaknya pandemi Covid-19 telah berdampak pada sebagian besar sektor. Namun pelaku UMKM dinilai paling terkena dampaknya. Pelaku usaha UMKM menghadapi tiga tantangan utama selama wabah pandemi Covid-19 di Tanah Air. Pertama tentang pasokan. Sejak diberlakukannya Lockdown Sosial Berskala Besar (PSSB) di sebagian besar daerah, banyak UMKM kita yang kesulitan dalam pengadaan bahan baku, PSBB mengganggu distribusi logistik sehingga mengakibatkan tertundanya pengiriman barang pesanan atau pembelian dalam waktu lama. Tantangan kedua adalah arus kas. Banyak perusahaan UMKM yang menilai pendapatannya menurun akibat sepiunya pelanggan yang membeli produk sejak penerapan PSBB dan penjarakan fisik. Selain itu, pelaku usaha UMKM juga kesulitan mendapatkan pinjaman. Pendapatan menurun, biaya produksi agak mahal, ditambah akses pinjaman yang

lebih sulit menyebabkan arus kas mereka terganggu. Tantangan ketiga adalah menurunnya permintaan. Ketidakpastian pasar mempengaruhi permintaan barang yang dijual oleh UMKM.

Menyadari menurunnya pendapatan UMKM dan segala kesulitan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM, pemerintah berupaya memberikan sejumlah stimulus melalui kebijakan restrukturisasi pinjaman, penambahan dukungan permodalan, pengurangan pembayaran listrik dan dukungan keuangan lainnya. Pemerintah telah memberikan insentif dukungan kepada UMKM melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) pada tahun 2020 dan akan dilanjutkan pada tahun 2021. Implementasi PEN untuk mendukung UMKM sebesar Rp 112,84 lakh miliar dinikmati oleh lebih dari 30 juta UMKM pada tahun 2020. Sementara itu, 2020 Pada tahun 2021, pemerintah juga membuat anggaran PEN untuk mendukung UMKM yang jumlahnya mencapai Rp 121,90 triliun untuk menjaga pemulihan ekonomi berkelanjutan. Pemerintah juga terus berupaya mendorong pemangku kepentingan UMKM untuk mengintegrasikan platform digital melalui program nasional gerakan Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang telah memiliki 11,7 juta UMKM pada akhir tahun 2020. Diharapkan pada tahun 2030, jumlah UMKM yang go digital mencapai 30 juta. Selain itu, pemerintah juga mendorong perluasan ekspor produk Indonesia melalui kegiatan ASEAN Online Sales Day (AOSD) pada tahun 2020. Indonesia masih menghadapi permasalahan perizinan yang kompleks dengan banyaknya peraturan pusat dan daerah atau superregulasi regulasi. Perizinan di berbagai bidang. Bidang tersebut menimbulkan perselisihan, tumpang tindih, tidak aktif dan bersifat sektoral, sehingga Pemerintah berupaya menyelesaikan permasalahan tersebut dengan mengembangkan Undang-undang Cipta Kerja yang disahkan pada tahun 2020. Salah satu isi yang diatur dalam UU Cipta Kerja adalah tentang kemudahan, perlindungan. dan memberdayakan UMKM. Pemerintah berharap melalui UU Cipta Kerja, UMKM dapat terus tumbuh dan bersaing.

2.6 Kerangka Pikir

Kesejahteraan belum menjadi milik masyarakat yang menciptakan masyarakat kita masih harus terus berusaha menciptakan inovasi atau upaya di dalamnya memenuhi kebutuhan ekonomi mereka. Buka bisnis dengan skala menengah ke bawah dan menjadi pelaku UMKM adalah bagiannya alternatif agar mereka tetap bisa mendapatkan penghasilan meski sesekali dengan modal yang tidak banyak. Dalam hal ini, pemerintah, misalnya semua pihak bertanggung jawab atas kesejahteraan komunitas mereka lebih memperhatikan upaya masyarakat khususnya dengan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut kerangka pikir dapat disimpulkan sebagai berikut:

UMKM yang dijalankan oleh masyarakat Kota Bandar Lampung masih memiliki beberapa keterbatasan seperti:

1. Kekurangan modal
2. Kualitas SDM yang rendah
3. Produktivitas dan kualitas produk yang rendah.

Dibutuhkan penanganan melalui Pemerintah Daerah Kota Bandar Lampung, khususnya melalui pemberdayaan UMKM.

Proses pemberdayaan UMKM dilihat dari tiga sisi yaitu:

1. Enabling
2. Empowering
3. Protecting

Hambatan dalam UMKM Kota Bandar Lampung teratasi dan dapat meningkatkan pendapatan sehingga secara tidak langsung mampu mensejahterahkan masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah dalam memecahkan masalah dengan cara sistematis yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang hasil penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Analisis data berjenis analisis induktif dan menekankan pada kualitas dan hasil penelitian lebih menitikberatkan pada makna daripada generalisasi obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, dimana metode ini sangat sesuai dengan penelitian ini karena berfokus dengan “Bagaimana” dan “Apa” tentang suatu rangkaian dan alasan dari suatu peristiwa tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan induktif dengan mengumpulkan data, mengolah data, dan menganalisis sebuah data yang didapatkan dengan tujuan mencari informasi yang mendalam tentang perjudian online. Data penelitian ini didapatkan dengan teknik observasi data melalui internet.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian menjadi batasan yang untuk peneliti agar tidak terjebak dari banyaknya data yang diperoleh selama pengumpulan data di lapangan. Penelitian mempunyai keterbatasan terhadap permasalahan tergantung pada tingkat urgensi, kepentingan, dan permasalahan yang perlu dipecahkan oleh peneliti. Penelitian ini berfokus pada proses bagaimana pemerintah melakukan pemberdayaan pada pelaku UMKM yang ada di Kota Bandar Lampung melalui Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, bisa melalui jurnal atau sumber lain. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui studi literatur seperti jurnal, buku, dan lainnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan sesuai dengan rancangan penelitian yang telah ditentukan. Data tersebut diperoleh dengan jalan pengamatan, atau pengukuran gejala yang diteliti. Data yang dikumpulkan merupakan pernyataan fakta mengenai objek yang diteliti. Teknik pengumpulan data dengan studi literatur yang disesuaikan dengan topik penelitian yang diambil, karena tujuannya adalah untuk mencari celah dan memberikan inspirasi dalam melakukan pengumpulan data.

3.5 Metode Analisa Data

Metode analisis data adalah serangkaian langkah atau teknik yang digunakan untuk mengolah data yang telah dikumpulkan dalam penelitian. Metode ini membantu menjawab permasalahan penelitian dan menghasilkan output atau keluaran yang dapat menjadi rekomendasi untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang ditemukan dalam penelitian. Tujuan dari reduksi data adalah untuk menghasilkan informasi yang bermakna dan memudahkan dalam penarikan kesimpulan. Setelah memperoleh data penelitian, data akan dikumpulkan dan dipilih menurut hal-hal yang menjadi masalah utama penelitian atau berfokus pada hal penting untuk penelitian.

2. Penyajian Data

Setelah data melalui proses reduksi, berikutnya adalah menyajikan data. Pada penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dengan bentuk deskripsi singkat, bagan, dan hubungan antar kategori dengan menggunakan teks naratif. Dengan menyajikan data, penulis akan mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merancang pekerjaan dengan data yang telah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Setiap kesimpulan yang dibuat oleh peneliti semata-mata didasarkan pada data yang dikumpulkan dan diolah. Hasil penelitian tergantung pada kemampuan peneliti untuk menafsirkan secara logis data yang telah disusun secara sistematis menjadi ikatan pengertian sebab-akibat objek penelitian.

Setiap kesimpulan dapat diuji kembali validitasnya dengan jalan meneliti jenis dan sifat data dan model yang digunakan.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan standar kebenaran suatu data hasil penelitian yang lebih menekankan pada data/informasi dari pada sika dan jumlah orng. Pada dasarnya uji kebasahan data dalam sebuah penelitian, hanya ditekankan pada uji validitas dan realibilitas. Ada perbedaan yang mendasar mengenai validitas dan realibilitanya adalah instrumen penelitiannya. Sedangkan dalam penelitian kualitatif yang di uji adalah datanya. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dalam pemeriksaan data memiliki beberapa kriteria yaitu:

1. Derajat kepercayaan (*credibility*)

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, analisis kasus negatif. Teknik ini dipakai para peneliti untuk pemeriksaan triagulasi melalui sumber lainnya.

2. Keteralihan (*transferability*)

Transferability tergantung pada pemakai, manakala hasil penelitian tersebut dapat digunakan dalam konteks dan situasi sosial lain. Oleh karena itu, peneliti harus membuat laporannya dengan uraian yang rinci, jelas, sistematis sehingga dapat dipercaya. Untuk melakukan kriteria keteralihan, peneliti berupaya mencari dan mengumpulkan dari data jurnal di internet.

3. Kebergantungan (*dependability*)

Uji dependability dilakukan melalui audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Sering terjadi seorang peneliti tidak melakukan proses penelitian yang sebenarnya tetapi peneliti tersebut dapat memberikan data. Oleh karena itu harus dilakukan diuji dependability. Pengujian

dependability biasanya dilakukan oleh tim auditor independen, atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melaksanakan penelitian. Jika peneliti tidak mempunyai atau tidak mampu menunjukkan aktivitasnya di lapangan maka dependabilitas penelitiannya patut diragukan. Peneliti harus mampu membuktikan bahwa seluruh rangkaian proses penelitian mulai dari menentukan fokus/masalah, memasuki lapangan, mengumpulkan data, menganalisis data, sampai membuat suatu kesimpulan benar-benar dilakukan.

4. Kepastian (*confirmability*)

Uji komfirmability mirip dengan uji dependability sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Uji komfirmability berarti menguji hasil penelitian. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmabilitynya. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengecekan kekokohan data yang diperoleh akan diperiksa untuk melihat benar atau tidaknya di lapangan, mengevaluasi hasilnya. Namun apabila setelah dilakukan pengecekan reliabilitas data dianggap akurat, maka pengendalian hasil penelitian akan dilakukan oleh dosen pembimbing. Yang dapat dilakukan peneliti untuk menguji kepastian tersebut adalah melalui seminar proposal dan seminar hasil.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung

Sejak pertengahan tahun 1997, dampak dari krisis ekonomi yang melanda Indonesia masih terasa hingga saat ini. Dampak krisis tersebut memiliki sisi negatif dan positif. Dampak negatifnya mencakup pertumbuhan ekonomi yang rendah, meningkatnya jumlah perusahaan yang mengalami kebangkrutan, peningkatan tingkat pengangguran, serta pertambahan jumlah penduduk yang hidup dalam kemiskinan. Di sisi lain, dampak positifnya adalah kesadaran dan perubahan paradigma pembangunan yang mendesak pemerintah untuk beralih dari pendekatan ekonomi berlandaskan konglomerat ke arah ekonomi kerakyatan dengan pemberian peran yang lebih signifikan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Idayu et al., 2021).

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM memberikan definisi Usaha Mikro sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang diatur dalam undang-undang. UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki potensi untuk berkembang dan berperan secara konsisten dalam ekonomi nasional. UMKM membantu menciptakan lapangan kerja produktif dan memiliki ciri padat karya, memerlukan modal usaha yang terbatas, serta menggunakan teknologi yang relatif sederhana. Selama krisis ekonomi tahun 1997, UMKM telah membuktikan ketangguhannya dalam menghadapi tantangan tersebut dan berperan sebagai alat pemulihan ekonomi nasional, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan menyerap tenaga kerja. Oleh karena itu, pengembangan UMKM menjadi kunci penting dalam meningkatkan ekonomi Indonesia.

Kota Bandar Lampung, pemberdayaan UMKM diatur dalam Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2016 (Hidayah et al., 2019). Meskipun UMKM memiliki peran vital dalam ekonomi nasional, mereka masih menghadapi berbagai hambatan seperti permodalan yang terbatas, keterampilan manajerial yang kurang, organisasi

yang lemah, serta tantangan dalam pemasaran. Dalam konteks ini, Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Bandar Lampung telah mengambil berbagai tindakan untuk mengatasi tantangan ini, termasuk penyediaan pelatihan, pemberdayaan, dan dukungan dalam pengembangan UMKM. Seiring dengan visi "Bandar Lampung Sehat, Cerdas, Beriman, Berbudaya, Unggul, Dan Berdaya Saing Berbasis Ekonomi Kerakyatan," kota ini terus berupaya menggerakkan sektor ekonomi, jasa, dan sosial politik dalam persaingan global yang semakin ketat (Pujiono et al., 2018).

Berdasarkan Online Data System Kementerian Koperasi dan UMKM RI tahun 2021, Provinsi Lampung terdiri dari 15 kabupaten dan kota dengan total usaha UMKM sebanyak 157.120, dengan rincian jumlah usaha di tiap kabupaten/kota sebagai berikut: 1) Lampung Barat dengan 2.643 usaha, 2) Tanggamus dengan 186 usaha, 3) Lampung Selatan dengan 701 usaha, 4) Lampung Timur dengan 650 usaha, 5) Lampung Tengah dengan 796 usaha, 6) Lampung Utara dengan 457 usaha, 7) Way Kanan dengan 840 usaha, 8) Tulang Bawang dengan 633 usaha, 9) Tulang Bawang Barat dengan 179 usaha, 10) Pesawaran dengan 482 usaha, 11) Mesuji dengan 4.287 usaha, 12) Pringsewu dengan 1.967 usaha, 13) Pesisir Barat dengan 912 usaha, 14) Bandar Lampung dengan 118.533 usaha, dan 15) Metro dengan 23.854 usaha (R. D. Rahmadani & Subroto, 2022).

Di Kota Bandar Lampung, terdapat sekitar 118.533 UMKM yang tersebar di 20 kecamatan. Dari jumlah tersebut, sekitar 82% UMKM mengoptimalkan aktivitas penjualan mereka melalui sistem penjualan online, menggunakan outlet masing-masing pelaku UMKM di platform e-commerce dan media sosial (Hesti et al., 2023). Melihat potensi UMKM yang cukup besar, ini menjadi alasan kuat untuk memberdayakan UMKM di Kota Bandar Lampung dengan tujuan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Namun, dalam proses pemberdayaan UMKM, masih terdapat berbagai masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha. Tantangan ini meliputi keterbatasan modal, keterbatasan sumber daya manusia yang memadai, serta hambatan lainnya. Oleh karena itu, diperlukan campur tangan lembaga pemerintahan sebagai pihak yang memiliki tanggung jawab untuk membantu memberdayakan UMKM yang ada di Kota Bandar Lampung. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat tumbuh dan berkembang,

berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, dan mendorong kesejahteraan masyarakat Kota Bandar Lampung.

Secara mendasar, strategi operasional adalah suatu proses yang telah dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, strategi akan lebih komprehensif ketika digabungkan dengan kalimat lain, karena pada hakikatnya strategi adalah alat yang digunakan untuk mengelola, mengatur, dan merumuskan rencana. Strategi dapat diartikan sebagai upaya yang disusun secara sistematis dengan berbagai cara atau taktik (berdasarkan ilmu atau seni) untuk mencapai tujuan dengan efektif dan efisien. Penggunaan strategi dalam manajemen atau dalam konteks organisasi adalah suatu metode atau pendekatan utama yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan strategis organisasi. Berdasarkan berbagai definisi yang disajikan oleh para ahli, strategi dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Menurut James Brian Quinn, strategi mencakup pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama, kebijakan, dan serangkaian tindakan ke dalam suatu kesatuan yang saling terkait. Sementara menurut William Hence, strategi adalah tentang fokus sumber daya pada peluang yang dapat memberikan keunggulan kompetitif.

Dalam esensinya, strategi adalah rencana terpadu yang diperlukan untuk tujuan jangka panjang organisasi. Namun, strategi ini juga harus selalu beradaptasi dengan lingkungan organisasi serta kontribusinya pada pemikiran bangsa dan negara. Proses formulasi strategi, yang mencakup perencanaan strategi, melibatkan serangkaian kegiatan sistematis seperti menetapkan arah strategi organisasi dengan merumuskan visi, misi, dan nilai-nilai, mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan, menganalisis SWOT, merumuskan tujuan strategi, mengembangkan alternatif-alternatif strategi, dan akhirnya memilih strategi yang paling sesuai dengan tujuan organisasi. Jika strategi yang telah ditetapkan tidak efektif dalam mencapai tujuan karena adanya kondisi tak terduga, maka perlu dilakukan revisi strategi.

Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki berbagai definisi dan konsep yang dapat dilihat dari berbagai pendekatan, baik berdasarkan aset, omzet, atau tenaga kerja. Secara umum, UMKM merujuk kepada unit usaha produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh individu atau badan usaha,

mencakup berbagai sektor ekonomi, seperti perdagangan, pengolahan, pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, dan jasa. UMKM juga bisa diartikan sebagai perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh individu atau kelompok kecil dengan kekayaan dan pendapatan tertentu. Mereka berperan dalam membantu perekonomian Indonesia, menciptakan lapangan kerja, dan berkontribusi pada devisa negara melalui pembayaran pajak badan usaha.

UMKM dilihat sebagai motor penggerak pembangunan Indonesia dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk industri manufaktur, agribisnis, pertanian, sumber daya manusia, dan sebagainya. Ini menunjukkan peran penting UMKM dalam pemulihan ekonomi nasional dan pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. UU No 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa UMKM adalah kegiatan usaha yang mampu menciptakan lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, serta berperan dalam proses pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional. UMKM dikelompokkan menjadi tiga kategori berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualannya, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih dan hasil penjualan terbatas, sementara usaha kecil dan usaha menengah memiliki kriteria kekayaan dan hasil penjualan yang lebih besar.

Pemberdayaan UMKM menjadi penting dalam upaya mengembangkan potensi mereka. Pemberdayaan ini melibatkan pengelolaan aspek keuangan, produksi, pemasaran, dan sumber daya manusia. Keberhasilan UMKM dalam menjalankan usahanya juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi global, kepercayaan konsumen, dan hubungan pelaku usaha dengan konsumen. Pengembangan UMKM adalah salah satu cara untuk meningkatkan daya saing mereka. Pemerintah dapat memberikan dukungan dalam bentuk berbagai upaya, seperti menciptakan iklim usaha yang kondusif, bantuan permodalan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan, pelatihan, promosi, dan kerjasama yang seimbang.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah usaha untuk mengubah keadaan atau kondisi masyarakat secara individu atau berkelompok dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan mereka.

Pemberdayaan ekonomi melibatkan proses untuk memberikan daya/kekuasaan kepada pihak yang lemah dan mengurangi kekuasaan bagi pihak yang terlalu berkuasa. Konsep pemberdayaan fokus pada menjadikan masyarakat sebagai subjek yang aktif dalam pembangunan, bukan sebagai objek pasif. Pemberdayaan dapat diwujudkan melalui berbagai cara, termasuk menciptakan iklim yang mendukung, meningkatkan potensi ekonomi masyarakat, dan mengembangkan ekonomi rakyat. Pemberdayaan ekonomi masyarakat harus memperkuat potensi masyarakat melalui pendidikan, kesehatan, akses sumber daya ekonomi, dan pengembangan ekonomi rakyat. Dalam konsep pemberdayaan, masyarakat dihadirkan sebagai pelaku aktif dalam proses pembangunan, dengan berfokus pada pengentasan kemiskinan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan. Pemberdayaan juga melibatkan perlindungan dan pencegahan persaingan yang tidak seimbang, serta menciptakan kerjasama dan kemitraan yang berkelanjutan antara kelompok yang sudah maju dan yang belum berkembang.

Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki berbagai definisi dan konsep yang dapat dilihat dari berbagai pendekatan, baik berdasarkan aset, omzet, atau tenaga kerja. Secara umum, UMKM merujuk kepada unit usaha produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh individu atau badan usaha, mencakup berbagai sektor ekonomi, seperti perdagangan, pengolahan, pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, dan jasa. UMKM juga bisa diartikan sebagai perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh individu atau kelompok kecil dengan kekayaan dan pendapatan tertentu. Mereka berperan dalam membantu perekonomian Indonesia, menciptakan lapangan kerja, dan berkontribusi pada devisa negara melalui pembayaran pajak badan usaha.

UMKM dilihat sebagai motor penggerak pembangunan Indonesia dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk industri manufaktur, agribisnis, pertanian, sumber daya manusia, dan sebagainya. Ini menunjukkan peran penting UMKM dalam pemulihan ekonomi nasional dan pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. UU No 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa UMKM adalah kegiatan usaha yang mampu menciptakan lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, serta berperan dalam proses pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional. UMKM

dikelompokkan menjadi tiga kategori berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualannya, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih dan hasil penjualan terbatas, sementara usaha kecil dan usaha menengah memiliki kriteria kekayaan dan hasil penjualan yang lebih besar.

Pemberdayaan UMKM menjadi penting dalam upaya mengembangkan potensi mereka. Pemberdayaan ini melibatkan pengelolaan aspek keuangan, produksi, pemasaran, dan sumber daya manusia. Keberhasilan UMKM dalam menjalankan usahanya juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi global, kepercayaan konsumen, dan hubungan pelaku usaha dengan konsumen. Pengembangan UMKM adalah salah satu cara untuk meningkatkan daya saing mereka. Pemerintah dapat memberikan dukungan dalam bentuk berbagai upaya, seperti menciptakan iklim usaha yang kondusif, bantuan permodalan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan, pelatihan, promosi, dan kerjasama yang seimbang. Pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah usaha untuk mengubah keadaan atau kondisi masyarakat secara individu atau berkelompok dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan mereka.

Pemberdayaan ekonomi melibatkan proses untuk memberikan daya/kekuasaan kepada pihak yang lemah dan mengurangi kekuasaan bagi pihak yang terlalu berkuasa. Konsep pemberdayaan fokus pada menjadikan masyarakat sebagai subjek yang aktif dalam pembangunan, bukan sebagai objek pasif. Pemberdayaan dapat diwujudkan melalui berbagai cara, termasuk menciptakan iklim yang mendukung, meningkatkan potensi ekonomi masyarakat, dan mengembangkan ekonomi rakyat. Strategi pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peranan kunci dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan di banyak negara. Pemberdayaan UMKM tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada aspek sosial dan lingkungan. Berikut ini adalah strategi pemberdayaan UMKM yang mencakup berbagai aspek.

Pertama, strategi pemberdayaan UMKM berfokus pada peningkatan aksesibilitas terhadap modal usaha. Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan akses terhadap sumber daya finansial. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM melalui penyediaan kredit usaha dengan suku bunga yang bersaing atau bahkan tanpa bunga menjadi salah satu pendekatan penting. Dukungan ini bisa datang dari lembaga keuangan, pemerintah, atau program-program kemitraan dengan sektor swasta.

Kedua, strategi pemberdayaan UMKM mencakup pelatihan dan pendidikan. Pelaku UMKM perlu diberikan akses ke pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola bisnis mereka dengan efisien. Pelatihan dapat melibatkan berbagai aspek, mulai dari manajemen keuangan, pemasaran, hingga penggunaan teknologi informasi. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang memadai, pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka.

Ketiga, strategi pemberdayaan UMKM melibatkan akses pasar yang lebih luas. UMKM perlu didorong untuk memasarkan produk atau layanan mereka ke tingkat yang lebih besar, termasuk pasar internasional. Ini bisa mencakup penggunaan platform e-commerce, partisipasi dalam pameran perdagangan, atau dukungan untuk memperluas jaringan bisnis. Akses pasar yang lebih luas akan membantu UMKM untuk mengatasi keterbatasan pasar lokal.

Keempat, strategi pemberdayaan UMKM melibatkan dukungan kebijakan. Pemerintah perlu menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan UMKM melalui kebijakan yang mendukung keberlanjutan, inovasi, dan inklusivitas. Hal ini mencakup pengurangan birokrasi, penyediaan insentif pajak, serta perlindungan hak kekayaan intelektual. Kebijakan ini akan menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM.

Kelima, strategi pemberdayaan UMKM juga mencakup pengembangan jaringan dan kemitraan. UMKM dapat memperoleh manfaat yang signifikan dari berkolaborasi dengan pelaku usaha lain, baik lokal maupun global. Jaringan ini dapat membantu dalam pemenuhan pasokan bahan baku, distribusi produk, serta peluang kemitraan dalam proyek bersama. Kerjasama ini memperluas peluang dan

meningkatkan daya saing UMKM. Terakhir, strategi pemberdayaan UMKM harus memasukkan dimensi lingkungan. UMKM yang berkelanjutan harus mempertimbangkan dampak lingkungan dari operasi mereka. Oleh karena itu, penggunaan praktik bisnis yang ramah lingkungan dan peningkatan efisiensi sumber daya harus diperhatikan dalam strategi pemberdayaan UMKM.

Secara keseluruhan, strategi pemberdayaan UMKM adalah pendekatan holistik yang mencakup berbagai aspek yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pemberdayaan ekonomi masyarakat harus memperkuat potensi masyarakat melalui pendidikan, kesehatan, akses sumber daya ekonomi, dan pengembangan ekonomi rakyat. Dalam konsep pemberdayaan, masyarakat dihadirkan sebagai pelaku aktif dalam proses pembangunan, dengan berfokus pada pengentasan kemiskinan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan. Pemberdayaan juga melibatkan perlindungan dan pencegahan persaingan yang tidak seimbang, serta menciptakan kerjasama dan kemitraan yang berkelanjutan antara kelompok yang sudah maju dan yang belum berkembang.

Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung telah mengambil langkah strategis dalam rangka pemulihan kondisi UMKM di wilayah mereka. Dalam Renstra Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung, yang telah disahkan dalam dokumen Perdan RPJMD Kota Bandar Lampung periode 2021-2026, terdapat empat pokok strategi kebijakan yang dirumuskan. Strategi-strategi tersebut mencakup berbagai aspek kebijakan yang bertujuan untuk memajukan UMKM dan koperasi di wilayah tersebut. Salah satu strategi utama adalah mendorong penguatan kelembagaan dan peningkatan daya saing UMKM dan koperasi (Maharani et al., 2023). Dalam hal ini, tujuan utama adalah memastikan bahwa UMKM dan koperasi tumbuh menjadi usaha yang berkelanjutan dan memiliki skala yang lebih besar. Strategi ini melibatkan upaya untuk memberdayakan dan memberikan dukungan kepada para pelaku usaha kecil dan menengah untuk berkembang. Selain itu, Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung berupaya meningkatkan fasilitasi dan pendampingan dalam pengembangan produk dan

pemasaran bagi koperasi dan UMKM. Dengan cara ini, diharapkan volume usaha para pelaku UMKM dapat meningkat.

Aksesibilitas terhadap pembiayaan juga menjadi fokus strategi. Pihak Dinas berupaya meningkatkan akses koperasi dan UMKM terhadap pembiayaan dengan bunga rendah atau bahkan tanpa bunga. Hal ini dapat dilakukan melalui kerja sama dengan lembaga keuangan baik bank maupun non-bank. Tujuannya adalah untuk memberikan peluang lebih besar kepada pelaku usaha UMKM dalam mengembangkan usaha mereka. Terakhir, strategi yang diusung oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung adalah meningkatkan iklim usaha mikro kecil dan koperasi yang kondusif dalam era perdagangan bebas dan globalisasi. Ini termasuk menciptakan regulasi dan kebijakan yang mendukung perkembangan UMKM dan koperasi dalam lingkungan yang semakin terbuka secara global. Meskipun strategi-strategi kebijakan telah dirumuskan dan diterapkan, banyak permasalahan dan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Diagnosis masalah melibatkan beberapa hambatan kunci, termasuk kurangnya sinergi antara pemerintah kota dan Dinas Koperasi dan UKM, serta penanganan kurang serius oleh pemerintah kota terhadap masalah ini. Selain itu, hambatan lainnya adalah keterbatasan anggaran akibat penurunan dana APBD dan pajak selama pandemi COVID-19 (Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, 2018). Hal ini telah mengakibatkan kendala dalam melaksanakan program kebijakan, terutama dalam hal pelatihan, sosialisasi, pembinaan, dan pengadaan modal usaha bagi pelaku UMKM. Semua ini menunjukkan bahwa strategi-strategi tersebut masih memiliki tantangan yang harus diatasi agar dapat memberikan dampak yang maksimal dalam mendukung UMKM dan koperasi di Kota Bandar Lampung.

Selain itu, para pelaku usaha UMKM juga menghadapi beberapa kendala terkait dengan kebijakan pemerintah. Meskipun kebijakan pemerintah bertujuan untuk memutus rantai penyebaran COVID-19, namun dampaknya terasa di berbagai sektor, termasuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kebijakan-kebijakan seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) awal, seringnya lockdown di berbagai daerah, dan saat ini Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berdampak signifikan pada UMKM. Pemberlakuan

kebijakan-kebijakan tersebut mengakibatkan banyak pelaku usaha harus menghadapi situasi di mana jumlah konsumen menurun drastis, harga barang terus meningkat, jam operasional bisnis dikurangi, dan bahkan beberapa pelaku usaha terpaksa menutup usahanya. Dalam menghadapi tantangan ini, Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung telah merumuskan empat poin kebijakan sebagai panduan untuk mengatasi permasalahan yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan strategi mereka dalam meningkatkan kegiatan usaha pelaku UMKM pasca pandemi COVID-19.

Poin pertama adalah upaya untuk mengoptimalkan kegiatan pemasaran bagi pelaku usaha UMKM di Kota Bandar Lampung. Hal ini dilakukan dengan memberikan pelatihan, pembinaan, bazaar, dan kegiatan sosialisasi. Dengan langkah ini, diharapkan pelaku usaha UMKM dapat mempertahankan bisnis mereka dan meningkatkan pemasaran produk mereka.

Poin kedua adalah meningkatkan aksesibilitas koperasi dan UMKM terhadap pembiayaan tanpa bunga atau dengan bunga yang rendah. Tujuannya adalah membantu pelaku usaha yang kesulitan dalam mendapatkan modal usaha. Pemerintah kota Bandar Lampung akan membantu mengatasi permasalahan ini dengan kebijakan aksesibilitas pembiayaan.

Poin ketiga adalah meningkatkan fasilitas pendampingan dalam mengembangkan produk UMKM untuk meningkatkan volume usaha. Fasilitas pendamping ini melibatkan penyediaan tempat untuk berjualan, kerjasama dengan perusahaan, dan berbagai inisiatif lainnya untuk mendukung pengembangan produk UMKM.

Poin keempat adalah mengoptimalkan kegiatan dan mendukung fasilitas program dari Kementerian. Ini mencakup program bantuan yang berasal dari pemerintah pusat dan daerah, seperti program Ekonomi Kerakyatan (EKOR). Penyaluran bantuan ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha UMKM mempertahankan bisnis mereka.

Dalam implementasi kebijakan-kebijakan ini, Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung telah melakukan berbagai langkah, termasuk pelatihan, pembinaan, bazaar, peluncuran program pinjaman tanpa bunga, serta pembukaan taman wisata UMKM. Semua upaya ini bertujuan untuk mendukung pelaku usaha UMKM dalam mempertahankan usaha mereka dan meningkatkan kegiatan usaha, terutama setelah pandemi COVID-19 (Sari, F. P., Liantifa, M., Yuliasih, M., Irawan, D. A., Budaya, I., Setiawan, Z., ... & Pabulo, 2023). Dengan demikian, Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung berupaya untuk mencapai kesuksesan dalam strategi mereka untuk mendukung UMKM pasca pandemi COVID-19.

Implementasi dari kebijakan diatas salah satunya UMKM Kerupuk Cumi. Upaya pemberdayaan UMKM kolektif melalui pemberdayaan perempuan di Kampung Nelayan Cungkeng, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung, memiliki fokus utama pada pengolahan cumi menjadi kerupuk dengan rasa lezat, kerenyahan, gurih, dan tinggi gizi . Inisiatif ini digerakkan oleh para perempuan yang memiliki komitmen kuat untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan keluarga mereka. Upaya peningkatan keterampilan merupakan komponen kunci dalam pencapaian tujuan ini. Para perempuan ini telah menjalani pelatihan dalam pembuatan adonan kerupuk cumi yang menghasilkan rasa dan tampilan produk yang menarik bagi konsumen. Selama ini, produk kerupuk cumi dikemas dengan sangat sederhana, dan merek dagang "Nona Pesisir" hanya dicetak dengan warna hitam-putih. Kualitas kemasan yang kurang menarik dan tidak ada perhatian pada merek yang kuat mengakibatkan daya jual yang tidak maksimal dan keuntungan yang minim.

Upaya pemberdayaan UMKM kolektif melalui pemberdayaan perempuan di Kampung Nelayan Cungkeng di Teluk Betung Timur, Bandar Lampung, bertujuan untuk mengembangkan usaha kerupuk cumi yang memiliki cita rasa tinggi dan gizi yang melimpah. Inisiatif ini didorong oleh perempuan yang berkomitmen untuk meningkatkan taraf ekonomi keluarga. Upaya peningkatan keterampilan, termasuk cara membuat adonan kerupuk cumi yang lezat dan menarik, telah dilakukan. Meskipun kerupuk cumi tersebut memiliki kualitas baik, masalah utamanya adalah kemasan yang masih sederhana, merek yang kurang menarik, dan tampilan produk yang kurang konsisten dan memikat. Untuk

mengatasi hambatan dalam pemasaran, beberapa upaya telah diidentifikasi, termasuk memberikan motivasi kepada UMKM, memberikan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, serta fokus pada perbaikan kemasan, merek, tampilan produk, dan strategi pemasaran yang lebih luas. Selain itu, perizinan usaha juga menjadi perhatian untuk memastikan legalitas usaha dan kepercayaan dalam menjual produk secara luas.

Untuk mengatasi hambatan dalam pemasaran dan meningkatkan pemberdayaan UMKM tersebut, beberapa langkah telah diidentifikasi:

- Memberikan Motivasi

Para perempuan yang terlibat dalam UMKM ini perlu diberikan motivasi untuk meningkatkan semangat kerja dan produktivitas mereka. Motivasi ini akan membantu mereka untuk terus tumbuh dan berkembang, yang pada gilirannya akan meningkatkan ekonomi keluarga dan masyarakat setempat.

- Memberikan Pelatihan

Memberikan pelatihan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan UMKM. Pelatihan ini dapat mencakup aspek pembuatan kerupuk cumi yang lebih baik, manajemen usaha, dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Para pelatih dapat berasal dari akademisi dan praktisi yang memiliki pengetahuan yang mendalam dalam bidang tersebut. Untuk mengatasi hambatan dalam pemasaran, yang mencakup kemasan produk, merek dagang, hasil produk, dan target pasar, beberapa langkah dapat diambil:

- Perbaikan Kemasan

Kemasan produk perlu ditingkatkan agar lebih menarik bagi konsumen. Kemasan yang lebih menarik dapat meningkatkan daya tarik produk, bahkan jika rasa dan kualitasnya sudah baik. Perbaikan kemasan bisa termasuk

penggunaan bahan kemasan yang lebih menarik dan pemberian label yang lebih informatif.

- Rebranding

Merek dagang "Nona Pesisir" perlu diperbaharui agar lebih menarik dan relevan dengan target pasar. Desain merek yang menarik, warna yang sesuai, dan tampilan yang menarik akan meningkatkan daya jual produk dan membuatnya lebih kompetitif di pasar.

- Perbaiki Hasil Produk

Konsistensi dalam bentuk dan warna produk kerupuk cumi sangat penting. Bentuk yang konsisten dan warna yang sesuai dengan karakter cumi akan membuat produk lebih menarik bagi konsumen. Produk yang lebih menarik akan menarik perhatian dan minat konsumen, meningkatkan penjualan.

- Pemasaran yang Lebih Luas

Upaya pemasaran harus ditingkatkan, termasuk menjelajahi cara-cara pemasaran yang lebih luas, seperti memanfaatkan platform digital untuk mencapai konsumen yang lebih luas. Pemasaran online dan offline dapat meningkatkan jangkauan produk dan meningkatkan penjualan.

Selain itu, penting juga untuk memastikan bahwa UMKM memiliki izin usaha yang sesuai dengan peraturan yang berlaku. Izin usaha akan memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk dihasilkan secara legal dan aman untuk dikonsumsi. Dengan melakukan langkah-langkah ini, diharapkan UMKM di Kampung Nelayan Cungkeng dapat mengatasi hambatan dalam pemasaran dan meningkatkan daya jual produk kerupuk cumi mereka.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Pada tahun 1997, krisis ekonomi melanda Indonesia, memberikan dampak negatif seperti pertumbuhan ekonomi yang rendah, peningkatan jumlah perusahaan yang mengalami kebangkrutan, meningkatnya tingkat pengangguran, dan peningkatan jumlah penduduk yang hidup dalam kemiskinan. Namun, dari sisi positif, krisis tersebut mendorong perubahan paradigma pembangunan, menggeser fokus dari ekonomi berlandaskan konglomerat ke ekonomi kerakyatan dengan pemberian peran yang lebih signifikan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Kota Bandar Lampung merespons peran penting UMKM ini dengan mengaturnya melalui Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2016. Meskipun UMKM memiliki peran vital dalam ekonomi nasional, mereka masih menghadapi berbagai hambatan seperti permodalan yang terbatas, keterampilan manajerial yang kurang, organisasi yang lemah, serta tantangan dalam pemasaran. Untuk mengatasi hambatan ini, Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Bandar Lampung telah mengambil berbagai tindakan, termasuk penyediaan pelatihan, pemberdayaan, dan dukungan dalam pengembangan UMKM. Dalam konteks visi "Bandar Lampung Sehat, Cerdas, Beriman, Berbudaya, Unggul, Dan Berdaya Saing Berbasis Ekonomi Kerakyatan," kota ini berupaya keras untuk menggerakkan sektor ekonomi, jasa, dan sosial politik dalam persaingan global yang semakin ketat. Dengan dukungan yang tepat, UMKM di Kota Bandar Lampung dapat tumbuh, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, dan mendorong kesejahteraan masyarakat setempat.

5.2 Saran

Untuk lebih memperkuat peran dan kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Kota Bandar Lampung, ada beberapa saran yang dapat diimplementasikan. Pertama, perlu meningkatkan akses UMKM terhadap permodalan. Pemerintah Kota Bandar Lampung dapat menjalin kerjasama dengan lembaga keuangan seperti bank-bank lokal untuk memberikan pinjaman dengan suku bunga yang terjangkau kepada UMKM. Selain itu, diperlukan fasilitasi untuk akses pembiayaan alternatif seperti modal ventura dan koperasi. Penyediaan pelatihan manajerial dan bimbingan teknis juga penting untuk membantu UMKM dalam manajemen usaha, pemasaran, dan operasional yang lebih efektif.

Kedua, kerjasama antara pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga penelitian dapat ditingkatkan untuk mendukung inovasi dalam UMKM. Dengan memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan teknologi, UMKM dapat meningkatkan kualitas produk dan daya saing mereka di pasar. Selain itu, promosi produk UMKM, baik melalui pameran lokal maupun pemasaran online, dapat didorong untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas. Inisiatif seperti pasar digital lokal juga dapat membantu UMKM untuk menjual produk mereka secara online, menciptakan peluang bisnis baru dan ekspansi ke luar wilayah lokal. Dengan upaya-upaya ini, UMKM di Kota Bandar Lampung memiliki potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. UGM Press.
- Hesti, Y., Hapsari, R. A., Ainita, O., & Satria, I. (2023). *Betung Timur Bandar Lampung Melalui Pembuatan Kerupuk Cumi*. 2, 53–58.
- Sari, F. P., Liantifa, M., Yuliasih, M., Irawan, D. A., Budaya, I., Setiawan, Z., ... & Pabulo, A. M. A. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN & PEMASARAN UMKM: Teori & Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Labetubun, M. A. H., Kembauw, E., Hasan, M., Arifudin, O., Yulistiyono, A., Maulina, D., ... & Nugroho, L. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*.

Jurnal

- Fauziah, P. (2020). Strategi Pengembangan UMKM Menggunakan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 109–115. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>
- Ginting, A. P., Hubeis, M., & Fahma, F. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Pangan Berdaya Saing di Kota Bandung. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 14(1), 1–7. <https://doi.org/10.29244/mikm.14.1.1-7>
- Hidayah, U., Mulatsih, S., & Purnamadewi, Y. L. (2019). Analisis Kinerja Dan Strategi Pengembangan Umkm Alas Kaki Di Desa Pagelaran. *Jurnal Benefita*, 4(3), 435. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4232>
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten

- Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Maharani, T., Mulyana, N., & Karmilasari, V. (2023). *Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Kegiatan Usaha Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pasca Pandemi Covid-19*. 5(1), 91–99.
- Mayasari, N. (2019). Strategi pengembangan umkm berbasis ekonomi kreatif di kota palopo. *Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(1), 9–22.
- Pujiono, A., Setyawati, R., & Idris, I. (2018). Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3109>
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 167–181. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p167-181>
- Rahmadani, S. (2021). Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec.Selesai Kab.Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik). *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 115–129. <https://doi.org/10.56114/maslahah.v2i3.160>
- Safitri, I. (2020). Peluang, Tantangan dan Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia Pada Masa Pandemi COVID-19. *Univesitas Negeri Yogyakarta*, 19804244029, 1–20. <https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/jm6u2.html>
- Sundari, S., & Sulistyowarni, I. (2022). Strategi Pengembangan Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 7(1), 57–68. <https://doi.org/10.33005/mebis.v7i1.321>
- Wulansari, A., Hakim, L., & Ramdani, R. (2021). Strategi dinas koperasi dan umkm kabupaten karawang dalam pemberdayaan umkm. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 7(1).

- Fadhillah, A. N., Yulianti, T., & Susiantoro, A. (2022, August). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Dinas Koperasi Perindustri dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) KABUPATEN TUBAN JAWA TIMUR. In *Seminar Nasional Hasil Skripsi* (Vol. 1, No. 01, pp. 186-190).
- Hidayah, A. N. (2022). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Pelatihan Oleh Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Magelang. *Jman jurnal mahasiswa Administrasi negara*, 6(2), 78-91.
- Latisia, S. (2017). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kota Kediri. *Jurnal Mediasosian: Jurnal Ilmu Sosial Dan Administrasi Negara*, 1(2).
- Wiwoho, G. (2022). FGD: Strategi Pemberdayaan Pada Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kabupaten Kebumen. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 3(2), 156-161.
- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1), 12-20.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *jurnal ilmiah cano ekonomos*, 6(1), 51-58.
- Zia, H. (2020). Pengaturan Pengembangan UMKM di Indonesia. *Rio Law Jurnal*, 1(1).
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Vrawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Rifa'i, A. (2010). Peran UMKM dalam pembangunan daerah: fakta di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan ADMINISTRATIO*, 1(2), 133-143.
- Rafika, A., Rofiyanti, E., & Barlian, A. (2022). Analisis Strategi Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Masyarakat melalui Peningkatan Industri Kreatif bagi

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Kranji
Kecamatan Bekasi Barat. *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu
Administrasi*, 5(1), 104-110.