

**IMPLEMENTASI PASAR DIGITAL UNTUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH  
DALAM PROGRAM PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL DI KECAMATAN  
CIMANGGUNG KABUPATEN SUMEDANG PROVINSI JAWA BARAT**

Muhammad Rizki Gunawan

NPP. 29.0683

*Asdaf Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat*

*Program Studi Kebijakan Publik*

Email: Rizky.nicaea12@gmail.com

**ABSTRACT**

**Problem Statement/Background (GAP):** The author focuses on the results of implementing digital market policies for MSMEs in Cimanggung District, Sumedang Regency as part of the Sumedang Government's efforts to realize the goals of the National Economic Recovery Program (PEN). **Purpose:** The purpose of this research is to find out the results of using the Digital Market and what impacts have been caused since the allocation of PEN funds, especially in the MSME Sector. **Method:** This study uses a qualitative method with problem analysis on policy content and policy environment according to Merilee S Grindle Theory. Data collection techniques were carried out by in-depth interviews (3 informants), and documentation. **Result:** The results of the study found that the National Economic Recovery Program in Sumedang Regency succeeded in increasing the number of new MSME actors through additional capital to the Cooperatives and UKMPP Office of Sumedang Regency. However, the allocation of PEN funds in the form of MSME BLT is considered insufficient and only able to cover business capital for a few days. The Sumedang Regency Regent's policy to use digital markets as a marketing method for MSMEs during the pandemic is the right policy. The Regent and also the Sumedang Regency government failed to anticipate the shortcomings of the use of digital market applications that made it difficult for MSME users of digital markets in Sumedang Regency to develop. **Conclusion:** It is recommended that the government immediately intervene to intervene in the regulation of digital market application service providers, and It is recommended that MSME actors and prospective MSME actors can be agile in running their business. This means not only relying on a marketing method, but also being able to develop their products with creativity. And always observe the circumstances and situations to find out what the public needs and what will not sell at certain times.

**Keywords:** MSME; PEN; Economy; Recovery.

## ABSTRAK

**Permasalahan/Latar Belakang (GAP):** Penulis berfokus pada hasil implementasi kebijakan pasar digital untuk UMKM di Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang sebagai bagian dari usaha Pemerintah Kabupaten Sumedang mewujudkan tujuan Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). **Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil dari penggunaan Pasar Digital dan Dampak apa saja yang ditimbulkan semenjak dialokasikannya dana PEN khususnya di Sektor UMKM. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan analisis masalah terhadap isi kebijakan dan lingkungan kebijakan menurut Teori Merilee S Grindle. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam (3 informan), dan dokumentasi. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menemukan bahwa Program Pemulihan Ekonomi Nasional di Kabupaten Sumedang berhasil meningkatkan jumlah pelaku UMKM baru melalui penambahan modal ke Dinas Koperasi dan UKMPP Kabupaten Sumedang. Namun, Alokasi dana PEN dalam bentuk BLT UMKM dinilai kurang dan hanya mampu menutupi modal usaha untuk beberapa hari saja. Kebijakan Bupati Kabupaten Sumedang untuk menggunakan pasar digital sebagai metode pemasaran UMKM di masa pandemic merupakan kebijakan yang tepat. Bupati dan juga pemerintah Kabupaten Sumedang gagal mengantisipasi kekurangan dari penggunaan aplikasi pasar digital yang membuat UMKM pengguna pasar digital di Kabupaten Sumedang sulit berkembang. **Kesimpulan:** Disarankan agar pemerintah segera turun tangan ikut campur atas regulasi penyedia layanan aplikasi pasar digital, dan Disarankan agar pelaku UMKM dan calon pelaku UMKM dapat gesit dalam menjalankan usahanya. Artinya tidak hanya bergantung pada suatu metode pemasaran, dan juga dapat mengembangkan produknya dengan kreativitas. Serta selalu observan terhadap keadaan dan situasi untuk mengetahui apa yang dibutuhkan public dan apa yang tidak akan laku di saat tertentu.

**Kata kunci:** UMKM; PEN; Ekonomi; Pemulihan.

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada Maret tahun 2020 Corona Virus Disease 2019 atau Covid-19 telah menyebar di Indonesia. Usaha pemerintah dalam memperlambat dan menghentikan penyebaran virus diantaranya yaitu melalui PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar. PSBB adalah suatu istilah karantina yang dipakai pemerintah karena pada saat itu, pemerintah tidak mau menggunakan istilah karantina wilayah atau Lockdown karena pemerintah tidak mau sepenuhnya membatasi kegiatan ekonomi masyarakat.

Pada tanggal 5 Mei 2020 Bupati Kabupaten Sumedang mengeluarkan Peraturan Bupati Nomor 40 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 yang berlaku khusus di seluruh wilayah Kabupaten Sumedang. Peraturan tersebut mengatur tentang pemberlakuan Prosedur PSBB sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan serta hak dan kewajiban masyarakat selama diberlakukannya PSBB di Kabupaten Sumedang. Pada Pasal 4 Ayat (6) Perbup tersebut diantaranya diberlakukan pembatasan aktivitas-aktivitas termasuk aktivitas ditempat kerja dan ditempat umum serta pergerakan menggunakan transportasi.

Pada tanggal 10 April 2021 Bupati Kabupaten Sumedang Dony Ahmad Munir membuka seminar UMKM go Digital bertajuk Bangkit Bersama pasar digital UMKM. Seminar tersebut diisi sejumlah kegiatan seperti Trainer of Trainer (ToT) Pelaku UMKM Sumedang, bazar produk unggulan, webinar, konseling, podcast, lomba Tiktok dan foto produk. Menurut Bupati Dony, dalam kegiatan

ini 500 UMKM Sumedang akan dididik, dibina, dikembangkan dan dimasukkan dalam platform digital PaDi (Pasar Digital) UMKM. Platform ini dikembangkan oleh PT Telkom bekerja sama dengan Kementerian BUMN. UMKM Sumedang menjadi salah satu percontohan untuk masuk ke dalam pasar digital UMKM. Hal ini merupakan bentuk bahwa Kabupaten Sumedang sangat mendorong UMKMnya untuk memasarkan produknya dalam media digital dan mendukung pemanfaatan pasar digital dalam memulihkan kembali kegiatan UMKM di Kabupaten Sumedang. Teknik pemasaran secara digital dinilai sebagai cara yang sangat efektif dan efisien baik dalam hal pengiklanan, transaksi dan pengiriman. Pengiklanan disini maksudnya produk yang dijual dapat dilihat oleh setiap orang yang memiliki akses pada media yang digunakan pengiklan sehingga mengiklan produk tidak hanya terbatas sampai didepan toko atau hanya di kabupaten/kota dimana UMKM itu berada. Selain itu, pelaku UMKM produksi rumahan tidak wajib membuka gerai atau toko untuk memasarkan produknya sehingga dapat mengalokasikan dana pinjaman untuk peningkatan produksi.

### **1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)**

Meskipun harapannya perekonomian masyarakat tidak terkena langsung, faktanya pembatasan aktivitas ini berdampak langsung kepada masyarakat terutama yang bergantung pada pendapatan harian. Masyarakat yang dimaksud contohnya: pedagang kaki lima, kios-kios, pasar, rumah makan dan lain-lain. Dampak tersebut terjadi karena sebagian besar pendapatan mereka berasal dari pembeli yang melakukan aktivitas diluar rumah. Pembatasan ini juga berdampak pada pengiriman pangan dari luar daerah karena pembatasan pergerakan transportasi sehingga sempat terjadi kelangkaan barang seperti tabung gas dan makanan pokok.

Kondisi ini berakibat pada perekonomian masyarakat di Kecamatan Cimanggung, terutama pada keluarga yang tulang punggung keluarganya terkena PHK dan para pedagang yang kesulitan mendapat keuntungan. Dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 27 ayat (2) yang berbunyi: "Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak" Undang-undang ini menegaskan dimana, memiliki pekerjaan dan sumber penghidupan (secara legal) adalah hak warga negara yang dilindungi oleh Undang-Undang Dasar dan Pemerintah. Faktanya, secara tidak langsung kebijakan PSBB dan PPKM ini merenggut hak warga negara untuk memiliki pekerjaan.

Peningkatan angka pengangguran pada tahun 2020 naik seiring dengan diberlakukannya PSBB. Dampaknya banyak pegawai yang terkena PHK serta banyak lulusan SMA dan Universitas yang masih menganggur karena kesulitan mendapatkan pekerjaan. Sampai saat ini, diprediksi angka kemiskinan bisa naik sebanyak 2% dari tahun lalu dikarenakan meningkatnya angka pengangguran dan perpanjangan masa berlaku PSBB dan PPKM di Kabupaten Sumedang.

Melihat peningkatan angka kemiskinan dan pengangguran yang terjadi di seluruh wilayah di Indonesia, pemerintah pusat mengeluarkan Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Pemerintah mengalokasikan dana sebesar Rp175 Triliun untuk memulihkan kembali kondisi perekonomian masyarakat. Dana tersebut dialokasikan melalui pembebasan listrik, bantuan langsung tunai, kartu pra-kerja dan lain-lain.

Melalui Program PEN diharapkan selain dapat memulihkan perekonomian dalam negeri setelah dilanda pandemi, diharapkan juga dana yang dialokasikan dapat membiayai lebih banyak calon pelaku UMKM. Faktanya pandemi belum berakhir, banyak varian baru Covid-19 yang memaksa pemerintah memperpanjang PPKM. Perpanjangan PPKM juga akan berdampak pada UMKM karena resiko tinggi apabila mereka memulai usaha mereka sekarang, pendapatan mereka tidak akan sesuai dengan yang diharapkan bahkan kemungkinan akan segera bangkrut.

Meskipun begitu, Perpanjangan PPKM bukanlah penghalang untuk memulai usaha. PPKM merupakan sebuah tantangan dalam bisnis yang dapat dilewati dengan memanfaatkan pasar digital dalam penjualan barang dan jasa. Tidak hanya menjadi alternatif, pemanfaatan pasar digital dalam UMKM dapat menjadi jalan utama bagi pelaku usaha dalam memasarkan produknya.

### **1.3. Penelitian Terdahulu**

Deskripsi penelitian terdahulu tujuannya yaitu untuk mendapatkan referensi dan perbandingan. Selain itu, untuk pembuktian tidak adanya plagiarisme dan persamaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Maka dalam tinjauan pustaka ini, penulis mencantumkan deskripsi penelitian-penelitian sebelumnya sebagai berikut: 1. Kusniawan Nur Muhammad Fitra Penelitian Kusniawan Nur Muhammad Fitra, berjudul “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini menganalisis pengaruh pasar digital terhadap pendapatan berkala pelaku UMKM dan dilihat prosesnya dari perspektif Hukum Ekonomi Islam. Penelitian ini menemukan bahwa dalam pelaksanaannya (pasar digital) dalam hukum islam harus mematuhi prinsip-prinsip ekonomi islam yaitu: Kesatuan/ tauhid, adil, kebebasan, bertanggung jawab, dan kebenaran. Selama pelaksanaan transaksi pasar digital mematuhi prinsip-prinsip tersebut, maka kontroversi dimana penjual dan pembeli tidak bertatap muka dianggap fana. (Muhammad Fitra Kusniawan Nur, 2020). 2. Dedi Purwana ES, Rahmi dan Shandy Aditya Penelitian oleh Dedi Purwana ES, Rahmi dan Shandy Aditya berjudul “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit” Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan proses penggunaan dan keuntungan penggunaan pasar digital bagi UMKM di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Penelitian ini menemukan bahwa Penggunaan teknologi digital sudah tidak dapat dihindari karena telah memengaruhi semua aspek kehidupan manusia. Pemasaran berbasis digital memiliki keunggulan jangkauan konsumen yang luas, preferensi yang beragam, pengiklanan yang mudah dan luas, serta konsumen yang berasal dari berbagai kalangan dimana keuntungan tersebut mempermudah pemasukan dan keuntungan produsen. (Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. 2017) 3. Fredyan Alan Werry. Penelitian oleh Fredyan Alan Werry berjudul “Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah meneliti pengaruh kualitas pemasaran dan kualitas produk terhadap rasa ingin beli para konsumen di platform e-commerce atau pasar digital. Penelitian ini menemukan bahwa dalam teknik pemasaran di aplikasi pasar digital, apabila seorang produsen ingin mendapatkan keuntungan dan memenangkan persaingan dengan produsen yang menjual produk serupa maka ia harus unggul dalam strategi pemasaran dan kualitas produk. Faktor-faktor yang mendorong efektivitas pemasaran yaitu penggunaan judul dan foto produk yang menarik, deskripsi produk yang jelas dan lengkap serta kualitas produk yang sesuai dan tidak ada cacat. Nantinya faktor-faktor tersebut akan membuat para konsumen tertarik serta para konsumen tersebut nantinya dapat meninggalkan testimoni yang akan menambah tingkat kepercayaan konsumen. (Alan Werry Fredyan, 2020). 4. Pradytia Herlyansah (2016) dengan judul “Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Tangerang”. Fokus penelitian ini adalah Implementasi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Tangerang. Masalah yang diidentifikasi oleh peneliti dalam penelitian ini adalah belum adanya Lembaga Keuangan Mikro yang disediakan oleh Pemerintah Kota Tangerang dalam mengatasi permodalan, pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Tangerang belum berjalan dengan optimal, sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Tangerang belum efektif karena masih banyak pelaku UMKM yang belum

memiliki sertifikat halal, fasilitas yang disediakan oleh Dinas Perdagangan Perindustrian dan Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang sudah baik, namun masih perlu pembenahan dalam berbagai aspek. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti: tidak adanya Lembaga Keuangan Mikro di Kota Tangerang, tidak adanya sentra oleh-oleh Kota Tangerang sebagai wadah promosi, kurangnya sumber daya manusia yang ada di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi, belum adanya database UMKM di Kota Tangerang. (Herlyansah, Pradytia 2016). 5. M. Atha Hidayatullah (2017) dengan judul “Kebijakan Dinas Koperasi dan UMKM dalam Menyalurkan Kredit Usaha Rakyat Oleh Pihak Ketiga Untuk Modal Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Lampung”. Fokus penelitian: Bagaimanakah Kebijakan Dinas Koperasi dan UMKM dalam Menyalurkan Kredit Usaha Rakyat oleh Pihak Ketiga untuk Modal Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Lampung Pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan normatif empiris. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka dan studi lapangan. Pengolahan data dilakukan melalui tahap seleksi data, pemeriksaan data, klasifikasi data, dan penyusunan data. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, dalam penyaluran Kredit Usaha Rakyat, Bank Pelaksana tidak mengharuskan pemohon untuk menjadi anggota koperasi. Hal ini dikarenakan merupakan sebuah kebijakan yang telah ditetapkan oleh pihak Bank Pelaksana. Faktor penghambat dalam penyaluran Kredit Usaha Rakyat oleh Pihak Ketiga yaitu tersendatnya pembayaran angsuran kredit tersebut dan sektor usaha yang ditunjuk oleh menteri koordinator bidang perekonomian memiliki keuntungan yang tidak stabil. (Hidayatullah, M Atha 2017)

#### **1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah**

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni meneliti implementasi kebijakan pasar digital untuk UMKM di Kabupaten Sumedang sebagai usaha mencapai tujuan dari Program Pemulihan Ekonomi Nasional, metodenya yang digunakan menggunakan mix methods juga berbeda dengan penelitian Kusniawan, Dedi, Alan dkk. Selain itu pengukuran/indikator yang digunakan juga berbeda dari penelitian sebelumnya yakni menggunakan teori dari Merilee S Grindle (Yadav, 1980) yang menyatakan bahwa kesuksesan implementasi suatu kebijakan dapat dilihat dari dua variable, yaitu isi kebijakan tersebut dan dimana kebijakan tersebut diberlakukan.

#### **1.5. Tujuan.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh gambaran yang jelas mengenai hasil implementasi kebijakan pasar digital dan alokasi dana PEN yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKMPP Kabupaten Sumedang dengan lingkup penelitian UMKM di Kecamatan Cimanggung.

## **II. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumen sebagai sumber data dari lapangan dan menganalisa hasil wawancara serta membandingkannya dengan dokumen resmi dalam bentuk data yang tersaji untuk mengambil suatu kesimpulan (Sugiyono, 2017). Dalam tipe ini Sugiyono menjelaskan bahwa peneliti mengumpulkan data dari berbagai narasumber dan dokumen serta hasil observasi langsung yang kemudian data-data tersebut disusun kedalam suatu bentuk tersaji untuk dibandingkan berdasarkan tema yang sama dan mengambil kesimpulan dari sajian data tersebut.

Penulis mengumpulkan data melalui wawancara, dan dokumentasi. Dalam melakukan pengumpulan data kualitatif, penulis melakukan wawancara secara mendalam terhadap 3 orang informan yang

terdiri dari Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah dan Perdagangan dan perindustrian (UKMPP), Kabag UMKM di dinas tersebut, dan pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi pasar digital. Adapun analisisnya menggunakan metode triangulasi atas jawaban narasumber terhadap pertanyaan yang disusun berdasarkan teori Merilee S Grindle serta Dokumen resmi dan hasil observasi peneliti.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1.1 Isi Kebijakan

##### 4.2.1.1 Nominal dan efektivitas dari dana PEN kepada UMKM.

Untuk Kabupaten Sumedang, dana PEN yang diterima dari pemerintah provinsi kemudian dikeluarkan program Pemulihan Ekonomi Daerah yang dibiayai dari dana PEN ditambah dengan APBD Kabupaten Sumedang. Pak Hari menjelaskan:

“Kabupaten sumedang sudah mendapatkan bantuan dari program dana PEN dari pemprov melalui perantara BRI. Ketika di Diskop UKMPP sudah dalam bentuk Program Pemulihan Ekonomi Daerah (PED) yaitu dana PEN yang diterima pemerintah Kabupaten Sumedang, ditambah dengan APBD Kabupaten Sumedang dialokasikan ke beberapa sektor termasuk UMKM.”

*Sumber: Hasil wawancara penelitian.*

Alasan mengapa harus dibuat demikian, karena di lapangan tidak selalu sesuai dengan yang diperkirakan oleh pusat. Perlu adanya tahap persiapan dan perhitungan yang akurat untuk menentukan kemana dana PEN di alokasikan. Tujuannya supaya dana tersebut tidak dipukul rata, melainkan besaran dana yang dibagikan tiap sektor sesuai dengan kebutuhan dan prioritas di lapangan sehingga sektor yang benar-benar membutuhkan bantuan akan diberikan dana lebih besar daripada sektor yang tidak terlalu membutuhkan bantuan.

##### 4.2.1.2 Program yang dibuat dari dana PEN

Dana bantuan dari PEN dalam bentuk PED di Diskop UKMPP Kabupaten Sumedang diberikan kepada masyarakat dalam bentuk Bantuan Langsung Tunai (BLT) untuk UMKM yang terdampak pandemi. Tiap UMKM yang mengajukan bantuan mendapat BLT sekitar 1.2 juta sampai 2 juta rupiah. dibagi rata untuk yang mengajukan bantuan dari 26 kecamatan di kabupaten sumedang. Pak Wuddan menjelaskan bahwa:

“Dana PED yang diterima Diskop UKMPP ada di kisaran 5 miliar rupiah untuk tahun 2020. Bantuan Langsung Tunai (BLT) yang diberikan ke pengaju bantuan sekitar 600 ribu sampai 2 juta rupiah per-UMKM. Sedangkan pengaju bantuan BLT baik yang secara online dan offline di Sumedang mencapai 38 ribu UMKM. Perkiraan hanya akan ada seribu UMKM saja yang mendapat dana BLT 2020.”

*Sumber: Hasil wawancara penelitian.*

Berdasarkan penjelasan tersebut, terlepas benar atau tidaknya 38 ribu UMKM yang mengajukan bantuan benar-benar memerlukannya atau hanya ingin dapat uang bantuan saja, fakta bahwa nantinya yang menerima BLT tidak sampai 5% dari pengaju bantuan menandakan bahwa dana bantuan masih kurang. Dana PED tidak hanya digunakan untuk BLT UMKM, dana bantuan PED utamanya akan digunakan untuk meningkatkan kemampuan Diskop UKMPP untuk memberikan modal kepada calon UMKM baru sehingga nanti akan lebih banyak UMKM baru di Kabupaten Sumedang.

Bupati Kabupaten Sumedang Dony Ahmad Munir membuka seminar UMKM go Digital bertajuk Bangkit Bersama pasar digital UMKM. Menurut Bupati Dony, UMKM Sumedang harus dididik, dibina, dikembangkan dan dimasukkan dalam platform digital UMKM. Hal ini merupakan bentuk bahwa Kabupaten Sumedang sangat mendorong UMKMnya untuk memasarkan produknya dalam media digital dan mendukung pemanfaatan pasar digital dalam memulihkan kembali kegiatan UMKM di Kabupaten Sumedang. Pak Hari menjelaskan bahwa:

“Akan ada juga juga penyerahan alat-alat UMKM kepada 37 calon penerima (pelaku UMKM) Gelar Prodak UMKM berbasis digital di tujuh pasar yang ada di kabupaten sumedang dimana didalamnya akan ada pelatihan digital marketing bagi 50 orang pelaku UMKM dan pembangunan Pasar Invest Sumedang dan Pasar Tanjungsari.”

*Sumber: Hasil wawancara penelitian.*

Berdasarkan pernyataan tersebut, dana PED dimanfaatkan tidak hanya sebagai penambah modal UMKM baru dan BLT, tetapi digunakan juga untuk melatih kemampuan perdagangan masyarakat serta membangun lokasi dagang dan membeli sarana-sarana yang membantu masyarakat dalam kegiatan perdagangan. Oleh sebab itu, 5 Miliar Rupiah yang diterima Diskop UKMPP tidak bisa sepenuhnya diberikan kepada masyarakat mentah-mentah, melainkan digunakan untuk manfaat berkepanjangan.

#### **4.2.1.3 Efektivitas program dalam pemulihan ekonomi.**

Berdasarkan Hasil wawancara dengan Pak Wuddan selaku Kepala Bagian UMKM di Diskop UKMPP Kabupaten Sumedang, Dana PED yang dialokasikan ke sektor UMKM diberikan kepada masyarakat dalam bentuk Bantuan Langsung Tunai (BLT) dan penambahan dana modal UMKM baru. Namun, menurut Ibu Diah dana BLT tersebut dinilai masih kurang dampaknya dalam memulihkan kembali perekonomian dan membantu UMKM di Kabupaten Sumedang.

“Akibat PPKM pelanggan jadi sepi, dulunya omset bisa berlebih, bisa untuk ditabung dan biaya beli kebutuhan sekunder. Sekarang sering merugi, modal harus siap berkali lipat untukantisipasi rugi. ada juga mengajukan BLT dengan kolektif ke bu RW. Namun bantuan yang didapat hanya 800rb menurut kami kurang, berapa hari pun habis tidak sampai satu minggu.”

*Sumber: Hasil wawancara penelitian.*

Apabila dikalkulasikan, dana BLT 800 ribu rupiah memanglah kurang mengingat PPKM berlangsung lebih dari 2 bulan. Uang tersebut hanya mampu menutupi modal untuk beberapa hari saja. Dana 2.5 Miliar untuk UMKM memang terbatas sehingga apabila hanya diberikan 800 ribu bantuan saja dinilai kurang efektif apabila tujuannya ingin membantu UMKM di masa pandemi.

### **4.2.2 Lingkungan Implementasi**

#### **4.2.2.1 Jumlah usaha dan lapangan pekerjaan baru yang muncul akibat program pemulihan**

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, Menengah Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sumedang merupakan dinas yang mengurus bidang UMKM sehingga dinas ini juga lah yang menerima dan mengelola dana insentif Pemulihan Ekonomi Nasional dari pemerintah pusat.

Bupati Kabupaten Sumedang pada Webinar UMKM go Digital menganjurkan supaya UMKM di Kabupaten Sumedang mulai mengikuti teknik pemasaran produk secara digital dalam rangka menghadapi situasi pandemic Covid-19. Berdasarkan anjuran tersebut, Dinas Koperasi dan UKMPP Kabupaten Sumedang menambahkan satu agenda untuk melatih beberapa pelaku UMKM di Kabupaten Sumedang terkait *Digital Marketing*. Pak Hari menjelaskan bahwa:

“Akan ada juga juga penyerahan alat-alat UMKM kepada 37 calon penerima (pelaku UMKM) Gelar Prodak UMKM berbasis digital di tujuh pasar yang ada di kabupaten sumedang dimana didalamnya akan ada pelatihan digital marketing bagi 50 orang pelaku UMKM dan pembangunan Pasar Invest Sumedang dan Pasar Tanjungsari.”

*Sumber: Hasil wawancara penelitian.*

Bapak Wuddan menjelaskan bahwa 50 orang pelaku UMKM tersebut diharapkan tidak hanya menerima ilmu yang dilatih untuk mereka sendiri, tetapi juga dapat mengajarkan apa yang telah dilatih kepada teman-teman sesama pelaku UMKM di sekitar mereka. Diharapkan nantinya ilmu ini dapat tersebar baik karena diajari oleh yang sudah tahu atau karena keinginan para pelaku UMKM lainnya yang ingin tahu dan ingin memulai usaha secara digital. Sehingga nantinya pengetahuan tentang *Digital Marketing* akan menjadi pengetahuan umum dan menjadi pilihan bagi calon pengusaha yang akan memulai.

Sebagaimana dijelaskan diatas, bahwa tujuan utama diberikannya dana PEN pada sektor UMKM yaitu supaya dapat meningkatkan jumlah UMKM baru dengan memberikan sumber untuk dijadikan modal untuk UMKM baru tersebut. Terkait jumlah UMKM, Pak Wuddan menyatakan bahwa:

“Untuk dana yang diterima untuk diberikan kepada para calon pelaku UMKM ada di kisaran 2.5 M. karena diberikan dana dari program PED, peningkatan angka UMKM baru lebih banyak dibanding tahun kemarin.”

*Sumber: Hasil wawancara penelitian.*

Berikut lebih dijelaskan dengan dokumen Data Usaha Mikro Kecil Menengah Tahun 2019 dan 2021 terkait jumlah UMKM di Kabupaten Sumedang selama 2 tahun terakhir:

**Tabel 4.1 Data jumlah UMKM Kabupaten Sumedang tahun 2019**

NO	KECAMATAN	JUMLAH	KET
1	SUMEDANG SELATAN	1.036	
2	SUMEDANG UTARA	4.452	
3	CONGGEANG	1.251	
4	TANJUNGSARI	1.063	
5	JATINANGOR	4.476	
6	SUKASARI	182	
7	PAMULIHAN	20	
8	CIMANGGUNG	1.616	
9	DARMARAJA	937	
10	TANJUNGKERTA	1.335	
11	WADO	2.268	
12	BUAHDUA	388	
13	CIBUGEUL	2.554	
14	GANEAS	1.306	
15	CIMALAKA	1.488	
16	UJUNGJAYA	17	
17	JATIGEDE	70	
18	PASEH	547	



19	CISARUA	165	
20	CISITU	1.064	
21	SITURAJA	2.539	
22	JATINUNGGAL	2.813	
23	SURIAN	80	
24	TANJUNGMEDAR	178	
25	RANCAKALONG	3.599	
26	TOMO	671	
<b>JUMLAH</b>		<b>36.115</b>	

Sumber: Data Usaha Mikro Kecil Menengah Tahun 2019 Tahap II Diskop UKMPP Kabupaten Sumedang

**Tabel 4.2 Data Jumlah UMKM Kabupaten Sumedang tahun 2021**

NO	KECAMATAN	JUMLAH	KET
1	SUMEDANG SELATAN	1.179	
2	SUMEDANG UTARA	4.525	
3	CONGGEANG	1.622	
4	TANJUNGSARI	1.075	
5	JATINANGOR	4.659	
6	SUKASARI	189	
7	PAMULIHAN	36	
8	CIMANGGUNG	1.631	
9	DARMARAJA	945	
10	TANJUNGKERTA	1.369	
11	WADO	2.304	
12	BUAHDUA	431	
13	CIBUGEUL	2.889	
14	GANEAS	1.334	
15	CIMALAKA	1.497	
16	UJUNGJAYA	34	
17	JATIGEDE	87	
18	PASEH	572	
19	CISARUA	179	
20	CISITU	1.135	
21	SITURAJA	2.761	
22	JATINUNGGAL	2.876	
23	SURIAN	81	
24	TANJUNGMEDAR	178	
25	RANCAKALONG	3.599	
26	TOMO	671	

<b>JUMLAH</b>	<b>38.014</b>	
---------------	---------------	--

*Sumber: Data Usaha Mikro Kecil Menengah Tahun 2021 Tahap II Diskop UKMPP Kabupaten Sumedang*

Berdasarkan data UMKM di Kabupaten Sumedang tahun 2019 dan data UMKM tahun 2021 terjadi peningkatan sebanyak 1.899 UMKM baru. Meskipun tidak seluruhnya merupakan penerima bantuan modal dana PED, tetapi peningkatan UMKM baru di pasca pandemi dimana diperkirakan akan banyak UMKM yang gulung tikar membuktikan bahwa bantuan program PEN yang dikeluarkan pemerintah mampu menggerakkan roda perekonomian UMKM di masa pandemi.

#### **4.2.2.2 Jangkauan Pemasaran**

Kepala Dinas Koperasi dan UKMPP Kabupaten Sumedang memberikan pendapatnya terkait situasi pasar digital di Kabupaten Sumedang. Menurutnya, di Kabupaten Sumedang pedagang yang menggunakan pasar digital lebih unggul dari pedagang konvensional. Alasannya, karena pedagang yang berjualan secara online memiliki dua sumber pemasukan yaitu bisa secara online atau langsung. Sedangkan pedagang konvensional hanya mendapat pendapatan secara *offline* saja.

Selanjutnya Ibu Diah menerangkan bahwa berdasarkan pengalamannya, ia bisa mengirimkan sampai keluar kota dalam jumlah yang banyak. Pesanan tersebut bisa terpenuhi karena tersedianya layanan bantuan pengiriman yang disediakan penyedia layanan aplikasi. Sehingga penjualannya tidak hanya disekitar tempat ia berjualan saja.

#### **4.2.2.3 Kelebihan dan Kekurangan Aplikasi Pasar Digital**

Untuk mengatasi permasalahan UMKM di masa pandemi, Bupati Kabupaten Sumedang memerintahkan kepada Dinas Koperasi dan UKMPP untuk gencar memberikan sosialisasi dan pelatihan serta kerja sama dengan pihak penyedia layanan aplikasi pasar digital untuk mengajak para pelaku UMKM untuk menggunakan metode pemasaran melalui aplikasi pasar digital. Ibu Diah merupakan salah satu pelaku UMKM yang menggunakan pasar digital. Berdasarkan pengalamannya yang sudah hampir 1 tahun, Pasar digital memiliki kelebihan dan kelemahan dimana kelebihannya yaitu pendapatan bisa melalui online dan offline, jadi cepat laku. Pembeli banyak yang dari luar kabupaten. Sekali pesan juga ada yang pesan lusinan. Sedangkan kekurangannya, menurut Ibu Diah yaitu:

“Kekurangannya potongan dari gofood terlalu besar yaitu 20% dari tiap pesanan jadi kita harus mengakali dengan menaikkan harga produk. Tapi apabila terlalu mahal maka nanti bisa tidak laku karena banyak yang jual produk serupa jadi takut kalah saing. lalu uang pesanan dari pelanggan tidak langsung diberikan/cair ke rekening saya, Jadi saya harus menyiapkan hingga 3x lipat uang untuk melanjutkan usaha sambil menunggu uang dari pesanan kemarin cair.”

*Sumber: Hasil wawancara penelitian.*

Berdasarkan pernyataan tersebut, Penggunaan aplikasi pasar digital memiliki kelebihan dan kekurangan. Aplikasi pasar digital dapat memberikan sumber pendapatan dari penjualan online tanpa harus meninggalkan penjualan secara langsung. Dengan penjualan secara online maka produk yang dipampang akan dapat dilihat oleh para pengguna aplikasi dan dengan bantuan kurir, maka jangkauan penjualan produk pun akan semakin luas sehingga dapat menampung lebih banyak pembeli dan pendapatan pun naik.

Dibalik berbagai keuntungan tersebut, ada juga berbagai kekurangan yang dikeluhkan oleh para pengguna aplikasi pasar digital. Keluhan tersebut diitujukan kepada penyedia layanan aplikasi pasar digital terkait cara yang mereka gunakan dalam memperlakukan para pengusaha. Kebijakan

pemotongan 20% dari produk yang terjual dan lambatnnya uang dari pelanggan dikirim ke penjual membuat para penjual tidak puas dengan aplikasi pasar digital. Kekurangan ini dinilai sangat membebani pihak penjual karena mereka harus memiliki modal cadangan apabila uang pesanan belum dicairkan ke penjual. Kelemahan aplikasi pasar digital tersebut sangat disayangkan, karena bisa menghambat perkembangan usaha para pengusaha UMKM di aplikasi pasar digital.

### **3.4. Diskusi Temuan Utama Penelitian**

Berdasarkan hasil wawancara dari ketiga narasumber, peneliti menarik kesimpulan bahwa pihak dinas sudah berusaha mengalokasikan bantuan dengan menentukan berapa jumlah bantuan yang akan diberikan supaya dapat memberikan dana bantuan kepada banyak orang yang membutuhkan. Namun, dari pihak pengaju bantuan tidak hanya jumlah bantuan lebih sedikit dari yang dinyatakan pihak dinas namun jumlah dana bantuan dinilai hanya mampu menutupi modal untuk beberapa hari saja. Sehingga tidak terlalu berdampak membantu perekonomian mereka secara keseluruhan mengingat kebijakan PSBB yang berlangsung lama.

Temuan ini memiliki kesamaan dengan penelitian milik M. Atha Hidayatullah (2017), dimana pemerintah memiliki pihak yang bertanggung jawab untuk mengalokasikan dana untuk UMKM. Dalam penelitian Atha Hidayatullah, pihak yang bertanggung jawab selain pihak dinas yaitu pihak Bank. Pihak bank bertugas mencairkan dana dan memantau penyicilan kembali uang modal. Sedangkan hasil temuan saya, pihak yang bertugas mengalokasikan dana hanyalah pihak Dinas karena dana berasal dari program Pemulihan Ekonomi Nasional yang diberikan kepada Pemprov yang disebarkan ke tiap-tiap pemkab/pemkot yang kemudian dialokasikan ke berbagai sektor termasuk UMKM yang diberikan kepada pihak Dinas Koperasi dan UKMPP yang nantinya dana tersebut digunakan untuk menjalankan program kinerja termasuk mendanai UMKM.

Temuan selanjutnya, yaitu diketahui bahwa pihak Dinas Koperasi dan UKMPP sangat mendukung kebijakan penggunaan pasar digital untuk UMKM di Kabupaten Sumedang. Pihak dinas bahkan mengalokasikan sebagian dana PED untuk memberikan pelatihan kepada 50 orang pelaku UMKM. Sementara itu, Pihak pelaku UMKM yang telah menggunakan pasar digital menyatakan bahwa keuntungan dari pasar digital yaitu jangkauan pemasaran yang luas membuat dagangan mereka cepat laku. Keuntungan tersebut searah dengan yang dinyatakan oleh bapak kepala dinas.

Namun, ada beberapa kekurangan yang dialami para pelaku UMKM yang gagal diperhitungkan oleh Bupati ataupun pihak dinas, dimana keluhan-keluhan yang disampaikan oleh para pelaku UMKM terkait kekurangan dari aplikasi pasar digital yang mereka gunakan. Keluhan tersebut kebanyakan terkait proses pengiriman uang pesanan dari pelanggan dimana uang tersebut selalu diberikan beberapa hari setelah transaksi kepada penjual. Hal tersebut membuat penjual harus menyiapkan modal lebih untukantisipasi keterlambatan pengiriman uang dari penyedia layanan.

Kekurangan ini sangat beresiko dan kurang ideal bagi pedagang yang hanya mengandalkan pasar digital sebagai sumber pendapatannya. Mengingat keuntungan sebagai penjual tidaklah konsisten sama setiap harinya, maka ada kemungkinan pola pengiriman uang yang terlambat ini akan merugikan pedagang atau minimal dampaknya pedagang tersebut akan kesulitan mengembangkan usahanya. Terlebih lagi sampai saat ini pemerintah belum menindaklanjuti keluhan para pedagang tersebut.

Temuan atas kekurangan dari pasar digital tidak ditemukan/disebutkan dalam penelitian milik Dedi Purwana ES, Rahmi dan Shandy Aditya (2017). Penelitian mereka menyatakan bahwa digitalisasi pemasaran produk tidak dapat dihindari karena teknologi sudah masuk ke berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Penelitian tersebut memang menjelaskan berbagai keuntungan penggunaan pasar digital serta menjelaskan beberapa kekurangannya. Namun, mereka tidak menuliskan bahwa ada

kekurangan yang berasal dari penyedia layanan pasar digital tersebut. Kekurangan tersebut diantaranya pemotongan laba, keterlambatan pencairan uang pembeli kepada penjual serta keterbatasan kurir ke lokasi pedagang.

Selanjutnya, penelitian milik Fredyan Alan Werry (2020) mengemukakan bahwa dalam kegiatan perdagangan, ada berbagai faktor yang mempengaruhi ketertarikan calon pembeli agar mau membeli suatu produk. Faktor tersebut yaitu metode pemasaran, metode penyajian dan lokasi penjualan produk. Dalam penelitian tersebut, Fredyan menjelaskan ketiga faktor tersebut sedangkan dalam penelitian saya, saya lebih berfokus kepada metode pemasaran produk secara digital dan membandingkannya dengan penjualan secara konvensional. Dimana saya menarik kesimpulan bahwa kebijakan pemerintah untuk memanfaatkan pasar digital untuk giat jual/beli di masa pandemic merupakan kebijakan yang tepat.

Selanjutnya, penelitian Pradytia Herlyansah (2016) menyampaikan bahwa di Kota Tangerang belum ada lembaga yang mengatur dana permodalan dan pemberdayaan UMKM serta kurang optimalnya sosialisasi UMKM karena terlalu banyak sertifikasi yang harus dimiliki untuk akhirnya dapat diberikan dana insentif. Penelitian saya dilaksanakan di Kabupaten Sumedang, tentang alokasi dana PEN untuk pemulihan ekonomi di sektor UMKM. Dalam penelitian saya menemukan bahwa pihak Dinas Koperasi dan UKMPP Kabupaten Sumedang merupakan pihak yang bertanggungjawab menerima dan mengalirkan dana modal kepada calon pelaku usaha. Modal yang diberikan berasal dari dana PEN yang diterima oleh dinas yang kemudian diberikan kepada calon pelaku usaha untuk memulai usahanya dengan dana mulai dari 10 juta rupiah. Sosialisasi dana UMKM untuk calon pelaku usaha baru terbukti berjalan optimal dari data UMKM di Kabupaten Sumedang yang meningkat sebanyak 5% dalam kurun waktu 2 tahun terakhir (2019-2021). Hal ini merupakan temuan yang menarik karena sebelumnya diprediksi UMKM Kabupaten Sumedang akan banyak yang gulung tikar dikarenakan pandemic.

Terakhir, Penelitian Kusniawan Nur Muhammad Fitra (2020) meneliti tentang pengaruh pasar digital bagi pendapatan UMKM dari perspektif ekonomi islam. Beliau mengemukakan bahwa kegiatan pemasaran secara digital menyalahi salah satu aturan jual beli dalam Islam yaitu Kesatuan/tauhid, adil, kebebasan, bertanggung jawab, dan kebenaran. Yang berarti bahwa kegiatan jual beli tanpa bertemu langsung antara kedua belah pihak dianggap fana atau tidak sah. Peneliti tidak setuju dengan pendapat tersebut karena pada dasarnya meskipun kedua pihak tidak bertemu secara langsung, tetap terjadi persetujuan dari kedua pihak. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik Disebutkan pada Pasal 1 (14) bahwa: "Penyelenggaraan Transaksi Elektronik adalah rangkaian kegiatan Transaksi Elektronik yang dilakukan oleh Pengirim dan Penerima dengan menggunakan Sistem Elektronik." Berdasarkan pasal tersebut, transaksi adalah segala bentuk kegiatan transaksi melalui media teknologi yang memungkinkan transaksi antar pengirim dan penerima. Dalam konteks pasar digital, media yang dimaksud adalah aplikasi-aplikasi E-Commerce. Sedangkan media teknologi adalah perangkat lunak yang memungkinkan kedua pelaku transaksi mengakses media elektronik tersebut. Melalui perangkat tersebutlah kehadiran kedua belah pihak itu ada.

#### **IV. KESIMPULAN**

Pada bagian akhir skripsi ini, penulis akan memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil dan saran yang didasarkan pada temuan hasil penelitian. Secara umum penulis menyimpulkan bahwa Program Penggunaan Pasar Digital meskipun belum sempurna, sudah mampu memenuhi tujuan utama program Pemulihan Ekonomi Nasional, yaitu memulihkan perekonomian masyarakat

pasca pandemic Covid-19. Pendapat ini didukung dengan hasil penelitian penulis. secara lebih khusus, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi Program Pemulihan Ekonomi Nasional di Kabupaten Sumedang berjalan sesuai rencana. Dana PEN dialokasikan oleh Pemerintah Kabupaten secara optimal diantaranya penambahan modal UMKM baru, pelatihan Digital Marketing dan Bantuan Langsung Tunai untuk UMKM. hasilnya jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Sumedang yang diprediksi akan berkurang karena pandemic justru naik sebanyak 5% dari 2 tahun sebelumnya.

2. Penggunaan aplikasi pasar digital di Kecamatan Cimanggung mampu membuat UMKM bertahan selama masa pandemic tetapi, perkembangan usaha mereka terhambat. Pernyataan ini berdasarkan hasil wawancara penulis dengan narasumber pelaku UMKM di Kecamatan Cimanggung. Beliau menyampaikan permasalahan pengiriman uang hasil penjualan dari pembeli kepada penjual sering terhambat sehingga seringkali mereka harus menutupi biaya untuk esok hari dengan tabungan mereka sendiri. Sehingga, dapat diambil kesimpulan bahwa perekonomian mereka tidak berkurang, namun pemulihan ekonomi mereka agak lambat.

3. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan narasumber, Kelebihan pasar digital yaitu terletak pada Jangkauan yang luas, pengiriman yang mudah, tidak wajib membuka gerai/ toko secara fisik, akses yang praktis, dan dapat berjualan secara konvensional secara bersamaan. Berbeda dengan pasar konvensional dimana Pembeli berasal dari tempat sekitar usaha dibangun saja, wajib ada metode pemasaran fisik (etalase, spanduk, dll), dan kesulitan pembeli dalam masa pandemic. Sedangkan kekurangannya yaitu Pengiriman uang dari pembeli terhambat di perantara (penyedia layanan pasar digital), pemotongan laba yang terlalu besar (20%), dan pengusaha harus menyiapkan modal 3 kali lipat untuk mengantisipasi keterlambatan pengiriman uang.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian. Peneliti tidak sempat melakukan penelitian ke kantor penyedia layanan aplikasi pasar digital dan menanyakan mengapa mereka menerapkan ketentuan pemotongan laba dan mengapa sering terjadi keterlambatan pencairan uang penjualan kepada produsen.

**Arah Masa Depan Penelitian (*future work*).** Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan data dan terlalu awal untuk membuat kesimpulan, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi yang belum sempat peneliti datangi untuk lebih mendalami pengaruh pasar digital UMKM dalam mewujudkan tujuan Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN).

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada kedua dosen pembimbing saya, bapak Dr. H. M. Idris Patarai, M.Si. dan bapak Drs, H. Akhmad Marzuki, M.Si, yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi saya. Serta kepada ketiga narasumber yang telah bersedia memberikan informasi dan pendapat serta pengalaman terkait penelitian saya.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-buku

Bogdan dan Taylor, 2010 J. Moleong, Lexy. 1989. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remadja Karya.

Grindle, Merilee S. (Ed). 1980. Politics and Apolicy Implementation in the Third World, New Jersey: Princetown University Press.

- Howlett, Michael, and Ramesh, M. (2003). *Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems*. Oxford University Press.
- Heidrick and Struggles. 2009. *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.
- Marshal, Catherine & Gretchen B Rossman. (1995). *Designing Qualitative Research*. California: Sage Publication Inc.
- Mazmanian, Daniel H., dan Paul A. Sabatier. (1983). *Implementation and Public Policy*, New York: HarperCollins.
- Primiana, Ina. (2009). *Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri*. Bandung: Alfabeta
- Sore, U. B., & Sobirin. (2017). *Kebijakan Publik*. Bandung: Sah Media.
- Sugiyono, (2008), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sumaryadi. (2005). *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: CV Citra Utama
- Taufiqurokhman, (2014). *Kebijakan Publik Pendelegasian Tanggungjawab Negara Kepada Presiden Selaku Penyelenggara Pemerintahan*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Moestopo Beragama (Pers).
- B. Jurnal-jurnal**
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). *Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing*. *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4, pp. 18-33).
- Haryanti Sri, Mursito Bambang, Sudarwati. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik pada PT. Danar Hadi Surakarta*, (JPMM), 1(1), 146-147.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1 - 17.
- Wahyuningrum, R. (2018). *Analisis Strategi E-Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Online: Jurnal Manajemen Bisnis*, 21(3), 275-290.
- Arifah, Nur Fatimah. (2015). *Analisis Penerapan Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online*. *Jurnal Transformasi*. Vol 11. No. 2. 2015: 143-149.
- C. Skripsi, Tesis, Disertasi**
- Muhammad Fitra Kusniawan Nur, (2020). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- D. Peraturan-peraturan & Undang-undang**
- Undang-Undang No. 20 Tahun (2008) tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun (2020) tentang Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN).
- Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun (2020) tentang pelaksanaan Program pemulihan ekonomi nasional dalam rangka mendukung kebijakan keuangan negara untuk penanganan pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).
- Intruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 15 Tahun (2021) Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat Corona Virus Disease 2019 di Wilayah Jawa dan Bali.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun (2012) Tentang Penyelenggaraan Sistem

dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun (2014) Tentang Perdagangan.  
Peraturan Bupati Nomor 40 Tahun (2020) Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019.

#### E. Sumber Lain

Fadli Rizal, Kronologi masuknya corona ke Indonesia, diakses dari <https://www.halodoc.com/artikel/kronologi-lengkap-virus-corona-masuk-indonesia>, pada tanggal (9/9/2021), pukul (6:14 AM).

Rizal Muhammad, Pemkab Sumedang perpanjang Psbb, diakses dari <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5020908/pemkab-sumedang-perpanjang-lagi-psbb-14-hari>, pada tanggal 19 september 2021 pukul 6.22 AM

Sumedang go id, Warga miskin baru akibat PSBB di Sumedang, <https://sumedangkab.go.id/berita/detail/pendataan-warga-miskin-baru-dampak-covid-19-tuntas>, pada tanggal 19 september 2021 pukul 6.22 AM

Expres Jabar, Angka kemiskinan di Kabupaten Sumedang masih sulitturun, diakses dari <https://jabarekspres.com/berita/2020/08/28/hingga-2021-angka-kemiskinan-di-kabupaten-sumedang-diprediksi-masih-sulit-turun/> 13 september 2021 pukul 6.28 AM

Unggul Wirawan, Adaptasi dan transformasi digital jadi solusi UMKM yang terdampak PPKM, diakses dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/805523/adaptasi-dan-transformasi-digital-jadi-solusi-umkm-yang-terdampak-ppkm/> 13 september 2021 pukul 6.42 AM

Supriyadi Devi. (2021) UMKM Sumedang Masuk Pasar Digital. <https://kabarpriangan.pikiran-rakyat.com/ekonomi-bisnis/pr-1481760670/umkm-sumedang-percontohan-masuk-pasar-digital>. Diakses tanggal 22 Oktober 2021 Pukul 20:30

Sumedang go id. Kecamatan Cimanggung. <https://cimanggungkec.sumedangkab.go.id/beranda>. Diakses pada 19 septembar 2021 pukul 6:53 AM

Bank Indonesia. (2020). Pengembangan UMKM. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/pengembangan-umkm/default.aspx>. Diakses pada 9 september 2021 pukul 7:55AM

Winsky, (2020). Wawancara Terstruktur dan Semi Terstruktur. <https://irmapa.org/belajar-teknik-asesmen-risiko-wawancara-terstruktur-atau-semi-terstruktur-structured-semi-structured-interviews-ssi/>. Diakses pada 21 Oktober2021 Pukul 21:16

Hasil Wawancara Peneliti.