

**STRATEGI DINAS KOPERASI UMKM PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19
DI KABUPATEN CIANJUR JAWA BARAT**

Indriani Wulandari

NPP. 29.0661

*Asdaf Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat
Program Studi Keuangan Publik*

Email:indrianiwulandari2@gmail.com

ABSTRACT

Problem Statement/Background (GAP): The author focuses on the problem of low reading culture and the lack of awareness of the village community towards sub district literacy activities. **Purpose:** This study aims to identify and describe the strategy of the Trade and Industry Cooperative MSME Service in increasing MSME income during the Covid-19 Pandemic in Cianjur Regency, West Java and also to find out what strategic constraints are experienced as well as strategic efforts that can be done to overcome obstacles in increasing MSME income during the Covid-19 pandemic in Cianjur Regency, West Java. **Method:** This study uses a descriptive research method with an inductive approach. Data collection techniques were carried out by in-depth interviews (14 informants), observation, and documentation. **Result:** The findings are the increase in MSME income by the Department of Co operatives, MSMEs, Trade and Industry, Cianjur Regency is considered to be quite good, but there are still some shortcomings that need to be fixed. By using a SWOT analysis, the authors obtained 12 strategies that can be used to increase MSME income during the Covid-19 pandemic in Cianjur Regency, West Java. **Conclusion:** The increase in MSME income by the Department of Cooperatives, MSMEs, Trade and Industry, Cianjur Regency is considered to be quite good, but there are still some shortcomings that need to be corrected, such as the number of MSME actors who do not have business legal permits. In order to increase the income of MSMEs in Cianjur Regency, it is recommended that the Ministry of Cooperatives, MSMEs, Trade and Industry can synergize and work together, utilizing digital platforms that can make it easier for MSME actors and conducting socialization regarding business legality for MSME actors.

Keywords: MSMEs, Strategy, Income, Covid-19 Pandemi

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup signifikan bagi seluruh elemen kehidupan tak terkecuali UMKM. Berbagai permasalahan menimpa sektor UMKM sehingga mengakibatkan sebagian besar dari pelaku UMKM di Kabupaten Cianjur mengalami penurunan pendapatan. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat dan juga untuk mengetahui kendala strategi apa saja yang dialami serta upaya strategi yang dapat

dilakukan untuk mengatasi kendala dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemic Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan induktif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam (14 informan), observasi, dan dokumentasi. **Hasil/Temuan:** Temuan yang diperoleh penulis dalam penelitian ini yaitu Peningkatan pendapatan UMKM oleh Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cianjur dinilai sudah cukup baik namun masih ditemukan beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki. Dengan menggunakan analisis SWOT penulis memperoleh 12 strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat. **Kesimpulan:** Peningkatan pendapatan UMKM oleh Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cianjur dinilai sudah cukup baik namun masih ditemukan beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki seperti banyaknya pelaku UMKM yang belum memiliki izin legalitas usaha. Demi meningkatkan pendapatan UMKM di Kabupaten Cianjur disarankan Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian dapat bersinergi dan bekerja sama, memanfaatkan platform digital yang dapat memudahkan para pelaku UMKM dan melakukan sosialisasi berkenaan dengan legalitas usaha bagi para pelaku UMKM. **Kata kunci:** UMKM, Strategi, Pendapatan, Pandemi Covid-19

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki beraneka ragam kekayaan dan potensi yang dapat dikembangkan untuk kesejahteraan rakyatnya. Salah satu sektor yang menjadi potensi bagi Indonesia ialah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang kemudian disingkat menjadi UMKM ini merupakan representasi masyarakat Indonesia dalam kehidupan ekonomi nasional. UMKM dinilai mampu menciptakan lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi yang merata pada masyarakat luas dan meningkatkan perekonomian nasional.

Sektor UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini terbukti pada saat krisis moneter 1998, UMKM menjadi salah satu pembangkit perekonomian Indonesia disaat industri-industri besar mengalami stagnasi dan bahkan terhenti aktivitas produksinya. “Pasca krisis moneter 1998, jumlah UMKM semakin meningkat bahkan mampu menyerap 85 hingga 107 juta tenaga kerja pada tahun 2012” (Rahman dan Oktavianto, 2020:377). Dari fenomena tersebut dapat menjelaskan bahwa UMKM menjadi sektor yang mempunyai potensi strategis untuk membangkitkan perekonomian nasional di Indonesia. UMKM menjadi faktor pendukung pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM memberikan peran yang sangat signifikan pada sektor Produk Domestik Bruto (PDB) yakni sebesar 59,08 dari jumlah Produk Domestik Bruto (PDB) secara keseluruhan di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, setiap tahunnya jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan.

Dilansir dari berita harian Liputan6.com pada Selasa, 31 Agustus 2021 menurut Direktur Riset Center of Reform on Economics (Core) Indonesia, Piter Abdullah, ”UMKM memiliki 2 (dua) peran penting terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia dan juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. UMKM juga terbukti mampu menyerap tenaga kerja sekitar 1,2-1,5 juta angkatan kerja setiap tahunnya dari total keseluruhan sebanyak 3 juta angkatan kerja pertahun.” Artinya UMKM berpengaruh besar dalam penambahan angkatan kerja pertahunnya di Indonesia.

Krisis moneter menjadi saksi akan keberhasilan UMKM yang mampu bertahan ditengah dinamika ekonomi yang ada. Namun, lagi lagi UMKM harus kembali diuji dengan adanya *Covid-19*. *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* ini ditetapkan sebagai pandemi oleh *World Health Organization* atau WHO pada tanggal 11 Maret 2020. Virus yang berasal dari Kota Wuhan, China ini telah banyak memberikan dampak negatif dan merubah tatanan kehidupan di Dunia tak terkecuali di Indonesia. UMKM menjadi salah satu yang merasakan dampaknya. Berbagai permasalahan dirasakan oleh para pelaku UMKM dan tentunya berdampak pada sektor perekonomian nasional. “Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah sebanyak 163.713 pelaku UMKM terkena dampak dari pandemi dan sektor paling terdampak ada pada sektor makanan dan minuman” (Amri, 2020:125). Hal ini tentu berhubungan dengan kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah yang mana merubah tatanan kehidupan bermasyarakat salah satunya ialah kebijakan *work from home*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia membuat sebuah kajian yang membuktikan bahwa Pandemi *Covid-19* ini memberikan pengaruh negatif pada eksistensi UMKM dan menurunnya tingkat daya beli masyarakat. Ditambah lagi masyarakat sekarang lebih memilih pembelian secara *online* dibanding membeli secara *offline* atau mengunjungi pusat perbelanjaan secara langsung. Hal ini jelas menimbulkan kerugian bagi pelaku UMKM seperti pendapatan yang kian menurun bahkan tak sedikit yang mengalami gulung tikar.

Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu daerah yang terkena dampak pandemi *Covid-19*, penurunan perekonomian terjadi cukup signifikan. Menurut Ketua Dekranasda Provinsi Jawa Barat, Atalia Praratya, pertumbuhan ekonomi Jawa Barat telah mengalami penurunan sebesar -5,98 persen dan berada pada kuartal II di tahun 2020. Dilansir dari Dinas Ketenagakerjaan Jawa Barat, pandemi *Covid-19* ini memberikan dampak negatif pada 5 sektor industri besar di Jawa Barat yakni pada industri tekstil dan produk tekstil (TPT), akomodasi atau restaurant, industri manufaktur, pariwisata dan perdagangan. UMKM adalah salah satu sektor yang tak ketinggalan terkena dampak dari pandemi *Covid-19* di Jawa Barat. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Barat, sekitar 37.119 UMKM di seluruh kota dan kabupaten yang berada di Jawa Barat harus merasakan dampak dari pandemi ini. Keberlangsungan usaha dari UMKM pun menjadi taruhannya. Sebagian besar Kabupaten dan Kota di Jawa Barat turut terkena dampak dari pandemi *Covid-19* ini. Salah satunya adalah Kabupaten Cianjur. Menindaklanjuti hal tersebut, pemerintah daerah Kabupaten Cianjur melalui Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan dan Perindustrian terus memantau perkembangan UMKM di Kabupaten Cianjur pada masa Pandemi *Covid-19* ini. Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian merupakan lembaga pemerintahan yang berada di setiap daerah di Indonesia, salah satunya di Kabupaten Cianjur. Lembaga ini memiliki tugas melaksanakan urusan pemerintahan di bidang koperasi, UMKM, perindustrian dan juga perdagangan.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Salah satu program dari Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cianjur ialah memberdayakan dan mengembangkan koperasi dan UMKM yang berada di Kabupaten Cianjur. Dalam rangka mendukung programnya tersebut Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cianjur memiliki berbagai macam kegiatan sebagai strategi terutama untuk meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM di tengah pandemi *Covid-19* ini. Hal ini dikarenakan pada saat situasi pandemi terjadi penurunan pendapatan UMKM yang cukup signifikan. dampak dari pandemi *Covid-19* tak bisa dihindari oleh para pelaku usaha di Kabupaten Cianjur. Pasalnya tak sedikit dari UMKM di Cianjur yang mengakhiri kegiatan produksinya atau mengalami gulung tikar karna tidak dapat mempertahankan usahanya ditengah pandemi. Kepala Dinas Koperasi UMKM

Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cianjur, Bapak Drs. H. Tohari, M.Si Sastra menerangkan bahwa “sejak pandemi, 10 ribu UMKM pada bidang konveksi dan kerajinan tangan banyak yang *collapse*. Puluhan ribu pengusahanya harus mengurangi jumlah tenaga kerja secara terpaksa karna diakui pihaknya tidak dapat memberikan jaminan dikarenakan produksi menurun otomatis pemasukan pun berkurang.” Kondisi ini tentu berpengaruh terhadap angka pengangguran di Kabupaten Cianjur. Dengan adanya pengurangan tenaga yang berasal dari UMKM tersebut menyebabkan angka pengangguran di Kabupaten Cianjur kian meningkat tentunya. Hal ini dikarenakan UMKM sendiri merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga pekerjaan yang cukup banyak. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Cianjur, pandemi yang telah berlangsung selama satu tahun ini berhasil meningkatkan angka pengangguran yang semula berjumlah 105.125 kini menjadi 131.016 artinya pertambahan jumlah pengangguran bertambah sebanyak 25.891. Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka pemerintah perlu membuat suatu kebijakan yang bertujuan untuk mendukung UMKM agar tetap menjadi penopang perekonomian nasional di tengah pandemi *Covid-19*.

1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu khususnya dalam konteks strategi untuk pelaku UMKM. Penelitian dari Indah Andayani, Maria Veronika Roesminingsih, Wiwin Yulianingsih yang berjudul Strategi Pemberdayaan Masyarakat pelaku UMKM di Masa Pandemi *Covid-19* (Indah Andayani, Maria Veronika Roesminingsih, Wiwin Yulianingsih, 2021) menemukan Program pemberdayaan digital marketing menjadi pilihan strategi pemberdayaan pemasaran produk UMKM untuk bertahan di tengah pandemi *Covid-19*. Pemberdayaan digital marketing memberikan kesempatan pelaku UMKM dalam memulai usaha dengan sistem *Online* pada aplikasi perdagangan seperti Go-Food, Grab Food, Shopee, Lazada, atau memanfaatkan pasar media sosial facebook, instagram dan twitter. Penelitian dari Bambang Arianto yang berjudul Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi *Covid-19* (Bambang Arianto, 2020) menemukan bahwa Peranan platform media sosial juga telah menjadi tumpuan utama para pelaku UMKM. Selain itu pelaku UMKM juga mulai beradaptasi menggunakan berbagai aplikasi pendukung seperti platform keuangan digital. Transformasi digital pada UMKM di masa pandemi *Covid-19* ini akhirnya dapat membuat UMKM kembali mengembangkan usahanya. Dengan demikian, pengembangan UMKM digital di masa pandemi *Covid-19* bisa menjadi salah satu alternatif penyelamatan sektor UMKM agar tetap eksis. Penelitian temuan dari Ery Suryanti, Hendra Lesmana, Husni Mubarok yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM (Studi Kasus pada UMKM Mita) (Ery Suryanti, Hendra Lesmana, Husni Mubarok, 2021) menemukan bahwa UMKM mampu bertahan dalam kondisi apapun, dan mampu bersaing dengan usaha yang lebih maju. Karena UMKM dalam memilih produk tidak memerlukan bahan impor atau bahan yang digunakan untuk menciptakan produk ada di sekitar kita sehingga penjualan terus berjalan tanpa adanya kekurangan bahan untuk produksi. Dalam UMKM selalu ada persaingan karena produk yang dijual memang banyak jenisnya karena mudah untuk dibuat dan dengan modal yang sedikit sehingga siapapun akan mampu untuk membuat dan menjualnya.

1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

1. Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah Andayani, Maria Veronika Roesminingsih, dan Wiwin Yulianingsih pada tahun 2021 penelitian yang dilakukan oleh Indah Andayani, dkk menjadikan Kabupaten Kediri sebagai lokusnya berbeda dengan penelitian yang dilakukan penulis yang memiliki lokus penelitian yakni di Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian. Apabila dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Arianto pada tahun 2020 terdapat perbedaan dimana keduanya memiliki metode penelitian yang berbeda. Bambang Arianto menggunakan metode penelitian studi kepustakaan sementara penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh penulis menyebutkan lokusnya sementara pada jurnal Bambang Arianto lokusnya tidak disebutkan. Dan sedangkan dibandingkan dengan apa yang diteliti oleh Ery Suryanti, Hendra Lesmana, Husni Mubarak pada 2021 terdapat perbedaan yaitu teori yang digunakan berbeda. Pada penelitian tersebut menggunakan teori analisis strategis sementara penulis memilih teori strategi. Lokus pun berbeda dan penelitian tersebut tidak dikaitkan dengan situasi pandemi *Covid-19* sementara penulis mengaitkan penelitiannya dengan situasi pandemi *Covid-19*. Penelitian Ery Suryanti, dkk dilakukan di UMKM Mita yang berada di Desa Pangkah Sabrang, Kecamatan Pangkah, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis dilakukan di Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan perindustrian.

1.5. Tujuan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat dan juga untuk mengetahui kendala strategi apa saja yang dialami serta upaya strategi yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemic Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dekriptif dengan pendekatan induktif dan menganalisis menggunakan pengembangan UMKM (Budiarso Rachmawan, 2015) yang memiliki empat dimensi pengembangan yakni kelestarian dinamis produk, kelestarian dimanis proses produksi, kelstarian dinamis sumber daya, dan kelestarian dinamis peran strategis.

Penulis mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam melakukan pengumpulan data kualitatif, penulis melakukan wawancara secara mendalam terhadap 14 orang informan yang terdiri dari Kepala Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cianjur, Konsultan Ahli Pusat Pelayanan Terpadu, Staf Seksi UMKM dan 11 pelaku UMKM di Kabupaten Cianjur. Adapun analisisnya menggunakan teori analisis SWOT yang digagas oleh Freddy Rangkuti (Rangkuti, 2014) yang terdiri dari empat dimensi yakni strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi ST (*Strength-Threat*), strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dan strategi WT (*Weakness-Threat*).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis melakukan analisis SWOT untuk menentukan strategi yang tepat bagi Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat.

3.1. Identifikasi Faktor Internal

Penulis melakukan identifikasi faktor internal strategi yang diperoleh dari hasil penelitian. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam dan bisa diubah. Faktor internal ini terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Kekuatan (Strength)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap informan maka didapat kekuatan untuk meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat.

1. Pemerintah memberikan dukungan melalui kebijakannya untuk mengembangkan UMKM pada masa pandemi Covid-19.
2. Sumber daya yang melimpah.
3. Digitalisasi pemasaran melalui aplikasi SIMPUL dan pusat informasi dan pendataan UMKM dengan aplikasi SIMADU.
4. Adanya sinergitas antara Pemerintah Kabupaten Cianjur, Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan perindustrian, PLUT, dan pelaku UMKM untuk mengembangkan UMKM di masa pandemi Covid-19.
5. Program Bupati pengembangan 10.000 UMKM.

Kelemahan (Weakness)

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh ada beberapa temuan berkenaan dengan kelemahan dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat, yaitu :

1. Pengembangan tenaga kerja atau sumber daya manusia dari dalam UMKM sendiri belum memadai.
2. Pelaku UMKM Belum memahami dan belum memaksimalkan digitalisasi dalam hal pemasaran.
3. Modal yang minim.
4. UMKM yang kurang percaya diri untuk mengembangkan usahanya.
5. Sarana dan prasarana dalam pengembangan UMKM belum memadai.
6. Pelaku UMKM belum memahami pembukuan dan penatausahaan keuangannya.

3.2. Identifikasi Faktor Eksternal

Penulis melakukan identifikasi faktor eksternal strategi yang diperoleh dari hasil penelitian. Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar dan tidak bisa diubah. Faktor eksternal ini terdiri dari peluang dan ancaman.

Peluang (Opportunities)

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis, maka didapat beberapa peluang untuk meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat.

1. Beragam bantuan modal dari Kementerian dan Lembaga bagi UMKM.
2. Banyak program pemerintah yang berpihak pada UMKM
3. Tingginya antusiasme para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dan berkompetisi dengan UMKM lainnya.
4. Masyarakat yang peduli dan antusias dengan adanya kegiatan-kegiatan UMKM.
5. Digitalisasi yang memberikan kemudahan dan menimbulkan banyak keuntungan dalam pemasaran.

Ancaman (Threats)

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, didapat beberapa ancaman dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat. Berikut adalah temuan ancaman yang diperoleh oleh peneliti.

1. Daya beli masyarakat yang berkurang karena pandemi Covid-19.
2. Banyak dari produk asli Cianjur yang diakui oleh orang luar.
3. Pelaku UMKM yang belum memahami digitalisasi pemasaran.

3.3. Formulasi Strategi Menggunakan Matriks SWOT

Penulis menggunakan Matriks SWOT untuk memformulasikan isu-isu strategis untuk meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat yang dapat digunakan oleh Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian. Dalam matriks SWOT ini berisi faktor internal dan faktor eksternal strategi yang telah diuraikan. Kemudian dari hubungan korelasi antar faktor tersebut akan diperoleh strategi peningkatan pendapatan bagi UMKM. Matriks SWOT tersebut tergambar dalam **Tabel 1** berikut.

Tabel 1.

Lingkungan Internal	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Lingkungan Eksternal	1. Pemerintah memberikan dukungan melalui kebijakannya untuk mengembangkan UMKM pada masa pandemi <i>Covid-19</i> . 2. Sumber daya yang melimpah. 3. Digitalisasi pemasaran melalui aplikasi SIMPUL dan pusat informasi dan pendataan UMKM dengan aplikasi SIMADU. 4. Adanya sinergitas antara Pemerintah Kabupaten Cianjur, Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan perindustrian, PLUT, dan pelaku UMKM untuk mengembangkan UMKM di masa pandemi <i>Covid-19</i> . 5. Program Bupati pengembangan 10.000 UMKM.	1. Pengembangan tenaga kerja atau sumber daya manusia dari dalam UMKM sendiri belum memadai. 2. Pelaku UMKM Belum memahami dan belum memaksimalkan digitalisasi dalam hal pemasaran. 3. Modal yang minim. 4. UMKM yang kurang percaya diri untuk mengembangkan usahanya. 5. Sarana dan prasarana dalam pengembangan UMKM belum memadai. 6. Pelaku UMKM belum memahami pembukuan dan penatausahaan keuangannya.

<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Beragam bantuan modal dari Kementerian dan Lembaga bagi UMKM. 2. Banyak program pemerintah yang berpihak pada UMKM 3. Tingginya antusiasme para pelaku UMKM untuk megembangkan usahanya dan berkompetisi dengan UMKM lainnya. 4. Masyarakat yang peduli dan antusias dengan adanya kegiatan-kegiatan UMKM. 5. Digitalisasi yang memberikan kemudahan dan menimbulkan banyak keuntungan dalam pemasaran. 	<p>Strategi S – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Manfaatkan digitalisasi pemasaran yang memberikan banyak keuntungan seperti aplikasi SIMPUL milik Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian 2. Memberikan bantuan modal usaha bagi para pelaku UMKM 3. Mendukung program Bupati pengembangan 10.000 UMKM 4. Memberikan akses kepada UMKM untuk bisa mengikuti berbagai program dan bantuan dari pemerintah maupun kementerian. 	<p>Strategi W – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas SDM pelaku UMKM 2. Melakukan pendampingan pengelolaan usaha kepada para pelaku UMKM 3. Membuat <i>event-event</i> yang melibatkan UMKM di dalamnya 4. Memaksimalkan media sosial untuk pemasaran dan promosi produk UMKM
<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya beli masyarakat yang berkurang karena pandemi <i>Covid-19</i>. 2. Banyak dari produk asli Cianjur yang diakui oleh orang luar. 3. Pelaku UMKM yang belum memahami digitalisasi pemasaran. 	<p>Strategi S – T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jalin kerjasama dengan Lembaga Keuangan Nasional untuk menyediakan lembaga keuangan khusus UMKM yang memberikan kredit dengan bunga 0% untuk permodalan UMKM 2. Melakukan perlindungan HAKI terhadap produk asli Cianjur 	<p>Strategi W – T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendorong pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan memajukan produk unggulan cianjur yang telah diakui oleh orang luar 2. Fasilitasi sarana dan prasarana bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya

3.4. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemic *Covid-19* di Kabupaten Cianjur Dinas Koperasi UMKM Perdagangan melakukan beberapa strategi. Hasil yang ditemukan oleh penulis dalam strategi-strategi yang dilakukan salah satu yang ditemukan adalah memanfaatkan digitalisasi pemasaran yang memberikan banyak keuntungan seperti aplikasi SIMPUL milik Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian temuan ini sejalan dengan hasil yang diteliti oleh Indah Andayani, Maria Veronika Roesminingsih, Wiwin Yulianingsih yang menemukan Program pemberdayaan digital marketing menjadi pilihan strategi pemberdayaan pemasaran produk UMKM untuk bertahan di tengah pandemi *Covid-19* (Indah Andayani, Maria Veronika Roesminingsih, Wiwin Yulianingsih, 2021). Kemudian temuan strategi berikutnya adalah dengan memaksimalkan media sosial untuk pemasaran dan promosi produk UMKM, temuan ini juga sejalan dengan yang ditemukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Bambang Arianto, dimana dia menemukan Peranan platform media sosial juga telah menjadi tumpuan utama para pelaku UMKM. Selain itu pelaku UMKM juga mulai beradaptasi menggunakan berbagai aplikasi pendukung seperti platform keuangan digital. Transformasi digital pada UMKM di masa pandemi *Covid-19* ini akhirnya dapat membuat UMKM kembali mengembangkan usahanya. Dengan demikian, pengembangan UMKM digital di masa pandemi *Covid-19* bisa menjadi salah satu alternatif penyelamatan sektor UMKM agar tetap eksis. (Bambang Arianto,2020)

3.5. Diskusi Temuan Menarik Lainnya (opsional)

Penulis menemukan kendala saat menerapkan Strategi Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan perindustrian dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi *Covid-19* di Kabupaten Cianjur antara lain Pengembangan Sumber Daya Manusia Pelaku UMKM Belum Terlaksana Dengan Baik, Pelaku UMKM Banyak yang Belum Memiliki Izin Usaha yang Legal, dan Terhambatnya Penjualan Produk UMKM Karena Pandemi *Covid-19*. Kemudian paya yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Koperasi UMKM Perindustrian dan Pedagangan dalam meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi *Covid-19* di Kabupaten Cianjur antara lain Memberikan Pelatihan Berkelanjutan Untuk Mengembangkan Sumber Daya Pelaku UMKM, Kemudahan Pembuatan Izin Usaha Bagi Pelaku UMKM, dan Galeri UMKM Sebagai Upaya Promosi Produk UMKM Kabupaten Cianjur.

IV. KESIMPULAN

Penulis menyimpulkan bahwa peningkatan pendapatan UMKM oleh Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cianjur dinilai sudah cukup baik namun masih ditemukan beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki seperti banyaknya pelaku UMKM yang belum memiliki izin legalitas usaha. Demi meningkatkan pendapatan UMKM di Kabupaten Cianjur disarankan Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian dapat bersinergi dan bekerja sama, memanfaatkan platform digital yang dapat memudahkan para pelaku UMKM dan melakukan sosialisasi berkenaan dengan legalitas usaha bagi para pelaku UMKM.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian. Penelitian juga hanya dilakukan pada satu dinas saja sebagai model studi kasus yang dipilih dikarenakan waktu yang tersedia terbatas.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa

berkaitan dengan strategi peningkatan pendapatan UMKM oleh Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian di Kabupaten Cianjur untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Kepala Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cianjur beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan p'elitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A. dan Narbuko. 2015. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Anggara, Dameis Surya dan Chandra Abdillah. 2019. *Modul Metode Penelitian*. Tangerang Selatan: UNPAM Press.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiarto, Rachmawan. 2018. *Pengembangan UMKM*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Diana, Anastasia dan Lilis Setiawati. 2017. *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Harahap, Nursapia. 2020. *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada.
- Martani, Dwi, dkk. 2016. *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*, Edisi 2 Buku 1 2016. Jakarta: Salemba Empat.
- Rafidah. 2019. *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewirausahaan Islami Terhadap Pendapatan Dan Kesejahteraan Keluarga Wanita Pengrajin Batik Danau Teluk Kota Jambi*. Jambi: Ahlimedia Press.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2014. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ritonga, Zuriyani. 2020. *Manajemen Strategi*. Sleman: Deepublish.
- Samsu. 2017. *Metode Penelitian : Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development*. Jambi: Pusaka.
- Sedarmayanti. 2018. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Wilantara, Rio F dan Susilawati. 2016. *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: Refika Aditama.
- Yusuf, A. Muri. 2005. *Metodologi Penelitian : Dasar-Dasar Penyidikan Ilmiah*. Padang: UNP Press.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2020 tentang Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN).
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 85 Tahun 2020 Tentang Tata Cara Pemberian Subsidi Bunga/Subsidi Margin Untuk Kredit/Pembiayaan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah Dalam Rangka Mendukung Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional.

Peraturan Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Pedoman Umum Penyaluran Bantuan Pemerintah Bagi Pelaku Usaha Mikro Untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Ancaman Yang Membahayakan Perekonomian Nasional Serta Penyelamatan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.

Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 15 Tahun 2021 tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat *Corona Virus Disease 2019* di Wilayah Jawa dan Bali.

Peraturan Daerah Kabupaten Cianjur Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Pemberdayaan, Pengembangan dan Perlindungan Koperasi dan Usaha Mikro.

Peraturan Bupati Kabupaten Cianjur Nomor 70 Tahun 2016 Tentang Tugas dan Fungsi, Serta Tata Kerja Unit Organisasi Di Lingkungan Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cianjur.

<https://penelitianilmiah.com/pendekatan-penelitian/>, diakses pada Jumat, 10 September 2021 pukul 14.32 WIB

<https://sarjanaekonomi.co.id/pengertian-pendapatan-menurut-para-ahli/>, diakses pada Kamis, 2 September 2021 pukul 13.48 WIB.

<https://www.feb.unpad.ac.id/site/id/category/opini/>, diakses pada Sabtu, 4 September 2021 pukul 10.43 WIB.

<https://www.worldometers.info/coronavirus/>, diakses pada Kamis, 31 Agustus 2021 pukul 10.46 WIB.

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4608891/umkm-bisa-jadi-andalan-pemerintah-tekan-angka-pengangguran>, diakses pada Kamis, 31 Agustus 2021 pukul 11.37 WIB.

Kabupaten Cianjur, BPS, *Kabupaten Cianjur Dalam Angka 2021*, 2021

Kabupaten Cianjur, BPS, *Kabupaten Cianjur Dalam Angka 2022*, 2022

Petatematikindo.files.wordpress.com

Amri, Andi. 2020. "Pengaruh Periklanan Melalui Media Sosial Terhadap UMKM Di Indonesia Di Masa Pandemi." *Jurnal Brand*, 2.1.

Halim, Abdul. 2020. "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, Vol (1).

Rahman, Mochamad Reza and Muhammad Rizki Oktavianto. 2020. "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia." *Jurnal Economics and Business Review*, 3.2.