

BAB IV

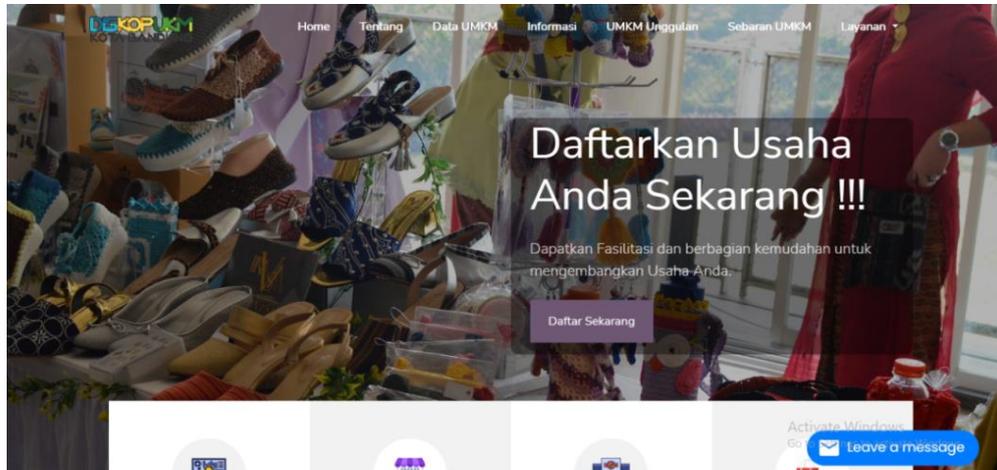
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Penelitian yang dilakukan ini berjudul “Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Sistem Digitalisasi Pada Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Bandung”. Penelitian ini berfokus pada proses pemberdayaan untuk mengembangkan usaha bagi pelaku UMKM baik dalam pengidentifikasian potensi, penguatan potensi yang dilakukan dan diberikan oleh Dinas serta perlindungan potensi para UMKM. Maka peneliti ingin melakukan penelitian lebih mendalam mengenai program pemberdayaan pada pelaku UMKM yang termasuk ke dalam UMKM binaan di dinas tersebut.

Sesuai yang diatur dalam Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 61 Tahun 2022 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil dan Menengah, keseluruhan perangkat daerah bersama-sama merumuskan dan menjalankan program untuk membangun dan mengembangkan Koperasi dan pelaku UMKM. Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung melalui website SIRKUIT (Sistem Informasi Kewirausahaan Terintegrasi) mengacu pada Peraturan Presiden Nomor 39 Tahun 2019 tentang Satu Data Indonesia, Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung ditunjuk sebagai Walidata Koperasi dan UMKM untuk pengumpul Data UMKM Kota Bandung.

Berikut tampilan dari website SIRKUIT yang dapat dikunjungi dengan mudah oleh publik, yaitu :



Gambar 4.1 Website SIRKUIT

Sumber : <https://sirkuit.bandung.go.id/#data-umkm>

Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung melakukan pencatatan jumlah pelaku UMKM yang mereka bina di dalam website SIRKUIT yang diakumulasikan sejak tahun 2016. Informasi tersebut disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1 Data UMKM Pertahun di Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Tahun	Klasifikasi Usaha			Total
	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	
2016	4877	374	12	5263
2017	144	6	0	150
2018	511	16	0	527
2019	329	29	2	360
2020	262	6	0	268
2021	1843	8	1	1852
2022	717	10	1	728
2023	118	2	0	120
Total	8880	451	16	9267

Sumber: <https://sirkuit.bandung.go.id/#data-umkm>

Seperti yang dapat dilihat dalam tabel, total keseluruhan dari jumlah

pelaku UMKM mencapai mencapai 9.267 pelaku UMKM akumulasi sampai pada tahun 2023. Selain itu SIRKUIT terdapat informasi lengkap mengenai data-data pelaku UMKM dimulai dari tabel demo grafis dari segi jenis kelamin, usia pelaku UMKM dan pendidikan. Pertama adalah tabel jenis kelamin antara jumlah pelaku usaha perempuan yang lebih dominan sebanyak 2.403 dibanding laki-laki yang mencapai 2.072. Menurut data terbaru tahun 2023 yang dilampirkan di bawah ini.

Tabel 4.1 Demo Grafis di Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Jenis Kelamin			
Tahun	Perempuan	Laki-laki	Lainnya
2016	440	681	4142
2017	478	709	4226
2018	548	731	4661
2019	715	823	4762
2020	865	940	4763
2021	1954	1703	4763
2022	2363	2021	4764
2023	2403	2072	4764

Sumber: <https://sirkuit.bandung.go.id/#data-umkm>

Kemudian data demo grafis yang tercatat di SIRKUIT terkait jumlah pelaku UMKM berdasarkan usianya yang terbagi dari beberapa kategori usia yang dicatat sejak tahun 2016-sekarang.

Tabel 4.1 Usia di Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Usia								
Tahun	10-20	20-30	30-40	40-50	50-60	60-70	70-80	80-90
2016	2	43	131	212	209	170	61	34
2017	3	48	141	233	230	175	63	35
2018	3	50	154	256	247	180	63	35
2019	3	75	224	341	291	196	64	38
2020	3	110	292	418	355	213	70	38
2021	14	396	730	1008	751	324	88	40
2022	17	520	955	1237	864	354	88	40
2023	19	556	997	1273	879	357	89	40

Sumber: <https://sirkuit.bandung.go.id/#data-umkm>

Berdasarkan data tabel di atas tentang data pelaku UMKM dengan jumlah

terbanyak ditempati oleh pelaku usaha dari umur 40-50 tahun dengan data mencapai 1.262 pelaku UMKM, urutan kedua dengan rentang usia 30-40 tahun dan 874 dalam rentang usia 50-60.

Terakhir adalah tabel jenjang pendidikan dari masing-masing pelaku UMKM Kota Bandung yang dicantumkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.1 Pendidikan d Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Tahun	Pendidikan														
	D 1	D 2	D 3	D I	D II I	Dipl oma 3	Dipl oma III	D IV	S 1	S 2	S 3	SD	SM A	S M K	SM P
2016			4					3	1			1	13		1
2017			10					14	6	1		2	38		1
2018	1		16					18	13	2		3	64		6
2019	2		68					41	157	17	3	10	168		14
2020	7	1	92					60	227	33	3	23	264		35
2021	60	1	244					247	417	61	4	155	1182		215
2022	60	2	298	3	8	2	2	282	683	95	4	169	1445		255
2023	76	2	299	2	7	4	4	288	727	99	4	169	1470	4	256

Sumber: <https://sirkuit.bandung.go.id/#data-umkm>

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kota Bandung didominasi oleh pelaku usaha yang menempuh jenjang pendidikan terbanyak adalah SMA mencapai 1.470 di tahun 2023. Kedua ditempati dengan jenjang pendidikan S1 sebanyak 727.

Kemudian potensi yang dimiliki oleh pelaku UMKM diklusterkan menjadi beberapa jenis usaha diantaranya adalah handicraft, fashion, jasa, kuliner, lainnya dan perdagangan. Informasi tersebut tercantum dalam website resmi SIRKUIT Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dan pencatatan data perkembangan selama bertahun-tahun bagi pelaku UMKM dimulai sejak tahun 2016 sampai terbaru tahun 2023. Menurut data tersebut posisi pertama ditempati oleh pelaku UMKM yang berjenis kuliner.

Berikut tabel pengklusteran jenis usaha yang dibuat oleh Dinas Koperasi
UMKM Kota Bandung dalam website SIRKUIT

Tabel 4.1 Jenis Usaha UMKM di Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Jenis Usaha						
Tahun	Fashion	Handicraft	Jasa	Kuliner	Lainnya	Perdagangan
2016	847	401	702	1707	590	1016
2017	28	15	8	79	9	11
2018	84	52	53	281	46	9
2019	64	33	17	201	7	38
2020	45	10	11	136	15	51
2021	261	71	121	833	83	483
2022	132	40	54	358	46	99
2023	132	13	9	28	9	136
	1486	635	975	3622	1720	805

Sumber: <https://sirkuit.bandung.go.id/#data-umkm>

Selanjutnya juga diungkapkan oleh salah satu wawancara dengan pegawai Dinas mengungkapkan tentang kluster jenis usaha. Berikut wawancara yang dilakukan kepada Bapak Dedi Kurniawan, Analis Kebijakan Sub Koordinator Kemitraan dan Jaringan Usaha Mikro UMKM sebagai berikut :

“Nah dari sisi itu barulah kita mengklusterkan berdasarkan yang bisa dilihat di SIRKUIT ada kluster dan jenis usaha. Nah dari situ kelihatan grafiknya. Berapa sih jenis pelaku usaha terbesar di Kota Bandung ternyata jawabannya berdasarkan jumlah yang menginput ke data SIRKUIT adalah kuliner. Kedua adalah fashion jumlah tertinggi dari pelaku usaha. Terakhir adalah craft”. **(Hasil wawancara dengan Bpk. DS, Kamis 1 Desember 2022)**,

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan mengenai kluster jenis usaha yang dilakukan oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dapat dilihat potensi-potensi pelaku UMKM yang menarik ketertarikan konsumen yang besar atas produksi usaha yang dimiliki pelaku usaha. Terutama di Kota Bandung pelaku UMKM yang paling besar berkembang yaitu, di dunia kuliner, fashion dan posisi terakhir dalam jumlah pelaku UMKM terkait jenis usaha adalah craft.

Terkait dengan yang namanya potensi peran penting konsumen dalam mengembangkan pelaku usaha selaku produsen sangat berkaitan. Karena menurut wawancara dengan Bapak DS dalam dunia bisnis potensi mengenai keberadaan potensi dan konsumen atau disaat produk usaha mikro digunakan oleh konsumen. Sehubungan dengan pengklusteran jenis usaha dan potensi yang dimiliki pelaku UMKM Kota Bandung, pelaku UMKM harus menghasilkan produk yang melekat agar mudah dikenali oleh konsumen seperti hasil wawancara dengan Ibu Dwiani Suprati selaku pendamping UMKM menjelaskan diantaranya adalah :

“Strategi menghadapi masalah UMKM yang seperti itu yang paling utama itu pertama adalah produknya. Karena banyak produk dari teman-teman itu musiman disaat sedang ada trend sesuatu diikuti. Makanya saya selalu menekankan kepada teman-teman UMKM kamu harus punya satu produk unggulan, sampai nanti orang luar kenalnya itu nama brand kamu bukan nama kamu”. **(Hasil wawancara dengan Ibu DS, Jumat 20 Januari 2023).**

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa sebagai pendamping UMKM menghadapi permasalahan yang dialami pelaku UMKM yang paling utama adalah strategi memperbaiki produk UMKM. Karena pelaku UMKM sering mengganti produknya apalagi disaat sedang trend, makanya yang dilakukan pendamping mengharuskan pelaku UMKM dampingannya memiliki satu produk unggulan yang dijualnya. Tujuannya adalah membranding usaha agar lebih dikenal secara luas dan orang-orang mengenal identitas pelaku UMKM.

Potensi sendiri dimiliki oleh setiap pelaku UMKM yang berkembang berbeda-beda setiap individu. Contoh dari data jenis usaha bahwa usaha kuliner berkembang dengan pesat karena Kota Bandung dikenal sebagai Kota kuliner. Begitu pun dengan usaha fashion dan craft yang menjadi ciri khas karena Kota

Bandung dinilai sebagai kiblat dunia fashion tingkat nasional dan Kota Bandung juga dikenal dengan destinasi wisata yang beragam (**Hasil wawancara, Bapak DS, Kamis 1 Desember 2022**). Dinas pun memiliki beberapa cara dalam mengidentifikasi pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan dan menumbuhkan potensi. Berikut wawancara dengan Bpk. DS sebagai berikut :

“Kami melakukan identifikasi 6 area yang memang kita coba mulai dari kita lakukan identifikasi dahulu pelaku usahanya. Pertama, melakukan identifikasi dan profiling pelaku usaha. Kedua, setelah kita melakukan profiling masuk ke dalam motivasi dan main setting orientation bisnis. Ketiga, kita coba melakukan treatment soal legalitas dan standar mutu program. Keempat, biasanya kita melihat dari sisi fasilitas akses permodalannya. Kelima, promosi pemasaran. Terakhir adalah manajemen keuangan yang sangat penting.” (**Hasil wawancara dengan Bpk. DS, Rabu, 1 Desember 2023**).

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Dinas melakukan pengidentifikan kepada pelaku UMKM yang ada 6 area diantaranya adalah proses identifikasi dan profiling pelaku usaha mulai dari jenis usaha, berapa tahun menjalankan usaha, dan lain lainnya. Kedua berkaitan motivasi mendirikan usaha, karena tujuan orang membangun usaha itu berbeda-beda. Ketiga berkaitan dengan legalitas produk. Selanjutnya keempat adalah bantuan permodalan dengan melibatkan pihak lain yaitu kerjasama berupa kemitraan. Lalu kelima adalah pemasaran produk dan terakhir manajemen keuangan yang perlu dimiliki pelaku UMKM.

Selanjutnya yang menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah penguatan potensi yang dimiliki pelaku UMKM yang dilakukan Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung. Pemberdayaan yang dilakukan pada tahap selanjutnya berupa tindakan spesifik yang melibatkan pemberian banyak

masukan (input) dan memberikan anggota masyarakat akses ke berbagai kemungkinan yang akan memberdayakan mereka. Selain program pelatihan, Dinas juga menyediakan kegiatan seperti Bimtek (Bimbingan Teknis) atau Workshop. Jika pelatihan pelaksanaannya dipegang oleh bidang UPT (Unit Pelayanan Teknis), berbeda halnya dengan program bimtek yang dilakukan oleh bidang UM (Usaha Mikro). Seperti yang dikatakan oleh narasumber yaitu Ibu Nuri Nuraeni yang menjabat sebagai Analis Kebijakan Ahli Muda SubKor Pemberdayaan Usaha Mikro berikut ini :

“Itu adalah praktiknya jika di bidang UM, lebih kearah pameran atau misalkan kemitraan. Kita bisa bermitra dengan perguruan tinggi yang memiliki program dan bermitra dengan Dinas yang memiliki pelaku UMKM. Begitupun dengan pihak swasta misalkan marketplace-marketplace dapat berkolaborasi dan bekerja sama jika mereka memiliki program tertentu dan sesuai dengan kebutuhan dinas untuk disalurkan ke pelaku UMKM. Jadi kalau UPT lebih detail dalam mempelajari tentang cara membuat akuntansi keuangan untuk pelaku usaha, lalu cara membuat *business plan*”. **(Hasil Wawancara dengan Ibu NN, Rabu 7 Desember 2022).**

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan mengenai yang diberikan bidang UM kepada pelaku UMKM mulai dari pameran untuk pemasaran produk dan kemitraan berupa kerjasama dengan pihak-pihak lain seperti perguruan tinggi maupun marketplace. Karena fungsi dinas adalah sebagai fasilitator maka menjadi penghubung antara pelaku UMKM yang membutuhkan pasar/modal atau kebutuhan-kebutuhan usahanya dan pihak lain yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut dan dinas adalah yang mempertemukan kedua belah pihak. Sedangkan untuk bidang UPT pelaksanaan pelatihan lebih ditekankan kepada teknisnya misalnya pembuatan *business plan* jadi para pelaku UMKM diajarkan dan langsung dipraktikkan.

Berikut beberapa kegiatan Bimtek yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi
UMKM Kota Bandung dari website SIRKUIT :



Gambar 4.1 Kegiatan Bimtek Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung
Sumber : <https://sirkuit.bandung.go.id/#data-umkm>

Beberapa langkah yang dilakukan dengan memberikan Diklat (Pendidikan Pelatihan) dengan berbagai tema sesuai kebutuhan pelaku UMKM, tapi untuk pelatihan terkait digitalisasi, Dinas mengkhususkan dengan tema diklat yaitu ‘Pelatihan Digital melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung’. Berdasarkan wawancara dengan staff Dinas yaitu Bapak Tria Ahadiyat yang menjabat sebagai Pendamping PK2UMK pelatihan digital marketing dilaksanakan untuk pelaku UMKM dalam hal penggunaan media platform digital, salah satunya adalah marketplace untuk memasarkan produknya dan pengoptimalisasian akan manfaatnya.

Menurut data jumlah peserta yang berhasil dikumpulkan peneliti terkait silabi pelatihan dengan tema ‘Diklat Kewirausahaan Bidang Manajemen Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi’. sebagai berikut :

Tabel 4.1 Data Peserta Diklat Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro

No.	Kegiatan	Tempat/Tanggal/Tahun	Peserta
1.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Angkatan 1 Tahun 2020.	Kampus LPKIA, Jl. Soekarno-Hatta No. 456, Bandung/Selasa-Kamis, 01-03 September 2020.	30 peserta
2.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Angkatan 2 Tahun 2020.	Kampus LPKIA, Jl. Soekarno-Hatta No. 456, Bandung/Selasa-Kamis, 01-03 September 2020.	30 peserta
3.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Angkatan 1 Tahun 2020.	Kampus LPKIA/Rabu-Jumat, 07-09 Oktober 2020	40 peserta
4.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Angkatan 2 Tahun 2020.	Kampus PKIA/Rabu-Jumat, 07-09 Oktober 2020	40 peserta
5.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung 2021.	Mei 2021	49 peserta
6.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Tahun 2021.	Kampus Politeknik LPKIA, Jl. Soekarno Hatta No 456/ Selasa-Jumat, 15-18 Juni 2021	40 peserta
7.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Tahun 2021.	Kampus LPKIA, Jl. Soekarno-Hatta No. 456, Bandung/ Selasa-Jumat, 21-24 September 2021.	40 peserta.
8.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Tahun 2021.	Kampus Politeknik LPKIA, Jl. Soekarno Hatta No 456/Senin-Kamis , 25-28 Oktober 2021	40 peserta
9.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Tahun 2022.	Kampus Institut Digital Ekonomi LPKIA, Jl. Soekarno Hatta No 456/ Senin-Rabu, 21-23 Maret 2022.	40 peserta
10.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Angkatan 1 Tahun 2022.	Kampus Institut Digital Ekonomi LPKIA, Jl. Soekarno Hatta No 456/Senin-Rabu, 23-25 Mei 2022.	40 peserta
11.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Tahun 2022.	Kampus Institut Digital Ekonomi LPKIA, Jl. Soekarno Hatta No 456/Selasa-Jumat, 19-22 Juli 2022.	30 peserta

Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2023.

Berdasarkan data di atas menjelaskan waktu dan tempat pelaksanaan serta keterangan jumlah peserta yang mengikuti pelatihan Digital Marketing yang telah diselenggarakan di Kota Bandung. Selanjutnya akan menjelaskan informasi berupa tabel yang berisikan data terkait jumlah jenis usaha pelaku UMKM yang ada di Kota Bandung yang telah mengikuti pelatihan tersebut, sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Data Jenis Usaha Pelaku UMKM yang Mengikuti Pelatihan
Digital Marketing**

No	Kegiatan	Peserta	Jenis Usaha				
			Kuliner	Craft	Jasa	Fashion	Lainnya
1.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Angkatan 1 Tahun 2020. (Kamis, 01-03 September 2020).	30 peserta	21	3	4	2	
2.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Angkatan 2 Tahun 2020. (Kamis, 01-03 September 2020).	30 peserta	22	3	2	3	
3.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Angkatan 1 Tahun 2020. (Rabu-Jumat, 07-09 Oktober 2020).	40 peserta	32	1		2	5
4.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Angkatan 2 Tahun 2020. (Rabu-Jumat, 07-09 Oktober 2020).	40 peserta	25	2	2	9	2
5.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung 2021. (Mei 2021)	49 peserta	26	1		22	
6.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Tahun 2021. (Selasa-Jumat, 15-18 Juni 2021).	40 peserta	25	2		12	1
7.	Pelatihan Digital Marketing Melalui	40	16	4		13	7

No	Kegiatan	Peserta	Jenis Usaha				
			Kuliner	Craft	Jasa	Fashion	Lainnya
	Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Tahun 2021. (Selasa-Jumat, 21-24 September 2021).	peserta					
8.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Tahun 2021. (Senin- Kamis , 25-28 Oktober 2021_.	40 peserta	29	1		4	6
9.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Tahun 2022. (Senin-Rabu, 21-23 Maret 2022).	40 peserta	15	10	3	7	5
10	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Angkatan 1 Tahun 2022. (Senin-Rabu, 23-25 Mei 2022).	40 peserta	21	2	3	7	7
11.	Pelatihan Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Market Place Dan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kota Bandung Tahun 2022. (Selasa-Jumat, 19-22 Juli 2022).	30 peserta	19	5	2	4	

Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2023.

Berdasarkan tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan Digital Marketing di Kota Bandung yang diselenggarakan oleh Dinas didominasi oleh jenis usaha kuliner. Secara keseluruhan data berbentuk tabel kuliner lebih banyak dibandingkan jenis usaha lainnya seperti fashion, craft, jasa, dan lainnya. Kemudian selain kuliner, jenis usaha dengan jumlah banyak kedua yang mengikuti pelatihan tersebut diduduki oleh fashion diposisi kedua. Selanjutnya di lanjutkan oleh jenis usaha craft, lalu jenis usaha lainnya dan terakhir ditempati oleh usaha jasa.

Beberapa dokumentasi dari pelatihan Digital Marketing yang

diselenggarakan oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung diantaranya :



Gambar 4.1 Kegiatan Pelatihan

Sumber : Staff Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Terakhir yaitu mengenai perlindungan kepada pelaku UMKM bahwa Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dalam hal memberikan perlindungan sesuai pada kebijakan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nuri Nuraeni, Analis Kebijakan Ahli Muda SubKor Pemberdayaan Usaha Mikro terkait pelaksanaan pendampingan UMKM dari kacamata dinas sebagai berikut :

“Perlindungan itu ada dua yaitu ada perlindungan legalitas dan perlindungan hukum. Misalnya dalam perlindungan legalitas kenapa UMKM harus memiliki izin seperti izin usaha kuliner harus memiliki PIRT, halal, BPOM, expired produk, komposisi juga harus dicantumkan nah itu bentuk dari perlindungan legalitas untuk melindungi produknya. Kemudian perlindungan hak mereknya harus didaftarkan ke HAKI nah itu bentuk dari perlindungan hukum terhadap produk UMKM.”. **(Hasil wawancara dengan Ibu NN, Kamis 19 Januari 2023).**

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa perlindungan itu ada dua yaitu perlindungan legalitas berupa PIRT, halal, BPOM, expired produk dan komposisi. Apalagi perizinan untuk kuliner lebih banyak tapi

dinas akan membantu semua proses itu sesuai dengan salah satu isi dari Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 21, yaitu kemudahan. Selanjutnya adalah perlindungan hukum berupa pendaftaran nama produk ke HaKI sehingga jika ada yang menggunakan akan dibantu mengajukan gugatan karena menggunakan identitas produk yang sudah dilindungi hukum,

Upaya pemberian layanan bantuan dan pendampingan hukum kepada UMKM, baik pemerintah pusat dan daerah paling sedikitnya akan memberikan diantaranya:

- a. Melakukan identifikasi permasalahan hukum yang dihadapi oleh pelaku UMKM.
- b. Membuka informasi kepada UMKM mengenai bentuk dan cara mengakses layanan bantuan dan pendampingan hukum.
- c. Meningkatkan literasi hukum.
- d. Mengalokasikan anggaran untuk pelaksanaan program dan kegiatan layanan bantuan dan pendampingan hukum, dan
- e. Melakukan kerja sama dengan instansi terkait, perguruan tinggi dan/atau organisasi profesi umum.

Selanjutnya hasil wawancara Ibu NN, Analis Kebijakan Ahli Muda SubKor Pemberdayaan Usaha Mikro sebagai berikut :

“Sekarang perlindungan hukum dan perlindungan legalitas pelaku UMKM harus diberikan edukasi kalau misalkan tidak berizin sanksinya apa, apalagi produk-produk yang BPOM izin edar dan izin produksinya harus ada dan dicantumkan. Jadi produk-produk frozen,susu,kosmetik misalkan obat-obatan itu harus BPOM. Apabila tidak ada izin BPOM dan jika nanti disini ada pengawas dari BPOM itu bisa langsung kena sekarang langsung ditahan bukan perdata lagi sekarang itu yang harus kita berikan edukasi dan sosialisasi”. **(Hasil wawancara dengan Ibu NN, Kamis 19 Januari**

2023).

Berdasarkan hasil wawancara di atas kesimpulannya adalah penting memberikan edukasi kepada pelaku UMKM terkait perlindungan hukum dan perlindungan legalitas termasuk sanksi yang akan diberikan bila mengedarkan produk yang tidak ada izin edarnya. Kasus-kasus seperti itu sekarang sudah masuk ke hukuman tahan bukan perdata lagi, maka sangat penting membuat produk pelaku UMKM dilengkapi dengan ketentuan legalitas agar terhindar dari pelanggaran hukum.

Selanjutnya wawancara yang memperkuat hasil wawancara di atas yaitu :

“Prosesnya pada awalnya kalau brand itu karena kalau di Kemenkumham kita sudah terlindungi jadi kita bisa berkonsultasi kesana terkait bagaimana dan harus apa tindakan kita. Kebetulan saat itu dinas sendiri membantu memberikan saya lawyer dari segi hukum dan gratis yang diberikan dari merkanya sendiri dan akhirnya dibantu”. **(Hasil wawancara dengan Ibu F, Jumat 20 Januari 2023).**

Berdasarkan hasil wawancara di atas menjelaskan proses apabila ada kasus yang berhubungan dengan perlindungan hukum terhadap HaKI, Pelaku usaha yang sudah mendaftarkan ke Kemenkumham dapat langsung berkonsultasi terkait tindakan yang harus dilakukan karena sudah mendapat jaminan akan terlindungi. Peran dinas sendiri menyediakan jasa lawyer hukum dan gratis.

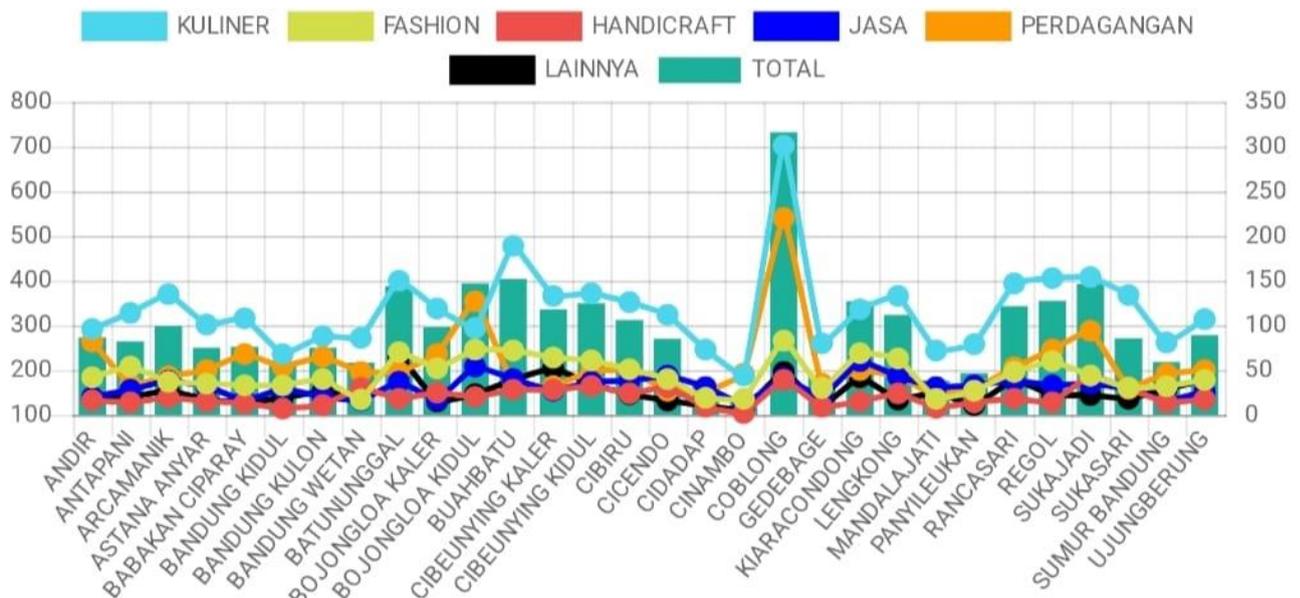
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi

Pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah Daerah Kota, dunia usaha dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah, sehingga mampu tumbuh dan

berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Proses pemberdayaan UMKM Mardikanto (2019) dapat dilihat sebagai berikut :

a. Enabling

Setiap usaha harus ada suatu pendorong baik dari sisi penciptaan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi UMKM berkembang (Mardikanto, 2019). Di Kota Bandung menciptakan iklim usaha ini dibantu atau dibina dibawah Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung, dimana UMKM di Kota Bandung ini membina sejumlah 9.267 UMKM yang terdiri dari beragam macam usaha. Keberagaman jenis usaha yang dimiliki pelaku UMKM kemudian diklusterkan menjadi beberapa jenis usaha. Pengklusteran tersebut dibuat oleh Dinas untuk melihat potensi jenis usaha mikro untuk dikembangkan. Kebijakan pemberdayaan UMKM tertuang dalam Peraturan Daerah nomor 23 tahun 2009 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan Peraturan Pemerintah nomor 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Menurut data dalam website SIRKUIT (Sistem Informasi Kewirausahaan Terintegrasi) yang paling banyak di data UMKM per kecamatan ditempati oleh wilayah Kecamatan Coblong mencapai 3.622 pelaku usaha dan jenis usaha kuliner sebanyak 302 pelaku UMKM. Rata-rata di 30 Kecamatan jenis usaha kuliner berada diposisi pertama yang dapat dilihat dari data sebagai berikut:



Grafik 4.2 Data UMKM Per Kecamatan Tahun 2023

Sumber : <https://sirkuit.bandung.go.id/#data-umkm>

Berdasarkan grafik 4.2 jenis usaha pelaku UMKM per kecamatan di Kota Bandung yang paling banyak jenis usahanya adalah kuliner. Diikuti oleh jenis usaha fashion, handicraft, jasa, perdagangan, terakhir jenis usaha lainnya. Berdasarkan dari jumlah pelaku UMKM yang tercatat dalam peserta pelatihan digital marketing, setiap tahunnya jenis usaha UMKM di Kota Bandung di dominasi dengan usaha kuliner. Maka Dinas berupaya untuk memberdayakan semuanya dengan memberikan treatment yang sesuai. Terutama kepada pelaku UMKM yang masih baru dan membutuhkan bantuan mengembangkan usaha. Karena Pelaku UMKM yang baru biasanya memiliki kendala-kendala seperti kesulitan mencari pasar yang sesuai dengan produk mereka lalu permasalahan internal mulai dari modal, manajemen, pemasaran, dan lain lainnya. Agar membantu pelaku UMKM lebih tepat sasaran, Dinas membuat program yang dinilai dapat membantu pelaku UMKM mengalami peningkatan yaitu pendampingan UMKM. Prosesnya yaitu menugaskan satu orang pendamping disatu kecamatan untuk membina 30 pelaku UMKM selama 8 bulan. Jadi

pendamping berperan sebagai konsultan yang secara on the spot ke pelaku UMKM secara langsung untuk berbicara kepada pelaku usaha, melihat produk, apa permasalahan yang dialami oleh semua pelaku usaha yang didampingi yang harus dicari solusinya, dan memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda dari pelaku UMKM.

Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dalam melaksanakan program pendampingan perlu adanya pendamping dan pendampingan itu harus melalui seleksi yang ketat diantaranya pendamping itu harus memiliki kemampuan di bidang pengembangan usaha dan pendamping harus memiliki sertifikasi dari BNSP sesuai dengan keahliannya. Selanjutnya dilakukan tes melalui sebuah ujian kompetensi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung sesuai dengan jenis keahliannya. Salah satunya ujian komprehensif tersebut menguji pengetahuan dan pengalaman para calon pendamping, seperti meminta membuat rencana yang akan dilakukan jika menjadi pendamping dan jika memiliki usaha juga akan ditanyakan. Karena jangan sampai seorang pendamping membina pelaku UMKM yang usahanya harus dikembangkan sedangkan usahanya masih belum tetap. Jadi Dinas berusaha untuk memilih pendamping UMKM yang profesional bukan hanya dari akademisi tapi juga praktisi yang memiliki ilmu dan pengalaman yang lebih dari pelaku UMKM.

Teknis pelaksanaan pendampingan pengembangan potensi UMKM pada Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung ini dilakukan oleh para pendamping dengan membuat sebuah laporan pada setiap bulannya terkait dengan perkembangan UMKM yang didampingi. Salah satu bentuk laporan yang harus dibuat oleh pendamping tentang pelaku UMKM yang didampinginya yaitu mendata target yang ingin dicapai oleh setiap pelaku UMKM yang didampingi. Karena jenis usaha pelaku UMKM berbeda-beda, kebutuhan yang ingin dipenuhi pun pasti tidak sama. Misalnya ada pelaku UMKM yang membutuhkan pemasaran, maka pendamping akan mencari solusi bagaimana mengupgrade serta meningkatkan pemasaran baik offline dan online yang tepat bagi pelaku usaha tersebut. Jadi menjadi tugas para pendamping memberikan pendampingan untuk mencapai target yang ditetapkan. Berikut ada beberapa contoh laporan pendampingan terkait pelaku UMKM yang didampngi diantaranya :

MANAGEMENT BY OBJECTIVE PER UMKM

Nama Perusahaan : KOPI MANGANDREW

Nama Pemilik : SITI SOPIANTI ZAENUDIN

Sasaran yang ingin dicapai : NIB, PIRT, Pemasaran

No	Kegiatan Pencapaian	Target Capaian	Durasi Waktu				Target Waktu Pencapaian :		
						dst	Indikator Pencapaian	Ketercapaian di minggu/bulan	Solusi untuk Pencapaian
1	Pendata semua aspek	Bulan ke 2					Tercatat dalam database UMKM di Kota Bandung	Bulan ke 2	Mengisi Link data data Base UMKM Kota Bandung
							Dokumentasi data perusahaan	Bulan ke 2	Mengisi Link data data Base UMKM Kota Bandung
2	Identifikasi masalah dan profiling	Bulan ke 2					Dokumentasi identifikasi masalah lengkap	Bulan ke 2	Mengisi Form Identifikasi masalah dan wawancara
3	Motivasi, mindset, dan orientasi	Bulan ke 4					Log book pendampingan	Bulan ke 2	menandatangani Log pendampingan
4	Legalitas	Bulan ke 4					Memiliki legalitas dasar	Bulan ke 2	Proses pembuatan Legalitas dasae
5	Akses Pembiayaan						Mendapatkan akses permodalan dari lembaga keuangan		
6	Bisnis Model Canvas	Bulan ke 2					Dokumentasi BMC	Bulan ke 2	membuat BMC
7	Company Profile	Bulan ke 4					Dokumentasi Company Profile		
8	Peningkatan Kualitas Produk	Bulan ke 6					Dokumentasi		
9	Pemasaran dan Iklan	Bulan ke 5					Tersedianya media pemasaran baik online maupun offline		
10	Pengelolaan Keuangan	Bulan ke 5					Tersedianya pencatatan keuangan		

URAIAN	SEBELUM PENDAMPINGAN	PENCAPAIAN SETELAH DAMPINGAN							
		BULAN 1	BULAN 2	BULAN 3	BULAN 4	BULAN 5	BULAN 6	BULAN 7	BULAN 8
NAMA PESERTA : IRZALDI HENDRA									
GRADING UMKM : C									
PERMASALAHAN	Legalitas masih belum lengkap, kemasan produk masih tradisional dan penjualan masih minim	1. Melakukan pendaataan & pengisian link sirkuit	1. Pembuatan NIB						
SOLUSI	Melakukan pendaftaran Legalitas, Inovasi kemasan Produk dan pemasaran	2. Identifikasi masalah	2. Perancangan Design kemasan & menyiapkan kelengkapan lLegalitas						
REKOMENDASI	Pembuatan NIB, PIRT, mengikuti pelatihan kemasan produk, dan pelatihan digital marketing	3. pengumpulan dokumen pendaftaran legalitas	3. Konsultasi inovasi produk						

CS Scanned with CamScanner



Business Model Canvas

Nama UMKM	Nama Usaha	Tanggal	Pendamping
Ani Fitriani	Amber hijab	05/04/2022	Resha Nur Farizah

Partner Utama	Aktivitas Utama	Nilai Lebih yang Ditawarkan	Hubungan Pelanggan	Segmen Pelanggan
<ul style="list-style-type: none"> - Supplier Bahan - Penjahit - Dinas terkait (untuk fasilitas perizinan) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemilihan Kain - pembuatan produk - penjualan 	<ul style="list-style-type: none"> - Bahan Pilihan berkualitas - Design terbaik - Jahitan rapi dan bersih 	<ul style="list-style-type: none"> -Reseller -Pelanggan -Pegguna Marketplace 	<ul style="list-style-type: none"> - Wanita & Pria - Remaja - Dewasa
	Sumber Daya Utama <ul style="list-style-type: none"> - Sumber Daya Manusia - Lokasi Produksi - Peralatan Produksi - Bahan Baku dan penolong 		Saluran/Media <ul style="list-style-type: none"> -Whatsapp - Offline 	
Struktur Biaya			Aliran Pendapatan	
<ul style="list-style-type: none"> - HPP Produksi - Biaya Pribadi 			<ul style="list-style-type: none"> - Penjualan Produk - Pemesanan Custome 	

CS Scanned with CamScanner

LAPORAN PENCAPAIAN PESERTA PENDAMPINGAN

NAMA PESERTA : Lisis Saadah
 NAMA USAHA : TACHI
 JENIS USAHA : Kuliner

URAIAN	SEBELUM PENDAMPINGAN	CAPAIAN SETELAH PENDAMPINGAN	
		BULAN MARET	BULAN APRIL
Target	NIB, PIRT , Pemasaran		
Program pemerintah yang diterima	-		
Perijinan/Legalitas	-	NIB	PIRT
Kapasitas Produksi/Bulan	100kg		
Jumlah Tenaga Kerja	2 orang		
Kerjasama Bisnis	-		
Aset	Rp10.000.000		
Pencatatan Keuangan	Manual		
Inovasi	-		DESAIN KEMASAN TERBARU
Pemasaran	Online, Tokopedia		
Akses Pembiayaan	Pribadi		
Pengelolaan Manajemen Produksi	Sendiri		
Pengelolaan SDM	Mandiri		
Omzet Maret	5000000		

Gambar 4.2 Laporan Pendampingan

Sumber : Staff Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Hasil dari program pendampingan menurut Dinas dianggap sudah berjalan dengan efektif karena target dari keberhasilan program ini adalah peningkatan dari jumlah omzet dari sebelum dan sesudah didampingi. Dilihat dari hasil data yang menunjukkan bahwa pasca pendampingan dari Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung, omzet pelaku UMKM meningkat sebesar Rp 34,5 miliar atau 54%. Sebelumnya sebesar Rp 15.669.823.231 lalu setelahnya menjadi Rp 34.510.754.872. Didukung dari pernyataan Bapak Atet Dedi Handiman, Kepala Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung bahwa dari 1.200 pelaku UMKM yang mendapat binaan, sebanyak 660 UMKM mengalami kenaikan omzet yang signifikan. Kenaikan jumlah omzet dari pelaku UMKM pasca didampingi artinya pendampingan UMKM dapat memberikan dampak positif kepada pelaku UMKM dengan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi.

Program pendampingan dirasa sudah tepat sasaran dengan tujuan awalnya

yaitu mendampingi pelaku UMKM sebagai konsultan membantu menemukan masalah dan memberikan solusi dengan memberikan fasilitas melalui dinas. Beberapa yang dirasakan mulai dari membantu pelaku usaha mikro mendapatkan legalitas, menggunakan aplikasi untuk membuat laporan keuangan, pemasaran dan kendala-kendala lainnya sesuai dengan kebutuhan dari setiap individu. Namun belum semua pelaku UMKM merasakan dampak dari pendampingan. Sehingga dari pelaku usaha mikro yang belum didampingi merasa bahwa mereka membutuhkan seorang peran dari orang yang akan membantu mereka, salah satunya adalah orang yang profesional membantu mereka memasarkan produk secara online. Namun karena kuota yang tidak banyak yaitu hanya 30 orang setiap kecamatan sedangkan pelaku UMKM di setiap Kecamatan rata-rata lebih dari 100 orang. Artinya tidak sebanding dengan jumlah pelaku usaha mikro yang ada membuat masih banyak pelaku UMKM yang perlu mendapat pendampingan.

Maka masih banyak dari pelaku UMKM yang membutuhkan upaya lebih dari dinas ataupun pemerintah. Karena ada beberapa yang merasa bahwa kemudahan-kemudahan yang dikatakan belum dirasakan oleh mereka. Tapi ada juga dari pelaku UMKM yang berusaha mengembangkan usahanya sendiri yang secara tidak langsung juga dibantu oleh dinas, yaitu koneksi yang terbentuk dari interaksi sesama pelaku usaha lain dari setiap kegiatan dinas untuk UMKM yang mereka ikuti. Sehingga terbentuklah sikap modern yang menanamkan nilai-nilai kepada pelaku UMKM salah satunya keterbukaan dan kerja keras (Mardikanto, 2019). Untuk itu memerlukan peran penting dari pihak-pihak lain seperti pemerintah, pelaku usaha mikro, pendamping, dan pihak-pihak yang membantu keberadaan

UMKM yang bekerjasama untuk memberdayakan dan memperkuat kapasitas masyarakat melalui proses pembelajaran bersama yang partisipatif dalam proses pembangunan, demi terwujudnya kehidupan yang semakin berdaya, mandiri, dan partisipatif yang semakin meningkat (Slamet, 2000 dalam Mardikanto, 2019).

Mengembangkan potensi bagi pelaku UMKM juga memerlukan pembaharuan-pembaharuan dengan melihat isu-isu yang sedang berkembang dan dituangkan dalam bentuk kebijakan. Salah satu yang menjadi fokus Dinas didukung oleh isu yang berkembang adalah keberadaan teknologi digital yang dapat diaplikasikan ke dalam berbagai sektor termasuk sektor usaha mikro. Terutama disaat pandemi Covid-19, pelaku UMKM kesulitan memasarkan produknya dan melihat peluang dari pemasaran online lebih ramai sehingga Dinas mendorong pelaku UMKM untuk menggunakan digitalisasi.

Bentuk digitalisasi kemudian diadaptasi dalam hal memasarkan produk secara online. Tapi untuk terjun ke bisnis yang modern membutuhkan strategi pendukung yang dinilai akan mampu membuat produk usaha mikro lebih mudah dikenal oleh konsumen. Cara yang dilakukan oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dalam menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang dengan mengadopsi teknologi dalam memasarkan produk secara online adalah re branding dengan kemasan. Karena menurut Dinas jika kemasan memiliki penampilan yang menarik dengan mencantumkan logo, nama produk dan tercantum legalitas seperti PIRT, BPOM, Halal, komposisi, dan lain lainnya akan membuat nilai tambah produk dan bisa menambah nilai jual sampai ke toko-toko besar.

Terkait dengan kemasan yang harus pelaku UMKM kembangkan dalam memasarkan produk baik secara online maupun offline, Dinas juga berusaha menunjang kebutuhan tersebut pada tahun 2022 kemarin dengan memfasilitasi kemasan kepada 98 pelaku UMKM yang didampingi dan diberikan sebanyak 300 pcs kemasan. Berikut lampiran dari kegiatan dalam bentuk foto kemasan dan pelaku UMKM yang menerima fasilitas tersebut :



Gambar 4.2 Fasilitas Kemasan dan Bukti Kegiatan
Sumber : Staff Dinas dan Instagram diskopukm.bdg

Salah satu upaya Dinas memanfaatkan media social dalam memasarkan produk UMKMc juga diaplikasikan melalui media social instagram Salapak Mikroshop. Berikut beberapa postingan dari Salapak Mikroshop :



Gambar 4.2 Produk UMKM Kota Bandung di SALAPAK
Sumber : Instagram salapak.mikroshop

Bagi pelaku UMKM mereka menyadari bahwa kemasan untuk produk yang mereka jual penting dalam menambah nilai jual bahkan bisa sampai dijual keluar kota. Namun ada beberapa keterbatasan dari jenis produk makanan dengan kemasan yang diberikan oleh Dinas, karena mereka memfasilitasi hanya untuk jenis makanan kering saja. Jadi masih ada pelaku UMKM yang tidak mendapat fasilitas berupa kemasan tapi bisa mendapat kesempatan untuk memasarkan produknya salah satunya di stand yang dibuat di Pasar Modern Summarecon yaitu Sinpasa bagian dari Galeri Dekranasda Kota Bandung kolaborasi antara Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dengan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung. Beberapa juga mendapatkan kesempatan memasarkan produk-produk di Salapak, tetapi karena dinas menggunakan sistem kurasi yaitu menyeleksi setiap pelaku UMKM membuat tidak semua pelaku UMKM dapat mendapat kesempatan yang sama. Tapi pelaku UMKM menyadari bahwa kemasan menjadi sangatlah penting bagi mereka memasarkan produknya didukung dengan desain yang menarik sedemikian rupa sebagai upaya branding produk.

Berdasarkan pengamatan dapat dikatakan bahwa Dinas belum mencapai target program re branding produk UMKM untuk menghasilkan kemasan yang inovatif bagi 100 produk pelaku usaha mikro dampingan tahun 2022 (30.000 pcs) untuk meningkatkan daya saing produk. Karena berdasarkan dari data yang didapatkan dari Dinas, pelaku UMKM yang menerima kemasan hanya sebanyak 73 orang kurang dari target awal yaitu memberikan ke 100 orang pelaku UMKM sebagai rebranding produk-produk UMKM Kota Bandung. Menurut wawancara

dengan staff Dinas fasilitas yang diberikan oleh Dinas disesuaikan dengan dana yang dimiliki. Maka untuk melakukan langkah yang lebih tepat sasaran sehingga dana yang dikeluarkan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM, Dinas memerlukan penggunaan metode yang sesuai seperti halnya merencanakan strategi agar pemberdayaan dapat disesuaikan dengan keadaan secara fisik, lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya. Jadi pemberdayaan tidak fokus pada satu metode tapi dapat terus mencari dan memodifikasi metode yang dianggap aplikatif mengingat keadaan masyarakat yang berbeda-beda. Misalnya kemasan yang diberikan kepada pelaku UMKM yang benar-benar membutuhkan karena dari segi ekonomi kurang jadi dapat dibantu atau bisa mengurangi jumlah kemasan yang diberikan dari 300 pcs menjadi 200 pcs untuk setiap pelaku UMKM (Dhahama & Bhatnagar, 1980).

Selain kemasan hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM adalah legalitas produk mereka. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah diterapkan oleh Dinas dalam kegiatan pemberdayaan usaha mikro dengan memberikan perizinan yang mudah. Karena sudah dapat diakses secara online dan bagi pelaku UMKM yang membutuhkan legalitas akan dibantu oleh para pendamping. Selain itu Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung mengatakan bahwa legalitas untuk pelaku UMKM dapat didapatkan dengan gratis, kecuali untuk sertifikasi halal namun bagi pelaku UMKM yang dapat melampirkan surat keterangan pelaku UMKM dari Dinas akan mendapatkan potongan harga. Itulah beberapa kemudahan yang dapat

diberikan Dinas untuk memenuhi kebutuhan para pelaku UMKM.

Menurut pelaku UMKM yang berada dibawah binaan dinas, mereka mengatakan bahwa dinas sudah menjalankan program membantu legalitas produk yang dimiliki setiap pelaku usaha mikro. Mereka juga memandang bahwa dengan adanya legalitas konsumen akan lebih percaya bahwa produk mereka aman untuk dikonsumsi dan mereka pun dapat memberikan bukti secara legal saat mengatakan bahan-bahan yang mereka buat adalah bahan yang aman dan berkualitas karena mereka memiliki legalitas seperti PIRT, Halal, BPOM, HaKi, dan lain-lainnya. Adapun pelaku UMKM lain yang berkata bahwa dinas memang memberikan fasilitas legalitas tapi prosesnya memakan cukup waktu dan tidak bisa diproses sekaligus. Apalagi khususnya untuk pelaku usaha mikro di kuliner membutuhkan legalitas yang banyak. Namun demikian semua legalitas yang diberikan itu gratis. Sehingga pelaku UMKM merasa terbantu mendapatkan legalitas tanpa mengeluarkan uang karena terbantu dengan fasilitas dinas. Hanya memerlukan keinginan dari setiap individu yang ingin mengurus legalitas tersebut.

Jadi untuk praktik memberikan legalitas produk yang dimiliki pelaku usaha mikro, Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung sudah berusaha memberikan kemudahan-kemudahan untuk mereka mendapatkannya. Pelaku usaha mikro hanya perlu memiliki keinginan untuk berkontribusi aktif pada program-program dinas dan keingintahuan atas informasi yang diberikan oleh dinas. Karena dari beberapa program-program untuk mengembangkan potensi pelaku usaha mikro yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung,

keberhasilan penerapan digitalisasi di usaha mikro adalah partisipasi baik dari pemerintah, pelaku usaha mikro, konsumen, dan pihak-pihak lain. Pihak-pihak tersebut memiliki kapasitas yang sama dan saling mempengaruhi yang berdampak pada kehidupan (Suharto, 2009).

Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung sudah mendorong pelaku UMKM memanfaatkan teknologi karena Dinas menyadari perubahan zaman membuat kita harus beradaptasi kalau ingin terus bertahan. Dinas pun berupaya memberikan pelaku UMKM pendampingan agar lebih membantu pelaku UMKM mengembangkan usahanya untuk membantu mereka memasarkan online didukung dengan memberikan kesempatan memperbaharui produknya dengan kemasan dan legalitas perizinan yang mudah untuk mereka. Karena dengan digitalisasi tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaannya di dalam sektor bisnis usaha mikro dapat menjadi penunjang karena UMKM masih lingkup kecil dan mempunyai modal yang tidak begitu besar, tapi dengan memanfaatkan teknologi dapat mengurangi dari segi tenaga, waktu dan biaya. Tetapi pelaku UMKM di Kota Bandung didominasi usia 40-50 tahun dan menurut data tabel sebelumnya dalam deskripsi data dikatakan bahwa tingkat pendidikan paling banyak adalah SMA. Masih banyak pelaku UMKM yang hanya lulusan SD yang menurut data berjumlah 169 orang dan lulusan SMP 256. Sehingga membuat pengetahuan mereka akan cenderung kurang dibanding dengan pelaku UMKM yang S1, S2, S3 dan Diploma.

Seperti yang ditemui dilapangan banyak pelaku UMKM mengakui bahwa dalam penerapan teknologi akan cenderung lebih sulit bagi mereka. Bahkan ada

yang awalnya mereka tidak ingin mencoba menggunakan teknologi tapi karena mendapat dorongan dari pihak-pihak lain akhirnya tumbuh keinginan mencoba agar tidak tergerus oleh jaman bila tidak mengikuti perubahan. Namun mereka mengakui bahwa mendapat kesulitan dalam menggunakan teknologi terutama dalam hal pemasaran yang tidak terlalu berkembang. Akhirnya mereka mencari jalan lain dalam upaya memasarkan produk dari koneksi yang sudah terbentuk antara pelaku UMKM lainnya, kedinasan dan kenalan orang dekat. Walaupun demikian mereka ingin dapat lebih berkembang lagi jika bisa memasarkan melalui digital dan mereka memerlukan bantuan dari pihak yang lebih memahami seperti anak-anak muda atau pihak profesional lainnya yang dapat lebih membantu mereka. Jadi pelaku UMKM memiliki pemikiran bahwa mereka mengharapkan nantinya ada bantuan yang membantu mereka memasarkan produk secara online atau yang berhubungan secara digital dari orang yang memang memiliki pengetahuan lebih dibandingkan mereka. Sehingga prosesnya dapat lebih tepat sasaran untuk digitalisasi bagi pelaku UMKM (Freire, 1970).

Maka sangat penting pelaku UMKM merubah mindset yang merasa sulit karena usia dan pendidikan menjadi bahwa semua orang bisa jika berusaha dengan sungguh-sungguh. Apalagi orang-orang yang bisa bertahan di dunia bisnis adalah orang-orang dengan mental baja dan tidak pantang menyerah. Penanaman keyakinan atas kemampuan sendiri sebagai motivasi untuk terus menjadi penguat disaat pelaku usaha mengalami situasi naik dan turun di dalam berbisnis agar tidak mudah menyerah untuk membangun dan mengembangkan usahanya. Apalagi Dinas sudah mengetahui akar dari permasalahan yang membuat digital

sulit dilakukan oleh pelaku UMKM, maka dapat lebih giat memberikan dorongan dan tidak pesimis.

Dengan memunculkan persepsi bahwa dengan memberdayakan UMKM yang mengharuskan mereka menggunakan digital akan membantu mereka baik individu, kelompok maupun komunitas akan lebih memahami kondisi pasar, pemasaran menjadi lebih luas, dan lebih dikenal oleh konsumen. Karena dengan mereka dapat mengendalikan permasalahan yang menghambat pekerjaan akan lebih memudahkan pencapaian tujuan yang mampu meningkatkan kualitas hidup dirinya maupun orang lain yaitu memotivasi pelaku UMKM lain bahwa usia dan pendidikan tidak akan menghambat mereka mengubah hidupnya (Adams, 2003).

b. Empowering

Suatu upaya memperkuat potensi yang dimiliki UMKM dengan langkah-langkah nyata dan penyediaan berbagai masukan (input), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang yang akan membuat UMKM menjadi berdaya (Mardikanto, 2019). Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung haruslah memahami kondisi terkini yang sedang terjadi terkait hal yang ada di lingkungan yang akan berpengaruh pada keberlangsungan perekonomian pelaku usaha mikro. Instruksi Presiden (INPRES) Nomor 4 tahun 2022 tentang Percepatan Penghapusan Kemiskinan Ekstrem yang menginstruksikan antar lembaga kementerian maupun pemerintah daerah saling bekerja sama agar membentuk keterpaduan dan kesinergisan mewujudkan program pemberantasan kemiskinan ekstrim di seluruh wilayah Indonesia pada tahun 2023.

Melalui Inpres tersebut, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah diinstruksikan mengambil langkah untuk melaksanakan tugas, fungsi dan wewenangnya yang melibatkan peran masyarakat dengan memberikan fasilitasi akses pembiayaan, akses pasar, serta pendampingan bagi koperasi dan usaha mikro dalam dan pelatihan meningkatkan pendapatan keluarga miskin ekstrem. Maka dalam upaya memperkuat potensi UMKM diaplikasikan sesuatu dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021–2024 pasal 3 menekankan upaya program pengembangan kewirausahaan salah satunya adalah mendorong tumbuhnya wirausahawan yang fokus pada nilai tambah dan mahir memanfaatkan teknologi.

Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung misalnya memanfaatkan media sosial instagram untuk menyebarkan informasi kegiatan-kegiatan yang diperuntukkan bagi pelaku UMKM di Kota Bandung. Pelaksanaan program pemberdayaan melalui digital oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dengan memberikan pengetahuan, praktik dan fasilitas yang mendukung proses pemasaran produk yang dimiliki UMKM diantaranya berupa Bimbingan Teknis, Workshop, Pendidikan Pelatihan (Diklat) dan pameran. Berikut beberapa kegiatan yang dibuat oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung untuk pelaku UMKM yang disebarkan informasi melalui Instagram resmi dinas diantaranya :



Gambar 4.2 Kegiatan untuk Pelaku UMKM
Sumber : Instagram diskopukm.bdg

Dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk memperkuat potensi pelaksanaan berjalannya perekonomian di sektor UMKM, Dinas membuka peluang terbuka bagi pelaku usaha mikro dapat mengikuti rangkaian kegiatan dan fasilitas yang diberikan, seperti legalitas produk. Kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh dinas lebih banyak diketahui informasinya melalui grup WA dibandingkan melalui Instagram atau website resmi dinas. Kemudahan dengan adanya teknologi dirasakan karena mereka bisa mendaftar hanya dengan mengisi link-link yang disediakan dan nantinya jika kuota masih tersedia mereka dapat langsung bergabung. Selain itu mereka lebih sering mendapatkan kesempatan menambah jaringan antara pelaku UMKM yang lain jika mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut. Sehingga pengetahuan orang-orang tentang keberadaan suatu produk dapat terjadi dan bagi pelaku UMKM merupakan dampak positif bagi mereka memasarkan produknya secara langsung kepada khalayak ramai.

Pemanfaatan teknologi untuk memberikan informasi kegiatan yang ditujukan

untuk pelaku UMKM sudah cukup tepat sasaran dan koresponsifan dari admin sosial media dalam menjawab pertanyaan. Tapi informasi yang tersebar lebih efektif menggunakan WA grup karena lebih banyak diakses oleh banyak UMKM untuk berkomunikasi setiap harinya. Selain itu staff Dinas dapat menghubungi secara langsung karena tergabung digrup-grup bersama pelaku usaha mikro lainnya. Tapi karena dinas belum bisa menjangkau secara keseluruhan dalam memenuhi kebutuhan yang merata kepada semua pelaku usaha mikro, tidak membuat pelaku usaha mikro mengalami kemunduran. Justru mereka memanfaatkan peluang-peluang yang ada untuk membantu mengembangkan usahanya. Seperti pelaku UMKM yang tidak mendapat fasilitas kemasan dan pendampingan tapi dia memanfaatkan koneksi yang terbentuk setelah bergabung dalam program dinas seperti mampu membuat produknya digunakan dalam acara-acara di Kedinasan. Selain itu mereka juga menjalin hubungan yang positif antara pelaku UMKM karena berkumpul di suatu tempat karena dipertemukan oleh dinas. Sehingga pelaku usaha mikro dari berbagai daerah dapat bertemu dan berkenalan untuk mengenalkan produknya. Jadi dari upaya tersebut tercipta kemandirian dari setiap individu dalam memandang situasi yang membuat mereka mampu berpikir, bertindak dan mengelola yang akan membantu mengembangkan bisnisnya sendiri (Sulistiya, 2004).

Kemudian pelaksanaan dari kegiatan untuk pelaku UMKM seperti Bimtek juga dilaksanakan oleh Bidang UM di Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung. Kegiatan tersebut diantaranya adalah Bimtek UMKM Go Digital, merupakan program dari Dinas sebagai upaya pemberdayaan UMKM yang bertujuan

memperluas area pemasaran produk UMKM melalui media sosial, market place sehingga pertumbuhan usaha akan lebih cepat. Selanjutnya adalah Bimtek UMKM Go Modern Market yaitu bertujuan mendorong pelaku usaha mikro melalui berbagai media kerjasama online maupun offline dan mengubah mindset untuk beradaptasi melalui kemitraan offline maupun teknologi market digital. Bimtek lainnya adalah UMKM Go global yaitu mendorong produk UMKM untuk Go Global dan memanfaatkan peluang pengadaan barang dan jasa serta terdaftar pada bela pengadaan dan e-katalog Kota Bandung.

Bagi pelaku UMKM kegiatan seperti Bimtek mereka pernah berpartisipasi pada rangkaian kegiatannya. Namun untuk prakteknya atau pengimplementasian ke dalam bisnis sebagian besar belum mereka lakukan. Seperti bimtek mendorong pelaku UMKM menggunakan pasar online atau marketplace ada yang sudah mulai menggunakan dari yang masih belajar sampai sudah terbiasa menggunakannya. Tapi ada pelaku UMKM yang masih mengandalkan promosi melalui offline dan mengandalkan jaringan-jaringan yang sudah terbentuk untuk berjualan. Walaupun demikian pelaku UMKM dari usia tua maupun muda menyadari bahwa dengan adanya teknologi akan membantu memasarkan produk tapi implementasinya belum efektif karena mereka kesulitan menggunakannya sehingga memerlukan bimbingan dari pihak yang lebih profesional. Agar kegiatan bimtek bukan hanya mendapatkan ilmu pengetahuannya saja tapi dapat dipraktikkan.

Program-program Bimtek yang dilaksanakan oleh Dinas masih belum berjalan dengan efektif karena untuk pelaksanaan Bimtek UMKM Go Digital

yang dilaksanakan saat pandemi dan sistemnya online banyak pelaku UMKM yang hanya sekedar ikut saja menurut staff Dinas bapak DS. Narasumber yang diundang dalam kegiatan Bimtek UMKM Go Digital Market disesuaikan dengan tema misalnya untuk kegiatan pemasaran online, Dinas bekerjasama dengan grab tapi setelah kegiatan tidak ada pelaku UMKM yang mendaftar untuk menjalin kerjasama. Terakhir adalah Bimtek UMKM Go Global masih terdapat kendala dari partisipasi pelaku UMKM yang berminat bergabung pada program Bela Pengadaan. Maka peran sumber daya manusia yang mampu dan terampil dalam mengoperasikan dorongan yang membantu proses pengembangan usaha guna mencapai tujuan yang lebih efektif dan efisien (Adisasmita, 2006:35). Jadi Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung memerlukan strategi yang lebih tepat dalam menyukseskan Bimtek dengan menganalisis terlebih dahulu kesiapan pelaku UMKM jika melakukan perubahan yang signifikan dengan teknologi. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa pelaku UMKM masih terbiasa dengan cara yang tradisional terutama pelaku UMKM dengan pendidikan dan usia yang sudah tua cenderung sulit mengaplikasikan teknologi.

Apabila program-program sebelumnya merupakan bagian dari program kerja bidang UM, Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung juga memberikan langkah nyata yang dilaksanakan oleh bidang UPT dan berkaitan dengan memberikan penguatan potensi pelaku UMKM melalui penyelenggaraan Diklat Digital Marketing. Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung selama bertahun-tahun sejak 2019-2022 sudah berjalan dengan tema yaitu 'Pelatihan Digital Marketing melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial'. Kegiatan pelatihan yang

diselenggarakan Dinas dilatar belakangi untuk meningkatkan taraf perekonomian Kota Bandung dengan memberikan bekal berupa pengetahuan dan praktik bagi pelaku UMKM di Kota Bandung yang sangat banyak. Maka pelatihan ini dianggap bisa menjadi solusi meningkatkan produk-produk UMKM yang unik dan berdaya saing. Dengan memberikan pengetahuan atau pelatihan dapat meningkatkan pemasaran produk UMKM sehingga konsumen mengenali identitas produk.

Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung pun pernah melakukan survey tentang identifikasi permasalahan ke 25 pelaku UMKM di tahun 2020. Salah satu pertanyaan yang diajukan mengenai pelatihan apa yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM dan dari survey tersebut hasilnya adalah :

Tabel 4.2 Survey Identifikasi Permasalahan

Perkoperasian	Kebutuhan Diklat				
	Kewirausahaan	Keterampilan Teknis	Manajerial	Pelaku Usaha Mikro	Teknologi Informasi
	2 orang	3 orang	2 orang	7 orang	14 orang

Sumber : Staff Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung Bidang UPT

Berdasarkan data di atas rata-rata pelaku UMKM membutuhkan pelatihan yang berhubungan dengan teknologi informasi yaitu sebanyak 14 orang dari 25 orang. Sedangkan untuk beberapa orang memilih lebih dari 1 pelatihan yang dibutuhkan untuk usahanya. Untuk itu Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung mulai menyelenggarakan diklat Digital Marketing yang rutin dilaksanakan selama beberapa tahun dan merupakan bagian dari program bidang UPT. Pelatihan tersebut dilakukan kurang lebih 2 kali selama setahun dan ketersediaan kuota untuk peserta sebanyak 40 orang. Dinas merekrut orang-orang yang profesional

dan sesuai dengan bidangnya untuk menjadi instruktur yang mengajari peserta selama pelatihan.

Pelatihan digital marketing diikuti oleh para UMKM karena mereka menyadari bahwa mereka membutuhkan pengetahuan dan praktik langsung untuk mengikuti jaman yang mulai beralih ke digital. Kesadaran itu muncul karena dorongan dari lingkungan dan dukungan untuk mengembangkan bisnis bila ingin terus bertahan. Jadi mereka menganggap bahwa pelatihan digital marketing itu penting hanya saja mereka terkendala soal pemahaman sehingga pengimplementasiannya pun terhambat. Karena rata-rata pelaku UMKM kekurangan sumber daya manusia membuat tugas-tugas dari produksi sampai ke penjualan dilakukan oleh satu orang. Hal tersebut membuat mereka tidak maksimal saat mempraktikkan ilmu setelah pelatihan dan membutuhkan tenaga bantuan dari pihak profesional yang membantu pemasaran produk secara online.

Jadi pelaku UMKM sudah menyadari bahwa digital itu penting dalam membantu keberlangsungan kegiatan bisnis mereka dan untuk lebih memahaminya mereka mengikuti pelatihan digital marketing. Munculnya pemikiran bahwa kekurangan mereka terkait digital marketing akan terbantu dengan mengikuti pelatihan Digital Marketing yaitu bentuk dari penyadaran (Mardikanto, 2019). Karena penyadaran seperti halnya mengetahui cara memecahkan masalah yang dihadapi dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Seperti halnya pelaku usaha mikro menyadari peluang kemajuan usahanya bilamenggunakan teknologi karena dapat memperluas pasar, mengurangi modal dan dapat bersaing dengan jenis usaha yang lebih besar. Tapi karena usia yang

sudah cukup berumur dan pendidikan yang rendah kemampuan menyerap dan menjalankan pengetahuan tersebut menjadi terhambat. Maka Dinas dapat memberikan pelatihan yang lebih intensif kepada pelaku usaha mikro yang berumur dan pendidikan rendah dan mengelompokkannya ke dalam kelompok khusus tergantung kemampuan dari masing-masing individu agar treatment yang diberikan sesuai kebutuhan.

Berikut beberapa lampiran yang menunjukkan pelaksanaan program Diklat Digital Marketing di Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung diantaranya :



**Gambar 4.2 Staff Dinas dan Instruktur Pelatihan
Sumber : Staff Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung**

Pada kegiatan pelatihan yang dilaksanakan bulan Mei 2022 setidaknya mengundang beberapa pengajar/instruktur/narasumber terdiri Praktisi ,Market Place, dan Tim PT Inovido, yaitu :

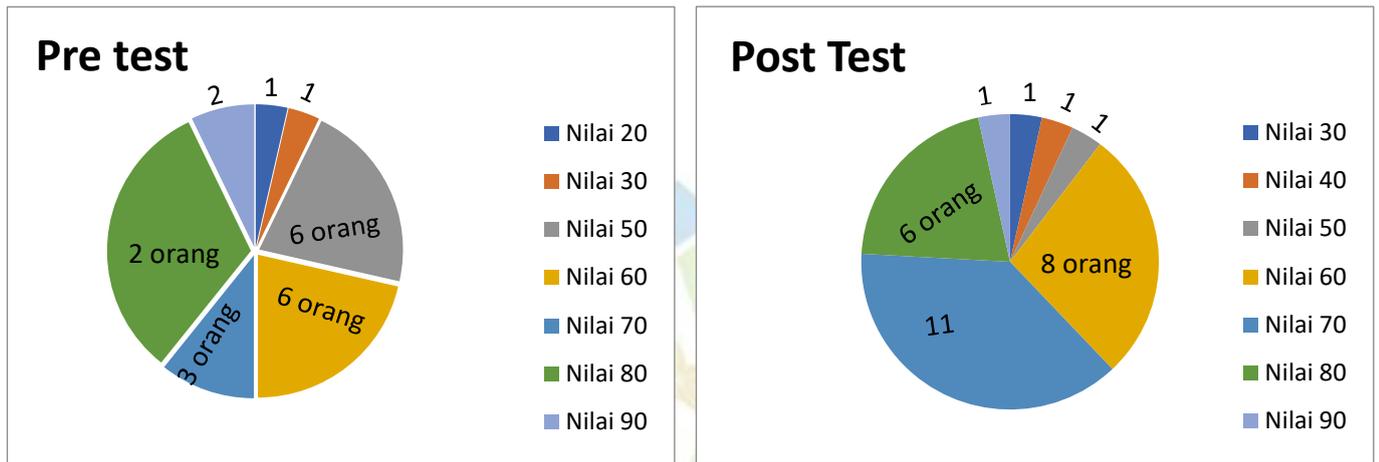
Tabel 4.2 Daftar Nama Pengajar Pelatihan Digital Marketing

No	Nama	Jabatan
1.	Dede Farhan Aulawi	Asosiasi Wirausaha Jawa barat
2.	DR. Bertha Musty, MM	Rektor Institut Digital Ekonomi LPKIA
3.	Ali Islam Nugraha,S.Kom	Seller Experience Market Place
4.	Drs. Muhtarudin,MM	Dosen LPKIA
5.	Wendi Witarsa. S. T.,M.T	Pengajar LPKIA
6.	Deden Sofyan Hamdani	Pengajar PLKIA
7.	Tim instruktur pertama terdiri dari Novi Setia Nurviat, Syifa Auliya Rachman, Hizrina Anilawati, Anggita Cahyani Putri Wibowo, Hikmah Duzianna Muryanto, Egi Sohiban Adinata dan team	Praktisi digital marketing.

Sumber : Diolah oleh peneliti,2023

Berdasarkan kegiatan dari pelatihan selain memberikan materi dan praktik, dinas juga menguji pengetahuan peserta dengan memberi tes sebelum pelatihan dan setelah pelatihan yang disebut dengan Pre Test dan Post Test. Evaluasi tersebut diberikan kepada peserta pelatihan dengan memberikan pertanyaan tentang materi pelatihan yang sudah diberikan yaitu tentang Pengantar Digital Marketing bagi UMKM, Meningkatkan penjualan dengan E Commers dengan Market Place, Mindset Kewirausahaan Bisnis dan Manajemen untuk Optimasi *Digital Marketing*, Pembuatan *Google Site*, Edit Foto & Video Untuk Konten Medsos, Pembuatan Konten Instagram & Tiktok, Pembuatan *Google My Business*, Praktek 5 Pilar dari *E-Commerce* dan Optimasi Website. Evaluasi ini teknisnya adalah peserta harus menjawab pertanyaan yang sama sebelum dan

sesudah pelatihan. Kemudian dari hasil jawaban peserta pre test dan post test tersebut akan dilakukan perbandingan total keseluruhan jawaban yang benar dari pertanyaan yang diajukan. Berikut hasil pre test dan post test dalam pelatihan Digital Marketing ditunjukkan dalam bentuk grafik sebagai berikut :



Grafik 4.2 Pre Test dan Post Test
Sumber : Diolah peneliti, 2023

Jawaban peserta pelatihan dalam pre test yang paling banyak mendapat nilai tertinggi adalah 9 orang dengan nilai 80. Hal ini diikuti oleh 6 peserta dengan nilai 50 dan 6 peserta dengan nilai 60. 3 peserta dengan nilai 70, 2 peserta dengan nilai 90 dan masing-masing 1 peserta di nilai 20 dan 30. Hal ini menggambarkan bahwa peserta banyak yang belum memahami materi digitalisasi dengan baik. Dengan score paling tinggi 90 dan paling rendah 20.

Setelah pelatihan, peserta diberikan pertanyaan yang sama dengan pertanyaan pre test dan jawaban peserta adalah nilai tertinggi 90 dan terendah 30. Adapun sebarannya adalah 11 responden dengan nilai 70, 8 peserta dengan nilai 60, 6 peserta dengan nilai 80 dan 1 peserta dengan nilai 90. Nilai 30, 40, 50 masing-

masing 1 peserta. Hal ini menggambarkan bahwa terjadi sedikit peningkatan pemahaman peserta pelatihan sebelum dan setelah pelatihan terhadap materi pelatihan yang diberikan yaitu Pengantar Digital Marketing bagi UMKM, Meningkatkan penjualan dengan E Commers dengan Market Place, Mindset Kewirausahaan Bisnis dan Manajemen untuk Optimasi *Digital Marketing*, Pembuatan *Google Site*, Edit Foto & Video Untuk Konten Medsos, Pembuatan Konten Instagram & Tiktok, Pembuatan *Google My Business*, Praktek 5 Pilar dari *E-Commerce* dan Optimasi Website.

Jadi pelatihan Digital Marketing melalui Pemanfaatan Market Place dan Media Sosial kepada peserta yang berjumlah 40 orang sudah dapat memahami cara mengaplikasikan teknologi ke dalam bisnisnya setelah mendapat materi dan praktik langsung. Maka pelatihan yang diberikan dapat membantu untuk memudahkan pelaku usaha mikro dapat mengaplikasikan teknologi digital dalam memasarkan produknya di kehidupan sehari-hari sesuai dengan tujuannya. Terutama kepada pihak-pihak yang memang benar-benar membutuhkan pelatihan haruslah lebih diperhatikan. Selain itu karena jumlah pelaku UMKM di Kota Bandung sangat banyak kuota peserta pelatihan dapat diperbanyak agar semua pelaku UMKM dapat merasakan pelatihan digital marketing ini.

Karena pelaku usaha mikro adalah sektor ekonomi yang kecil dan dengan modal yang tidak banyak maka dorong-dorongan harus diberikan dengan tepat dan diterima dengan cermat. Bukan hanya Dinas saja yang berusaha membantu tapi dorongan dari dalam diri tiap individu untuk mengubah hidupnya sangatlah penting. Karena akan sulit terjadi perubahan jika hanya satu pihak saja yang

menginginkannya. Apalagi pemberdayaan untuk melepaskan diri dari ketidakberdayaan ditentukan pada diri masing-masing pelaku usaha, fasilitas-fasilitas yang diberikan pemerintah hanya sebagai bantuan yang akan membantu mereka mencapai tujuan yang mereka mau (Mardikanto, 2019).

Maka pemberdayaan dengan penguatan potensi bagi pelaku UMKM adalah upaya yang dirasa tepat berupa penyadaran dari pemikiran-pemikiran kritis dari individu, kelompok maupun masyarakat luas dalam melepaskan dari ketidakberdayaan. Pembaharuan-pembaharuan dari program-program seperti narasumber pelatihan *digital marketing*, peserta yang berbeda setiap pelatihan, tema bimtek atau workshop yang sesuai dengan isu yang sedang trending dan program pendampingan yang baru sejak tahun 2018 namun sudah memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM yang didampingi. Karena untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia pemberdayaan dikaitkan dengan upaya memperbaiki taraf hidup kehidupan masyarakat agar melepaskan diri dari kemiskinan, ketidakberdayaan dan keterbelakangan dengan memberikan aksesibilitas yang diberikan kepada semua individu (Sen, 1981).

Karena apabila akses untuk mendapatkan fasilitas-fasilitas yang diberikan dinas terbatas mulai dari informasi, kegiatan dan kuota akan membuat potensi usaha mikro sulit untuk lebih berkembang. Sedangkan partisipasi masyarakat sudah terwujud, namun karena fasilitas yang diberikan belum merata akan membuat masyarakat merasa meragukan pemerintah. Untuk itulah agar mengurangi ketidakberdayaan masyarakat misalnya dari kekurangan akses yang akan menimbulkan kemiskinan, dinas harus berupaya agar fasilitas yang dibuat dapat

membuat strategi baru yang lebih tepat. Agar potensi pelaku usaha mikro tidak terhambat dan mampu berkontribusi menciptakan kesejahteraan bersama (Sen, 1981).

c. Protecting

Suatu usaha memberikan perlindungan kepada UMKM dengan upaya memberdayakan, bukan mengisolasi pelaku UMKM. Perlindungan yang diberikan sebagai upaya menghentikan persaingan yang tidak sehat akan kaum kuat kepada kaum yang lemah (Mardikanto, 2019). Sebagaimana isi dari PP nomor 7 tahun 2021 pasal 41 Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah memberikan pendampingan bagi UMKM yang telah mendapatkan NIB. Pendampingan dilaksanakan untuk meningkatkan pengetahuan terhadap penerapan standar nasional Indonesia dari sertifikasi jaminan produk halal bagi UMKM yang baru mendapatkan NIB dan memenuhi persyaratan mendapatkan sertifikat standar atau izin. Prosesnya paling sedikit melalui fasilitasi bimbingan teknis, konsultasi dan pelatihan.

Berdasarkan keadaan yang dirasakan secara langsung oleh pelaku UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung mengungkapkan bahwa mereka mendapat fasilitas legalitas yang harus dimiliki produk yang dibuat oleh mereka. Bukan hanya pelaku UMKM di jenis usaha kuliner namun dari jenis usaha lainnya harus memiliki legalitas. Salah satunya jenis usaha fashion mereka mendapatkan legalitas HaKi yang dibantu oleh Dinas. Khususnya dalam legalitas ini dinas memberikan fasilitas kepada pelaku usaha mikro secara gratis dan itu

menguntungkan bagi pelaku usaha mikro. Itu semua dapat diberikan tergantung kepada pelaku usaha mikro memiliki keinginan atau tidak mengubah produknya lebih terjamin dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum jika ada masalah.

Karena itulah pelaku UMKM harus memikirkan langkah-langkah yang tepat agar produknya memiliki nilai tambah yang lebih baik dengan produk lainnya sehingga mampu bersaing dengan produk luar. Selain memikirkan rasa dan penampilan, penting bagi pelaku usaha memikirkan keamanan dari produk yang dihasilkannya karena produk-produk tersebut dibuat untuk konsumen atau masyarakat luas. Maka agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan, produk yang terverifikasi keamanannya akan lebih menarik untuk dibeli dibandingkan produk yang tidak memiliki label yang sah seperti tanda halal, BPOM dan lain lainnya. Sesuai dengan tujuan utama pemberdayaan adalah untuk memperkuat masyarakat, terutama kelompok rentan yang tidak berdaya karena masalah internal seperti persepsi mereka sendiri dan faktor eksternal seperti ditindak secara tidak adil (Suharto, 2009). Karena pelaku UMKM menganggap bahwa memperoleh legalitas untuk produk mereka akan sulit didapatkan dan mahal sedangkan menurut pelaku UMKM yang sudah mendapatkannya karena Dinas mereka merasa terbantu dan itu semua didapatkan gratis. Semua pelaku UMKM dapat mendapatkannya tanpa ada perbedaan hanya dengan memenuhi persyaratan yang terbukti benar pelaku usaha mikro yang dilihat dari modal dan penghasilan. Selain itu pelaku UMKM yang sudah memenuhi legalitas produknya dapat melindungi keamanan dari bahan yang digunakan dan menghindari *claim* produk dari pihak yang tidak bertanggungjawab.

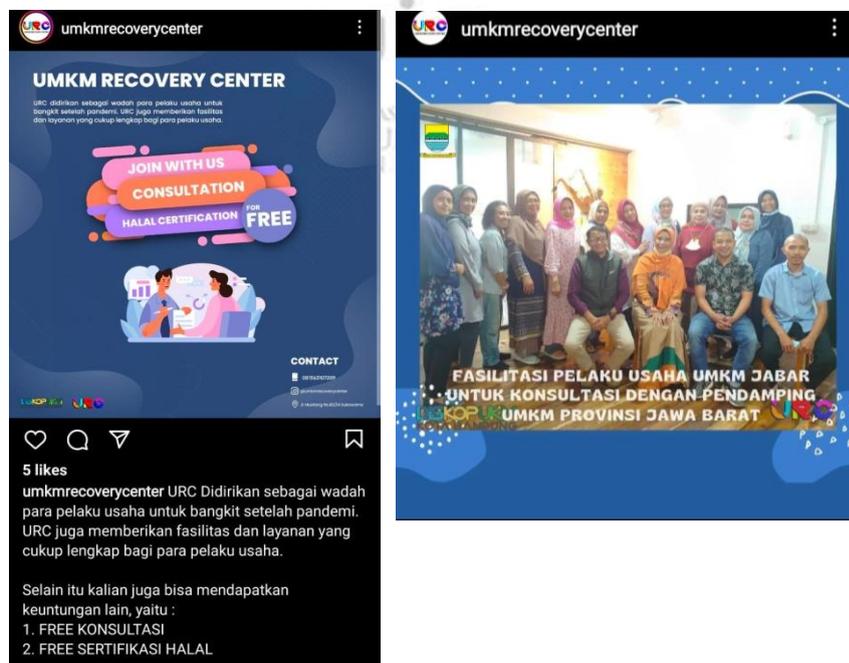
Karena selain perlindungan untuk legalitas Dinas juga memberikan berupa perlindungan hukum seperti yang tertuang dalam PP no. 7 tahun 2021 menjelaskan bahwa pemerintah pusat dan pemerintah daerah dapat memberikan bantuan pembiayaan kepada UMKM yang meminta layanan bantuan dan pendampingan hukum yang disediakan pihak lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM dapat dikatakan bahwa dinas sudah memfasilitasi perlindungan hukum dengan bekerjasama firma-firma hukum untuk menangani kasus yang dialami oleh pelaku UMKM. Salah satunya terkait nama dari merek dagang yang digunakan oleh pelaku usaha lain tanpa izin dan sudah terlindungi HaKI. Pelaku UMKM dapat berkonsultasi dengan pengacara ataupun dapat bekerjasama terkait kemitraan dalam menjalin kerjasama hukum dengan membuat MoU yang isinya berusaha tidak akan saling merugikan usaha satu sama lain.

Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung membantu pelaku UMKM memiliki peran untuk melindungi produk yang dimilikinya secara legal yang dibantu dengan fasilitas yang dimiliki oleh pemerintah bagi pelaku UMKM. Maka peran pelaku UMKM berpartisipasi agar melihat bahwa proses dari kegiatan tersebut sudah sesuai dengan tujuan dan fungsinya, sebagaimana dengan tugas dari dinas menyediakan kebutuhan yang sesuai. Karena program-program yang dibuat oleh dinas, salah satunya legalitas produk tidak akan bisa berjalan tanpa adanya partisipasi dari pelaku UMKM yang memberikan produknya. Sehingga tujuan keberadaan Dinas pun tidak dapat memberikan (Suharto, 2009).

Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung menjalankan layanan tersebut yang dilaksanakan dalam pelayanan URC yang merupakan kolaborasi dengan Jagad

Pratama Konsultan Hukum teman legal yang siap melindungi UMKM dari masalah hukum. URC atau *UMKM Recovery Center* yaitu bentuk kerjasama dengan PT. Pegadaian Kantor Wilayah Bandung yang berfungsi sebagai ruang untuk berbagi hasil produk unggulan, penelitian dan juga pengembangan produk

Beberapa jenis layanan dan fasilitas di URC untuk UMKM Kota Bandung adalah konsultasi bisnis, legalitas, perlindungan hukum, galeri produk pangan, virtual office, meeting room, permodalan dan podcast. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa pelaku UMKM akan dibina oleh para pendamping terkait masalah yang bisnisnya rasakan. Karena kebutuhan setiap manusia itu berbeda untuk itu salah satu upaya Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung membantu memberikan solusi dengan memberikan ruang konsultasi bisnis di layanan URC. Informasi tentang konsultasi dapat ditelusuri di media social URC yaitu *umkmrecoverycenter* di Instagram.



Gambar 4.2 Akun Sosial Media URC
Sumber : Instagram

Berikut ini beberapa kegiatan konsultasi dan fasilitas yang telah dilaksanakan URC diantaranya adalah :



Gambar 4.2 Layanan URC

Sumber : Instagram umkmrecoverycenter

Berdasarkan gambar di atas adalah beberapa layanan dari URC yang telah dilaksanakan berkaitan dengan konsultasi dan legalitas produk. Namun informasi mengenai keberadaan URC dan layanan yang dapat diberikan belum tersebar secara luas kepada semua pelaku UMKM binaan Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung. Penggunaan media social Instagram belum terlalu efektif menyebarkan informasi dibandingkan dengan grup WA yang lebih sering diakses oleh pelaku UMKM. Karena masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui apa itu URC sehingga informasi tersebut cenderung seperti simpang siur. Maka Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dapat lebih berusaha mensosialisasikan mengenai URC itu apa, layanan yang diberikan apa saja, dan lokasinya, kepada pelaku UMKM menggunakan media grup WA,

melalui para pendamping dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pelaku UMKM binaan Dinas. Sebagai langkah melindungi pihak lemah yang membutuhkan perlindungan karena UMKM itu masih kecil dibandingkan sektor bisnis yang lain, tapi sektor yang memiliki dampak yang cukup besar bagi pembangunan negara. Maka perlindungan yang ditawarkan oleh Dinas yang bekerja sama dengan PT. Pegadaian agar pelaku usaha mikro yang membutuhkan bantuan dapat terlindungi sehingga mampu menonjolkan keterampilan yang dimiliki dari setiap pelaku UMKM (Sumudiningrat, 1999). Pelaku UMKM dapat menggunakan fasilitas-fasilitas tersebut karena adanya pemerintah yang menyediakan sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan, apalagi keberadaan URC dan layanan-layanan yang disediakan ada karena memang kebutuhan yang masih diperlukan oleh pelaku UMKM Kota Bandung.

Kesimpulannya ada beberapa bentuk perlindungan yang diberikan dinas yaitu perlindungan legalitas dan perlindungan hukum didukung dengan fasilitas yang diberikan yang mudah didapatkan oleh pelaku UMKM, dan itu semua gratis. Namun kenyataannya di lapangan masih kurang adanya kepekaan mereka pada informasi-informasi terkait fasilitas yang seperti URC yang dapat diakses melalui media social, namun mereka masih tidak mengetahui. Jadi itu semua memerlukan keterampilan dari setiap sumber daya manusia jika dari individu, kelompok dan masyarakat luas bekerjasama mewujudkan kemajuan ekonomi lokal agar lebih maju dan dapat berdaya saing.