# STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN JAGABAYA II KOTA BANDAR LAMPUNG

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat**
**Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi (S.Sos)**

**MEILIA DIANA WATI**
**NPM : 1741020080**

**Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**
**1443 H / 2022 M**

# STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN JAGABAYA II KOTA BANDAR LAMPUNG

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat**
**Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi (S.Sos)**

**Oleh:**
**MEILIA DIANA WATI**
**NPM : 1741020080**

**Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam**

**Pembimbing I : Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M.Si**
**Pembimbing II : Dr. H. M. Mawardi J, M.Si**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**
**1443 H / 2022 M**

# ABSTRAK

Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Jagabaya II Kota Bandar Lampung adalah sebuah upaya untuk membangun kemampuan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan meningkatkan pemberdayaan ekonomi masayarakat dalam pemanfaatan potensi sumber daya alam, sumber daya teknologi dan sumber daya manusia yang dimiliki pada masa pandemi covid-19. sehingga masyarakat Kelurahan Jagabaya II bisa mejalankan strategi pemasaran untuk *survive* (bertahan hidup) dan *sustainable* (berkelanjutan) di masa pandemi serta meningkatkan omset usaha menjadi tindakan yang nyata agar mereka mandiri dan berdaya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field reseach* (Lapangan). Jenis penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dalam kancah yang sebenarnya Maksudnya adalah penelitian yang dilakukan dengan cara pengambilan data-data di lapangan. Penelitian bersifat kualitatif, yaitu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif adalah yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi (perhitungkan) lainnya.

Hasil penelitian dalam skripsi ini dapat kita ketahui bahwa di Kelurahan Jagabaya II merupakan salah satu kota yang berada di Kota Bandar Lampung yang memiliki potensi perdagangan yang sangat besar. Secara geografis lahan usaha mikro kecil dan menengah di Kelurahan Jagabaya II terbilang sangat baik, sehingga sangat cocok untuk kegiatan dalam perdagangan. Penelitian ini mengambil strategi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah berupa pengetahuan media sosial, masyarakat melakukan strategi-strategi berupa desain atau pola yang dilakukan agar mencapai omset tersebut guna mengembangkan pengetahuan media sosial yang dimana berguna untuk mengembangkan kehidupan masyarakat dan mampu mandiri menghadapi perekonomian di masa pandemi ini. Dalam melaksanakan rangkaian strategi, perekonomian UMKM sudah cukup membaik, dimana mereka melakukan rangkain proses strategi yang sesuai seperti ; Perencanaan Pemasaran, Implementasi Pemasaran dan Evaluasi Pemasaran.


**Kata Kunci : UMKM, Pandemi Covid-19**

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meilia Diana Wati
NPM : 1741020080
Jurusan/Prodi : Pengembangan Masyarakat Isalam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Jagabaya II Kota Bandar Lampung"** adalah benar-benar hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dengan fotenote atau daftar pustaka. Apabila dinilai waktu terbukti adanya penyimpangan karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusunan.
Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 10 Maret 2022
Penulis,

**Meilia Diana Wati**
**NPM. 1741020080**

KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

*Jl.H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, 35313, tlp. (0721) 703260*

## PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Usaha Mikro kecil dfan menengah (UMKM) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat pada masa pandemi covid-19 di kelurahan jagabaya II Kota Bandar Lampung
Nama : Meilia Diana Wati
NPM : 1741020080
Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu komunikasi

## MENYETUJUI

Telah dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam siding Munaqosah fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Pembimbing Akademik I,

**Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M.Si**
**NIP.19610491990031002**

Pembimbing Akademik II,

**Dr. H. M. Mawardi J, M.Si**
**NIP.19661222199503100 2**

**Mengetahui,**
Ketua jurusan Pengambangan Masyarakat Islam

**Drs. H. Mansur Hidayat, M.Sos.I**
**NIP.196508171994031005**

**KEMENTRIAN AGAMA**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**
**RADEN INTAN LAMPUNG**
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

*JL.H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, 35313, tlp. (0721) 703260*

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Strategi Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat pada masa pandemi covid-19 di kelurahan jagabaya II Kota Bandar Lampung" disusun oleh:MEILIA DIANA WATI dengan NPM: 1741020080, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada tanggal 27 April 2022. Bertempat di ruang sidang Fakultas Dakwan dan Ilmu komunikasi.

## TIM DEWAN PENGUJI

| | | |
|---|---|---|
| **Ketua Sidang** | **: Dr.H.Zamhariri,S.Ag., M.Sos. I** | (.....) |
| **Sekretaris** | **: Evi Fitri Aglina,M.Pd** | (.....) |
| **Penguji I** | **: Dr.Jasmadi,M.Ag** | (.....) |
| **Penguji II** | **: Prof.Dr.H.Khomsarial Romli,M.Si** | (.....) |
| **Penguji III** | **: Dr.H.M.Mawardi J,M.Si** | (.....) |

**Mengetahui,**
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

**Dr.H. Abdul Syukur, M.Ag**
**NIP. 196511011995031 0001**

**MOTTO**

اِنَّ اللّٰهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْۗ

Artinya: sesunguhnya Alloh tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah dirinya sendiri.

(Q.S Ar-Rad Ayat 11)

يَرْفَعِ اللّٰهُ الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا مِنْكُمْۙ وَالَّذِيْنَ اُوْتُوا الْعِلْمَ دَرَجٰتٍۗ

Artinya: Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan.

(QS. Al-Mujadalah Ayat: 11)

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran untuk saya dalam mengerjakan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang-orang terbaik yang aku miliki di dunia ini yaitu kedua orang tua tercinta Ayahanda Rushan, S. Ag. dan Ibunda Mastina terima kasih untuk cinta dan kasih sayang, perhatian, pengorbanan, dukungan, motivasi serta dukungan moral maupun material, semangat, nasehat serta do'a yang tiada henti. Orang tuaku yang selalu menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakakku dan Adik-adikku tersayang Putri Nirwana, SE., Roza Novi Linda, S. Pd., Nova Risna Thoibah, An-nisa Peramata Sari, Dinda Ayusita Salsabilla, Muhammad Fajri Anwar, Khanza Zhafira Azahra serta nenekku Maimunah yang mendoakanku dan menasihatiku ketika menghadapi segala cobaan.
3. Keluarga besarku yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan nasihat.
4. Serta untuk Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah banyak memberikan pengalaman dalam mencari ilmu.

## RIWAYAT HIDUP

Meilia Diana Wati yang telah dilahirkan di Kota Bandar Lampung pada tanggal 04 Mei 1998 anak ke tiga dari delapan bersaudara, putri dari pasangan Bapak Rushan. S. Ag. dan Ibu Mastina.

Riwayat Pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis adalah :

1. Taman Kanak-Kanak di TK DWI TUNGGAL Jagabaya II tamat dan berijazah pada tahun 2004.
2. Sekolah Dasar di SDN 1 Gunung Sulah tamat dan berijazah pada tahun 2010.
3. Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 23 Bandar Lampung tamat dan berijazah pada tahun 2013
4. Sekolah Menengah Atas di SMK Utama Bandar Lampung tamat dan berijazah pada tahun 2016
5. Dengan mengucapkan Alhamdullillah dan puji syukur kehadiran Allah SWT dan berkat dorongan serta dukungan dari ayah ibu, akhirnya penulis mempunyai kesempatan untuk dapat melanjutkan jenjang pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Priodi Pengembangan Masyarakat Isalam pada tahun 2017, untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos).

Bandar Lampung, 10 Maret 2022
Penulis,

**Meilia Diana Wati**
**NPM. 1741020080**

# KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **"STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN JAGABAYA II KOTA BANDAR LAMPUNG"**

Shalawat serta salam disampaikan kepada nabi Muhammad S.a.w,para sahabat dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi (pendidikan) program sarjana (S1) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang ilmu Dakwah. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini tak lupa dihaturkan terimakasih sedalam-dalamnya disampaikan kepada :

1. Dr. Abdul Syukur, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
2. Bapak Drs. H. Mansyur Hidayat, M.Sos.I selaku ketua jurusan Pengembangan Masyarakat Islam dan Bapak H. Zamhariri, S. Ag, M. Sos,I. Selaku sekertaris Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M. Si selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. H. M. Mawardi J, M.Si selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan dan memotivasi hingga skripsi ini selesai.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah membimbing, mengarahkan dan mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan, selama penulis menempuh studi pendidikan di kampus UIN Raden Intan Lampung.
5. Seluruh pegawai akademik Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
6. Pimpinan dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Dawkah Dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan informasi, data, referensi dan lain-lain.
7. Ayahanda dan Ibunda tercinta, tersayang dan terkasih, Rushan, S. Ag., dan Mastina, setiap lantunan doa dan tetes keringatnya telah mendewasakanku.
8. Kakakku dan Adik-adikku tersayang Putri Nirwana, SE., Roza Novi Linda, S. Pd., Nova Risna Thoibah, An-nisa Peramata Sari, Dinda Ayusita Salsabilla, Muhammad Fajri Anwar, Khanza Zhafira Azahra serta nenekku Maimunah terima kasih atas kasih sayang, keceriaan, perhatian, doa, semangat, bantuan dan semua hal yang telah diberikan selama ini. Keluarga besarku yang telah memberikan keceriaan, motivasi dan doa yang terus terucap untuk keberhasilanku.
9. Deval Ibramsayah terima kasih atas setiap perhatian, semangat, bantuan dan motivasi yang telah engkau berikan selama ini.
10. Sahabat-sahabatku Tersayang (Laila Shafirotul Azizah, Mia Erdiana, Mely Sintawati, Julieta Lola Anggia, Lekat Fitri dan Deni Saputra) terima kasih untuk setiap pelajaran hidup dalam tawa, duka dan perjuangan yang kita lakukan bersama.
11. Rekan-rekan seperjuanganku angkatan 2017 kelas A, B, C dan D Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
12. Teman-teman KKN dan PPL di Kelurahan Jagabaya II Kota Bandar Lampung.
13. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Semoga bantuan yang ikhlas dari semua pihak tersebut mendapat amal dan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya, semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

*Wassallamuallaikum, Wr, Wb*

Bandar Lampung, 10 Maret 2022
Penulis,

**Meilia Diana Wati**
**NPM. 1741020080**

## DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL** ..... i
**ABSTRAK** ..... ii
**SURAT PERNYATAAN** ..... iii
**PERSETUJUAN** ..... iv
**PENGESAHAN** ..... v
**MOTO** ..... vi
**PERSEMBAHAN** ..... vii
**RIWAYAT HIDUP** ..... viii
**KATA PENGANTAR** ..... ix
**DAFTAR ISI** ..... x
**DAFTAR TABEL** ..... xi
**DAFTAR GAMBAR** ..... xii
**DAFTAR LAMPIRAN** ..... xiii

**BAB I PENDAHULUAN**
A. Penegasan Judul ..... 1
B. Latar Belakang ..... 2
C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian ..... 4
D. Rumusan Masalah ..... 5
E. Tujuan Penelitian ..... 5
F. Manfaat Penelitian ..... 5
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan (Studi Pustaka) ..... 5
H. Metode Penelitian ..... 6
I. Sistemmatika Pembahasaan ..... 9

**BAB II STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASAYARAKAT**
A. Strategi ..... 10
1. Pengertian Strategi ..... 10
2. Formulasi Strategi ..... 11
B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ..... 11
1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah ..... 11
2. Tujuan UMKM dan Tujuan Pemberdayaan UMKM ..... 13
3. Pengelolaan UMKM ..... 14
4. Pengembangan UMKM ..... 15
C. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat ..... 15
1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat ..... 15
2. Faktor Pendukung Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat ..... 17
3. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat ..... 18
4. Tujuan Pemberdayaan ..... 19

D. Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah ..... 21
1. Perencanaan Pemasaran ..... 21
2. Implementasi Pemasaran ..... 22
3. Pengendalian / Evaluasi Kegiatan Pemasaran ..... 23
**BAB III LAPORAN HASIL PENELITIAN**
A. Sejarah Keluraan Jagabaya II ..... 25
1. Sejarah Singkat Kelurahan Jagabaya II ..... 25
2. Lokasi Geografis Kelurahan Jagabaya II ..... 25
3. Kondisi Demografis ..... 26
4. Keadaan Sosial dan Ekonomi Kelurahan Jagabaya II ..... 27
5. Struktur Organisasi dan Kelembagaan Eksternal di Kelurahan Jagabaya II ..... 31
B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)..... 33
1. Gambaran UMKM di Kelurahan Jagabaya II ..... 34
2. Kehidupan Masyarakat UMKM Sebelum Adanya Pandemi dan Sesudah Adanya Pandemi ... 35
C. Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ..... 36
1. Pemanfaatan Media Sosial ..... 37
2. Kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah ..... 37
**BAB IV STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)**
A. Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Jagabaya II Kota Bandar Lampung ..... 42
1. Perencanaan Pemasaran ..... 43
2. Implementasi Pemasaran ..... 43
3. Evaluasi Pemasaran ..... 44
**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**
A. Kesimpulan ..... 45
B. Saran ..... 45
**DAFTAR PUSTAKA**
**LAMPIRAN**

# DAFTAR TABEL


Tabel 1 : Kepala Keluarga dan Jiwa

Tabel 2 : Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin / Gender

Tabel 3 : Menurut Tingkat Pendidikan

Tabel 4 : Kesehatan Masyarakat

Tabel 5 : Kesejahteraan Sosial

Tabel 6 : Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Tabel 7 : Jumlah Modal Bahan-Bahan Pembuatan Tahu

Tabel 8 : Jumlah Modal Bahan-Bahan Pembuatan Oncom

Tabel 9 : Jumlah Modal Bahan-Bahan Pembuatan Tempe

Tabel 10 : Alat-alat Produksi Tahu

Tabel 11 : Alat-alat Produksi Oncom

Tabel 12 : Alat-alat Produksi Tempe

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Struktur Organisasi dan Kelembagaan Eksternal di Kelurahan Jagabaya II

Gambar 2 : Struktur Susunan Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Kelurahan Jagabaya II Kecematan Way Halim Kota Bandar Lampung

**DAFTAR LAMPIRAN**


1. Instrumen Wawancara, Observasi dan Dokumentasi
2. Hasil Turnitin
3. Kartu Konsultasi Skripsi
4. Surat dari Dinas PTSP Kota Bandar Lampung
5. Data UMKM Kelurahan Jagabaya II Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung
6. SK Penetapan Judul
7. Surat Keterangan Lulus Komprehensif
8. Surat Tugas Seminar Proposal Skripsi
9. Berita Acara Seminar Proposal Skripsi
10. Surat Tugas Seminar Munaqasyah
11. Berita Acara Seminar Munaqasyah
12. Surat Keterangan Lulus (SKL)
13. Dokumentasi Berupa Foto

# BAB I
# PENDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Penegasan judul penelitian ini untuk menghindari kesalah pahaman dalam pembahasan dan memahami penelitian tentang **"Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Jagabaya II Kota Bandar Lampung"** terlebih dahulu penulis akan menjalankan devinisi terkait dengan judul tersebut.

Menurut Bintaro Tjoko Mijoyo dan Mustafa Jaya, strategi adalah keseluruhan langkah-langkah dan rangkaian kebijakan guna mencapai suatu tujuan atau untuk mengatasi persoalan yang ada.[1] Sedangkan pengertian lain menurut Sondang P. Siagian strategi dapat didefinisikan dengan kebijakan-kebijakan pokok yang berkaitan langsung dalam pencapaian tujuan yang mencakup sumber dana sumber daya manusia dengan mempertimbangkan kondisi-kondisi internal dan eksternal.[2]

Strategi yang penulis maksud adalah cara-cara yang dilakukan oleh usaha mikro kecil dan menengah untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat guna untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Dimana usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan unuk mencapai suatu kegiatan

Pemberdayaan adalah suatu upaya untuk membangun daya dengan cara mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang akan dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkan dengan memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat.[3] Pemberdayaan berarti menyediakan sumberdaya, kesempatan, kosa kata, pengetahuan dan keterampilan untuk meningkatkan kemampuan masayarakat untuk menentukan masa depan mereka sendiri dan berpartisipasi serta mempengaruhi kehidupan masayarakat.[4] Pemberdayaan merupakan upaya pemberian kesempatan dan atau memfasilitasi kelompok miskin agar mereka memiliki aksesibilitas terhadap sumberdaya, berupa modal, teknologi, informasi, jaminan pemasaran dan lain-lain agar mereka mampu memajukan dan mengembangkan usahanya, sehingga memperoleh perbaikan pendapat serta perluasan kesempatan kerja.[5]

---

[1] Bintaro Tjoko Mijoyo dan Mustafa Jaya, *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*, (Jakarta: Gunung Agung, 1990), h. 13

[2] Sondang P.Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisas*, (Jakarta: Gunung Agung, 1985), h. 17

[3] Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: PT. Aditama, 2005), h. 58

[4] Jime Ife, Frank Tesoriero, *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), h. 510

[5] Totok Mardiksnto Dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Cet.3, h. 33

Adapun yang dimaksud dengan pemberdayaan dalam penelitian ini adalah sebuah upaya untuk membangun kemampuan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan meningkatkan pemberdayaan ekonomi masayarakat dalam pemanfaatan potensi sumber daya alam, sumber daya teknologi dan sumber daya manusia yang dimiliki, sehingga dapat meningkatkan omset usaha menjadi tindakan yang nyata agar mereka mandiri dan berdaya.

Terdapat beberapa definisi dan konsep tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dapat dilihat dari pendekatan aset dan omzer, atau juga pendekatan tenaga kerja. Pada umumnya UMKM diartikan sebagai unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi, termasuk sektor perdagangan, pengolahan, pertanian, perkebunan, perternakan, perikanan dan jasa.

UMKM juga dipahami sebagai perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh kelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Menurut Rudjito (2005), UMKM merupakan usaha kecil yang membantu perekonomian Indonesia karena dengan adanya UMKM akan terbentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa nengara memalui pajak badan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa maksud judul skripsi penulis adalah suatu studi tentang sebuah upaya unuk membangun kemampuan strategi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam pemberdayaan ekonomi masyaraka pada masa pandemi covid-19 di Kelurahan Jagabaya II Kota Bandar Lampung. Dalam pemanfaatan potensi sumber daya alam, sumber daya teknologi dan sumber daya manusia yang dimiliki, sehingga dapat mengembangkan potensi itu menjadi tindakan yang nyata agar mereka mandiri dan lebih sejahtera yang dituangkan penulis dalam judul tersebut.

## B. Latar Belakang

Sudah sekitar berapa tahun lebih kita semua berjuang di tengah pandemi seperti saat ini yang disebabkan oleh virus covid-19 dan tak pernah berhenti juga semua pihak turut berjuang bersama-sama, saling bahu membahu agar dapat menghadapi kondisi yang sangat luar biasa berpengaruh dalam tatanan kehidupan masyarakat, baik di bidang kesehatan, ekonomi, pendidikan, kehidupan sosial maupun budaya.

Dampak atau pengaruh dengan adanya pandemi covid-19 dalam kehidupan bermasyarakat, menyebabkan perubahan sosial yang tidak diperkirakan, sehingga bagi yang tidak siap dapat meruntuhkan nilai-nilai sosial yang berkembang dan dianu di masayarakat. Contohnya adalah rasa curiga dan hilangnya kepercayaaan terhadap orang-orang yang baru kita kenal yang ada disekitaran kita.

Menurut peneliti dari semua dampak yang terjadi akibat pandemi covid-19 di atas baik dalam bidang kesehatan, pendidikan, sosial, dan budaya tentu semua tersebut sangat berkaitan erat dengan faktor ekonomi. Kita berusaha untuk

menjaga kesehatan memperlukan biaya, tetap belajar walau online butuh biaya, bersosial dengan masayarakat, menerapkan budaya gotong-royong dan adaptasi kebiasaan barupun memerlukan biaya.[6]

Untuk meraih segala cita-cita atau tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi atau perusahaan maka penerapan strategi justru sangat dibutuhkan guna apa yang diinginkan bersama dapat di capai dengan sebaik mungkin. Strategi ketika diimplementasikan dalam suatu organisasi maka setiap unit atau bagian yang ada dalam organisasi tersebut dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sebaik mungkin. Apabila melihat perkembangan zaman sekarang ini, di mana setiap organisasi usaha telah melakukan ekspansi pasar guna mendapatkan keuntungan yang banyak. Semuanya itu perlu langkah strategi dan taktik yang tepat sehingga proses atau langkah yang diambil oleh usaha dapat dijalankan seefektif dan seefisien mungkin.

Persangian yang memunculkan daya saing erat kaitanya dengan pemahaman mekanisme pasar, kecepatan dan ketepatan penyampaian produk yang mampu menciptakan nilai tambah. Oleh karena itu, peningkatan daya saing organisasi bersifat unik, tetapi pada intinya dipengaruhi oleh aspek kreativitas, kapasitas, teknologi yang digunakan dan jangkauan pemasaran yang dicapai. Hal tersebut diwujudkan dari tampilan produk, produktivitas yang tinggi dan pelayanan yang baik.[7]

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Pandemi covid-19 memberikan dampak yang cukup besar di berbagai sektor di indonesia, khususnya dibidang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Wabah corona yang semakin masif pada akhirnya menggangu proses pemasaran.

Menurut penulis dalam pemasaran dibutuhkan strategi pemasaran di dalam strategi pemasaran ada tiga yaitu perencanaan pemasaran, impelementasi pemasaran dan evaluasi kegiatan pemasaran. Namun dalam penjualan produk tidak harus di toko ataupun berkeliling masih ada juga cara lain yaitu menggunkana media sosial dikarenakan media sosial dapat memperluas serta mengoptimalkan penjualan.

Komunikasi dengan konsumen tidak hanya dengan satu wilayah saja namun dapat melakukan penjualan diseluruh lokasi di Indonesia, sehingga dengan cara tersebut dapat meningkatkan perekonomian usaha mikro kecil dan menengah, khususnya UMKM di Kelurahan Jagabaya II.

Pandemi covid-19 ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat khususnya di masyarakat Jagabaya II, pendapatan yang menurun namun dengan kemajuan teknologi maka masayarakat dapat memanfaatkan pemasaran media sosial sehingga dapat meningkatkan perekonomian masayarakt Jagabaya II.

---

[6] Aris Ariyanto dkk, *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pendemi*, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), h.1

[7] Zuriani Ritonga, Manajemen Strategi, (Yogyakarta, CV Budi Utama, 2020), h. 9

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di daerah Kelurahan Jagabaya II terdapat 50 usaha yang di antaranya adalah usaha tempe, tahu, oncom dan sangke. Peneliti akan memilih usaha apa yang akan diteliti berpacu dengan kriteria usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang sesuai dengan kriteria peneliti.

Pemberdayaan masyarakat itu sangatlah penting, karena masyarakat di setiap daerah atau di setiap regional atau bahkan di setiap negara itu tidak seluruhnya memiliki kesejahteraan yang sama. Pada umumnya masayarakat yang kesejahteraannya tinggi memiliki kemandirian untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam rangka menjalani kehidupanny. Artinya, mereka tidak tergantung kepada pihak lain dalam memenuhi kebuuhan hidupnya.

Masayarakat yang kesejahteraan tergolong kepada masayarakat menengah ke bawah, biasanya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya memerlukan bantuan pihak lain, baik pemerintah, para dermawan maupun komponen masayarakat lainnya. Oleh sebab itu pemerintah harus memperhatikan masayarakat menengah ke bawah. Unuk memenuhi kebutuhan hidup agar bisa hidup layak, mereka masih belum bisa mandiri sepenuhnya, mereka masih harus mendapat bantuan dari pihak lain.

Bantuan dari pihak lain kepada masyarakat yang belum mampu mandiri itu haruslah bersifat mendidik, yang artinya hal tersebut dapat membantu masyarakat tersebut secara sementara sebelum mereka mampu mandiri sepenuhnya. Artinya mental mereka harus dibina untuk bisa bekerja lebih baik, sehingga untuk memenuhi kebutuhan hidupnya pada masa yang akan datang secara bertahap dapat mandiri sepenuhnya.[8]

Peneliti mendapatkan informasi tambahan melalui Kelurahan setempat (Kelurahan Jagabaya II), informasi tambahan yang di dapatkan peneliti seperti usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) apa saja yang terdapat di Kelurahan Jagabaya II, nama pemilik usaha, alamat pemilik usaha, usia pemilik usaha, penghasilan pemilik usaha dan lain-lain.

## C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Fokus penelitian menyatakan pokok permasalahan apa yang menjadi pusat perhatian atau tujuan dalam penelitian. Fokus penelitian penting untuk membatasi masalah studi dan penelitian, sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana data yang tidak relevan. Berdasarkan pengertian tersebut maka penelitian ini difokuskan pada Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 kepada masayarakat Kelurahan Jagabaya II Kota Bandar Lampung.

[8] Dedeh Maryani, Pemberdayaan Masyarakat, (Yogyakarta, CV Budi Utama, 2019), h. 15

Sub-Fokus Pembahasan dalam Peneliti adalah: Strategi usaha mikro kecil dan menengah dalam pemberdayaan ekonomi masayarakat pada masa pandemi covid-19, yang dirasakan oleh masyarakat UMKM setempat.

## D. Rumusan Masalah

Berdasarakan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Bagaimanakah pelaksanaan Strategi pemasaran untuk *survive* (bertahan hidup) dan *sustainable* (berkelanjutan) di masa pandemi pada masyarakat Kelurahan Jagabaya II ?

## E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penulis merumuskan tujuan-tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui proses strategi usaha melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat
2. Untuk mengetahui perubahan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui strategi usaha.

## F. Manfaat Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah keilmuan khususnya yang berkaitan dengan strategi usaha dalam pemberdayaan ekonomi masayarakat pada masyarakat Kelurahan Jagabaya II.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini juga dapat diharapkan menambahnya referensi bagi hasil-hasil penelitian lainnya dan dapat dijadikan sebagai informasi bagi masyarakat tentang strategi usaha.

## G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Kajian peneliti yang relavan ini bertujuan untuk menghindari kegiatan duplikasi dalam penulisan dan penyusunan skripsi. Peneliti melakukan pencarian terhadap karya peneliti-peneliti yang lain, bertujuan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti. Berdasarkan keterkaitan atau kesamaan permasalahan dan pembahasaan dalam peneliti yang lain menjadikan sebagai sebuah acuan atau panduan dalam penelitian. Berikut ini kajian-kajian penelitian terdahulu yang menjadi panduan penulis:

1. Taufiqurrahman, Abdul Azis, Ades Sugita, Afdoli Aifo, Agus Ifatul Maulana, Ayu Auliyah, Fifiya Sya'afatul, Hindun Fauziyyah, Maeturoh, Tegi dan Zamzami Mubarok. Vol. 3 No. 1, Maret 2021. Dengan judul "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Dunia Digital di Era Covid-

19". Jurnal ini membahas tentang pengusaha UMKM berbasis pangan lokal, handycraft, bumdes dan budidaya maggot di Desa Limbangan Kecamatan Losari Kabupaten Brebes Provinsi Jawa Tengah memiliki potensi usaha yang dapat dikembangkan melalui digital marketing. Pelaku UMKM yang sudah menggunakan digital marketing mengatakan adanya peningkatan jumlah penjualan.[9]

2. Alyas dan Muhammad Rakib. Vol. 19 No. 2, Juli 2017. Dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros) " Jurnal ini membahas tentang faktor yang menjadi kekuatan dari usaha Roti Maros meliputi kenyamanan tempat dan lokasi yang strategi, harga yang relatif terjangkau, variasi rasa Roti Maros, aneka macam produk pendamping yang ditawarkan, serta komunikasi dan keakraban karyawan yang terjalin baik. [10]
3. Boge Triatmanto, Anwar Sanusi dan Aris Siswati. Vol. 4 No. 2, October 2020. Dengan judul "Strategi Mempertahankan Usaha dan Meningkatkan Peran Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Batik Zheng" Jurnal ini membahas tentang pelaksanaa pengabdian kepada masayarakat Hibah Ristek Brin skim PPMUPT yang dilaksanakan oleh tim pengabdian kepada masayarakat Universitas Merdeka Malang telah memasuki tahun kedua pelaksanaan. Pada tahun kedua ini target utama yang direncanakan adalah merintis berdirinya sentra pelatihan batik tulis. Sentra pelatihan terdiri dari sanggar produksi, ruang display produk dan tempat pelatihan.[11]

## H. Metode penelitian

1. Jenis dan sifat penelitian

   Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah lapangan (*field reseach*). Jenis penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dalam kancah yang sebenarnya.[12] Dalam penelitian pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat ditengah masyarakat. Maksudnya adalah penelitian yang dilakukan dengan cara pengambilan data-data di lapangan.

   Penelitian yang dilakukan bersifat kualitatif, yaitu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari

---

[9] Taufiqurrahman dkk, "*Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Dunia Digital di Era Covid-19*", Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 3 No. 1, Maret 2021, h. 22

[10] Alyas dkk, "*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)*", Sosiohumaniora, Vol. 19 No. 2, Juli 2017, h. 115

[11] Boge Triatmanto dkk, *"Strategi Mempertahankan Usaha dan Meningkatkan Peran Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Batik Zheng"*, Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi Vol. 4 No. 2, October 2020, h. 143

[12] Kartini Kartono, *Pengantar Metodelogi Riset & Sosial* (Bandung: Madar Maju, 1996) h. 68

orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif adalah yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi (perhitungkan) lainnya.[13]

2. Populasi dan sampel
   a. Populasi

      Populasi adalah keselurahan atau totalitas objek yang dibatasi kriteria tertentu.[14] Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang dimiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[15] Adapun yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang ada di Kelurahan Jagabaya II berjumlah 40 usaha. Berdasarkan uraian tersebut jumlah populasi pada penelitian ini adalah sesuai kriteria peneliti.

   b. Sampel

      Sampel adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil dengan menggunakan teknik tertentu.[16] Dalam penelitian ini, tidak semua populasi akan dijadikan sumber data, melaikan dari sampel saja, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non radom sampling* dengan teknik yang penulis gunakan adalah *purposive sampling* yaitu tidak semua individu dalam populasi diberi peluang sama untuk dijadikan anggota sampel.[17] Teknik ini merupakan suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau kriteria yang penulis tentukan adalah usia produktif, pendidikan dan modal usaha awal.

3. Teknik pengumpulan data
   a. Wawancara

      Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.[18]

---

[13] Moleong, Lexy J, *Metodologi Peneliian Kualitatif*, (Bandung: P.T. Remaja Rosdakkarya, 2005), h. 6

[14] Sedarmayanti, Syarifudin Hidayat, *Metode Penelitian*, (Bandung: Mandar Maju, 2002), h. 121

[15] Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Semarang: PT. Bumi Aksara, 1991), h. 70

[16] Ali Muhammad, *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*, (Bandung: Angkasa, 1987), h. 193

[17] Sutrisno Hadi, Metodologi Research, (Yogyakarta: Yayasan Penelitian Fakultas Psikologi UGM, 1973), h. 193

[18] Lexy J.Moleong, *metodelogi penelitian kualitatif*(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), hal.135

Dengan mengajukan berbagai macam pertanyaan yang terpilih ataupun bebas terpilih melalui wawancara kepada usaha mikro kecil dan mengeah (UMKM) di Kelurahan Jagabaya II, interview ditunjukan kepada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk menanyakan tentang usaha yang dijalankan atau kondisi usaha dalam pandemi covid-19.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.

Seseorang yang sedang melakukan pengamatan tidak selamanya mengunakan pancaindra mata saja, tetapi selalu mengaitkan apa yang dilihatnya dengan apa yang dihasilkan oleh pancaindra lainnya; seperti apa yang ia dengar, apa yang ia cicip, apa yang ia cium dari penciumannya, bahkan dari apa yang ia rasakan dari sentuhan-sentuhan kulitnya.[19]

Teknik observasi yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap objek yang diteliti dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dimana peneliti tidak mengambil bagian secara penuh dari aktivitas pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

c. Dokumentasi

Metode pengumpulan dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan, dokumen pribadi dan dokumen resmi.[20]

Penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan data-data yang bersumber dari dokumentasi tertulis yang sesuai dengan keperluan penelitian sekaligus pelengkap untuk mencari data-data yang lebih objektif dan konkrit. Data yang di perlukan dalam peneliti seperti nama pemilik usaha, alamat pemilik usaha, penghasilan pemilik usaha dan lain-lain.

4. Metode analisis data

[19] Burhan bungin, *penelitian kualitatif*(Jakarta: kencana, 2011), hal.118

[20] Albi anggito, *metodologi penelitian kualitatif*(Jawa barat: CV Jejak, 2018), hal. 255

Analisis data adalah proses mencari dan mengatur catatan lapangan dan bahan-bahan lainnya yang ditemukan di lapangan. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang berpijak dari data yang di dapat dari hasil wawancara serta hasil dokumentasi, melalui tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

   Data yang diperoleh dari lapangan dituangkan ke dalam bentuk laporan selajutnya di reduksi, dirangkum, difokuskan pada hal-hal penting. Dicari tema dan polanya disusun secara sistematis. Data yang reduksi member gambaran yang tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti dalam mencari kembali data yang diperoleh bila diperlukan.
2. Penyajian Data (*Display Data*)

   Untuk melihat gambaran keselurahan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian harus diusahakan membuat bermacam matriks, grafik, jaringan, dan bagian atau bisa pula bentuk naratif saja.
3. Mengambil Kesimpulan atau Verifikasi Data.

   Peneliti berusaha mencari arti, pola, tema, yang penjelasan alur sebab akibat, dan sebagainya. Kesimpulan harus senantiasa diuji selama peneliti berlangsung, dalam hal ini dengan cara penambahan data baru.[21]

## I. Sistematika Pembahasaan

Sistematika pembahasaan dalam penulisan ini secara keseluruhan terdiri dari 2 bagian yakni:

1. Pertama, bagian formalitas yang terdiri dari halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi dan daftar tabel.
2. Kedua, bagian isi terdiri dari 5 bab yakni :

Bab I tentang pendahuluan yang terdiri beberapa sub bab, yaitu: penegasan judul, latar belakang, fokus dan sub-fokus peneliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, singnifikasi peneliti, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian dan sistematika pembahasaan.

Bab II berisi tentang landasan teori, yaitu: Strategi usaha mikro kecil dan menengah yang memiliki sub-sub pembahasaan (Pengertian usaha mikro kecil dan menengah, tujuan UMKM dan tujuan pemberdayaan UMKM, strategi pemasaran UMKM di masa pandemi covid-19, pengelolaan UMKM dan pengembangan UMKM). Pemberdayaan ekonomi masyarakat memiliki sub-sub pembahasaan (Pengertian pemberdayaan ekonomi masyarakat, faktor pendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat, strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat, bentuk pemberdayaan ekonomi masyarakat, tujuan pemberdayaan dan tahap-

[21] Moleong, Lexy J. 2005,OP Cit, hal. 104

tahap pemberdayaan). Pandemi covid-19 memiliki sub-sub pembahasaan (Pengertian pandemi covid-19 dan dampak positif corona (covid-19)).

Bab III berisi tentang Laporan Penelitian

Bab IV berisi tentang analisis data yang terdiri dari 2 sub bab, yaitu Analisis data penelitian dan Temuan Penelitian.

Bab V berisi tentang penutup yang terdiri dari 2 sub bab yaitu Kesimpulan dan Saran.

# BAB II
# STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASAYARAKAT

## A. Strategi

### 1. Pengertian Strategi

Pada dasarnya strategi secara operasional adalah proses yang telah dikemas sedemikian rupa untuk meraih sesuatu yang diinginkan dengan demikian, maka strategi akan lebih jelas jika telah digabung dengan kalimat lain. Karena pada dasarnya strategi adalah alat yang dapat digunakan untuk mengelola serta mengatur serta menyusun sebuah rencana.

Strategi dapat dipahami juga sebagai upaya yang dilakukan dengan menggunakan berbagai cara atau upaya (berdasarkan ilmu atau seni) agar apa yang telah direncanakan dapat dicapai dengan efektif serta afesien.[1]

Penggunaan strategi dalam managemen atau suatu organisasi diartikan sebagai kiat cara atau takdir utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen terarah pada tujuan strategi organisasi. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai pengertian strategi yang dikemukakan beberapa pakar diantaranya:

1. Strategi menurut James Brian Quinn strategi merupakan pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan, urutan-urutan aksi ke dalam keseluruhan yang saling terkait.
2. Sedangkan William Hence mendefinisikan strategi sebagai konsentrasi dari sumber-sumber pada peluang-peluang bagi keunggulan kompetitif. Secara umum dapat dijelaskan bahwa implementasi strategi harus sejalan dengan arah strateginya (*strategi direction*) seperti visi, misi, nilai dan tujuan. Untuk mencapai itu upaya apapun tidak akan berhasil tanpa dukungan faktor-faktor struktur, SDM, teknologi, sistem, kultur dan sebagainya.[2]
3. Sementara menurut William F Glueck, yang dikutip dalam buku Amirullah, et Al, strategi merupakan sesuatu yang dipersatukan,bersifat komprehensif terintegrasi yang menghubungkan tantangan lingkungan dan dirancang untuk meyakinkan bahwa sejarah dasar perusahaan atau organisasi yang menerapkannya.[3]

---

[1] Ali Moertopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: PT. Yayasan Proklamasi CSIS, Tt), h. 7

[2] Syafarudin Alwi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (BPFE: Yagyakarta, 2012, cetakan ke-2), h. 85

[3] Amirullah dan Sri Budi Cantika, *Managemen Strategi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2000), h. 4

Strategi, namun dengan demikian tidak merubah ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula diantarannya adalah:

1. Strategi merupakan salah satu kesatuan rencana yang terpadu dan diperlukan untuk tujuan organisasi aau lembaga yang memberikan perkembangan untuk jangka panjang
2. Dalam menyusun strategi sangat perlu dihubungkan dengan lingkungan organisasi atau lembaga yang memberikan sumbang dalam pemikiran bangsa dan negara.

**2. Formulasi strategi**

Proses formulasi strategi yang juga disebut sebagai perencanaan strategi meliputi beberapa kegiatan yang sistematika:

a. Menetapkan arah strategi organisasi, meliputi visi, misi dan nilai-nilai yang dikembangkan dalam organisasi. Visi sering disebut skenario masa depan organisasi. Visi berfungsi sebagai sumber inspirasi dan motivasi yang memiliki nilai-nilai instrinsik oleh sebab itu visi misi harus realistis. Artinya visi itu dapat dicapai sesuai kemampuan-kemampuan dan *resources* yang ada dalam organisasi.
b. Mengidentifikasi lingkungan dan analisis SWOT, perencanaan perlu mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan yang relevan dengan kondisi perusahaan saat ini dan tantangan dalm lingkungan.
c. Merumuskan tujuan-tujuan strategi dengan mengetahui secara jelas arah strategi organisasi, kondisi lingkungan yang dihadapi, kompetensi dan keunggulan kompetitif yang memiliki manajemen dapat merumuskan tujuan-tujuan strategi yang akan dicapai oleh periode yang akan datang.
d. Mengembangkan alternatif-alternatif strategi, alternatif strategi harus dikembangkan untuk kemudian dipilih alternatif yang paling mungkin berhasil mencapai tujuan strategi yang ditetapkan.
e. Memilih strategi, yang tetap tidak mudah ditentukan karena masih harus diuji dalam implementasikanya. Jika dalam implementasi terdapat keadaan-keadaan yang tidak terduga sehingga strategi yang ditetapkan menjadi kurang efektif dalam pencapaian tujuan maka strategi harus direvisi.[4]

**B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

**1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Terdapat beberapa definisi dan konsep tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dapat dilihat dari pendekatan aset dan omzer, atau juga pendekatan tenaga kerja. Pada umumnya UMKM

[4] Ibid, h.86

diartikan sebagai unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi, termasuk sektor perdagangan, pengolahan, pertanian, perkebunan, perternakan, perikanan dan jasa.

UMKM juga dipahami sebagai perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh kelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Menurut Rudjito (2005), UMKM merupakan usaha kecil yang membantu perekonomian Indonesia karena dengan adanya UMKM akan terbentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha.

Sedangkan menurut Ina Primiana (2009), UMKM merupakan suatu aktivitas atau kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia seperti industri manufaktur, agribsnis, agraris, dan juga sumber daya manusia. Pendapat ini mengindikasikan bahwa UMKM mengandung arti pemulihan perekonomian Indonesia melalui pengembangan sektor perdagangan untuk program pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan.[5]

Dalam UU No 20 Tahun 2008 menyebutkan bahwsa, usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, lalu dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Sedangkan pengertian UMKM menurut UU No 02 Tahun 2008 ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam undang-undang. Sehingga untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria berikut ini.

a. Usaha Mikro

Usaha mikro dapat diartikan sebagai suatu usaha ekonomi yang produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang tentunya memiliki ciri-ciri sebagai usaha mikro.

Ciri-ciri usaha mikro antara lain adalah:

1. Usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp. 50.000.000,- serta tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha.
2. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak adalah Rp. 300.000.000,-

[5] Dindin Abdurohim, *Strategi Pengambangan Kelembagaan UMKM*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020), h.15-16

b. Usaha Kecil

Usaha kecil biasanya diartikan sebagai suatu usaha ekonomi yang produktif dan berdiri sendiri atau independen dan dimiliki oleh suatu kelompok atau perorangan badan usaha dan bukan cabang dari usaha utama.

Ciri-ciri usaha kecil antara lain adalah:

1. Usaha ekonomi yang berdiri sendiri baik dimiliki perorangan atau kelompok, serta bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama.
2. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
3. Hasil perjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp. 300.000.000,- sampai paling banyak Rp. 2,5.000.000.000,-

c. Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan suatu usaha dalam ekonomi yang produktif dan bukan cabang dari usaha utama atau perusahaan pusat serta menjadi bagian secara tidak langsung maupun secara langsung bagi usaha kecil dan atau usaha besar.

Ciri-ciri usaha menengah antara lain adalah:

1. Usaha yang bukan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan.
2. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- sampai dengan Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
3. Hasil perjualan tahunannya mencapai Rp. 2,5.000.000,- milyar sampai Rp. 500.000.000.000,-.

## 2. Tujuan UMKM dan Tujuan Pemberdayaan UMKM

Menurut undang-undang 20 tahun 2008, bahwa usaha mikro kecil dan menengah bertujuan menumbuhkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Sedangkan tujuan pemberdayaan UMKM antara lain:

a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.
b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro kecil dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
c. Meningkatkan peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan

pendapat, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.[6]

### 3. Pengelolaan UMKM

Secara garis besar pengelolaan UMKM meliputi empat aspek yakni:[7]

a. Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang signifikasi keuangan harus dikelola dengan memisahkan keuangan usaha dengan pribadi. Banyak UMKM mengalami penurunan usaha akibat tidak adanya pemisahan keuangan usaha dengan pribadi.

b. Produksi

Untuk menjamin keberlangsungan usaha maka aspek produksi harus dapat menjamin permintaan konsumen, baik variannya maupun kualitasnya. Banyak UMKM mengalami kendala dalam memastikan keberlangsungan produksi akibat keterbatasan modal dan manajemen keuangan yang tidak baik.

c. Pemasaran

Produksi akan berjalan baik apabila di topang oleh teknik pemasaran yang menjamin ketersediaan barang di pasar (pembeli). Pelaku usaha UMKM harus dapat memastikan produksinya sampai ke pembeli tepat pada waktu dibutuhkan dengan mempertimbangkan ini pemasaran yang tersedia baik *Online* maupun *Offline*.

d. Sumber daya manusia

Sumber daya manusia UMKM merupakan salah satu faktor pendukung keberlangsungan produksi dan pemasaran yang pada akhirnya akan mendukung peningkatan usaha UMKM tersebut. Untuk itu pelatihan terhadap penigkatan kompetensi SDM (karyawan) mutlak dilakukan dengan memperhatikan aspek kekinian.

Pandemi covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor ekonomi. Dampak perekonomian ini tidak hanya di rasakan secara domestik, namun juga terjadi secara global. International Monetary Fund (IMF) yang memproyeksikan ekonomi global akan tumbuh minus di angka 3%. Di Indonesia, hal ini tentunya juga memiliki dampak yang cukup signifikasi terhadapa pariwisata, sektor perdagangan industri termasuk pelaku UMKM.

Menurut penjual kepercayaan konsumen juga sangat berpengaruh terhadap bisnis UMKM, untuk itu pelaku usaha perlu membangun kepercayaan dan hubungan baik dengan konsumen atau *relationship market. Relationship marketing* merupakan orientasi bisnis

---

[6] Aris Ariyanto dkk, *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pendemi*, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), h.4-6

[7] Ibid, h.145

yang terfokus pada menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada dan membangun hubungan yang erat dan saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen hingga menciptakan transaksi ulang hingga terbentu loyalitas konsumen. Dalam penelitian Hardilawati 2019 di peroleh hasil bahwa *customer relationship marketing* berpengaruh namun tidak signifikan dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Hal ini terjadi karena masih kurangnya pemahaman atau kurang maksimalnya penerapan *relationship marketing* oleh UMKM. Relationship marketing yang lebih tepat dan maksimal diharapkan dapat membantu UMKM untuk dapat bertahan dan memiliki daya saing yang tinggi.[8]

**4. Pengembangan UMKM**

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual teoritis, teknis dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Mengemukakan bahwa pengembangan UKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi. Pengaruh dari pengembangan UMKM di liat dari peran serta pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM memiliki hasil positif, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masayarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, diperlukan upaya hal-hal seperti penciptaan iklim usaha yang kondusif, bantuan permodalan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan, pelatihan, mengembangkan promosi dan mengembangkan kerjasama yang setara.[9]

## C. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

### 1. Pengertian Pemberdayaan Ekomomi Masyarakat

Pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah upaya untuk mengubah suatu keadaan atau kondisi masayarakat baik secara individu maupun berkelompok dalam memecahkan berbagai persoalan terkait upaya penigkatan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraannya.

---

[8] Wan Laura Hardilawati, "*Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*", Jurnal Akutansi & Ekonomi Vol.10 No.1, juni 2020, h.91

[9] Alyas dkk, "*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)*", Sosiohumaniora, Vol. 19 No. 2, Juli 2017, h. 115

Pemberdayaan ekonomi masayarakat merupakan suatu upaya untuk membangun daya masayarakat dalam perekonomian khususnya dengan mendorong, memotivasi, dan menggalih potensi yang dimiliki sehingga kondisi akan berubah dari yang tidak berdaya menjadi berdaya dengan tindakan yang nyata untuk meningkatkan harkat dan martabat dari sisi ekonomi dan melepaskan diri dari kemiskinan dan keterbelakangan.

Pemberdayaan ekonomi dapat terwujud apabila inti pokok sasaran dapat fokus pada pengentasan kemiskinan, menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan masayarakat, serta demokrasi dalam politik. Pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat dilakukan dengan cara penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai dan penguatan dalam memperoleh informasi, pengetahuan dan keterampilan untuk meningkatkan kemampuan masayarakat agar mampu berdiri sendiri.

Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkekuasaan (*empowerment*) berasal dari kata "*power*" (kekuasaan atau pemberdayaan).[10] Pemberdayaan adalah suatu proses untuk memberikan daya/kekuasaan (*power*) kepada pihak yang lemah (*powerless*), dan mengurangi kekuasaan (*disempower*) kepada pihak yang terlalu berkuasa (*powerfull*). Pemberdayaan tidak sekedar memberikan kewewenangan atau kekuasaan kepada pihak yang lemah saja. Dalam pemberdayaan terkandung makna proses pendidikan dalam meningkatkan kualitas individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mampu berdaya, memiliki daya saing, serta mampu hidup sendiri.[11] Pendekatan utama dalam konsep pemberdayaan adalah bahwa masayarakat tidak dijadikan objek dari berbagai proyek pembangunan, tetapi merupakan subjek dari upaya pembangunan sendiri.[12]

Konsep pemberdayaan dapat dilihat dari tiga sisi, yaitu:[13]

a. Pemberdayaan dengan menciptakan suasana atau iklim yang berkembang
b. Pemberdayaan unruk memperkuat potensi ekonomi atau daya yang dimiliki masyarakat. Dalam rangka memperkuat potensi ini, upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf pendidikan, derajat kesehatan, serta akses-akses sumber kemajuan ekonomi, seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja dan pasar.

---

[10] Edi Soeharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), h.57

[11] Oos M. Anwas, *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.49

[12] Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebianto, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h.32

[13] Moh. Ali Azi, Rr. Suhartini dan A. Him, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradikma Aksi Metodologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2005), Cet. 1, h.70

c. Pemberdayaan melalui pengembangan ekonomi rakyat, dengan cara melindungi dan mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta menciptakan kebersamaan dan kemitraan anara yang sudah maju dengan yang belum berkembang.

Konsep yang penting didalam pemberdayaan masyarakat adalah bagaimana mendudukan masyarakat pada posisi pelaku pembangunan yang aktif, bukan penerima pasif. Konsep pemberdayaan pada dasarnya adalah upaya menjadikan suasanan kamanusiaan yang adil dan beradap menjadi semakin efektif secara struktural, baik didalam kehidupan keluarga, masyarakat, Negara, regional, internasional, maupun bidang politik, ekonomi dan lain-lain.

Sebagaimana mengenai pemberdayaan, hal ini sejalan dengan yang telah dilakukan oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat pada masa pandemi covid-19 di Kelurahan Jagabaya II Kota Bandar Lampung yang memberdayakan anggota kelompoknya melalui berbagai kegiatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), dalam hal ini setiap anggota berhak menyuarakan ide, gagasan maupun inovasi baru dari produk yang dibuat dengan tujuan agar pemberdayaan ekonomi masyarakat pada masa pandemi covid-19 ini dapat lebih inovasi dan berkembang dalam pelaksanaannya melibatkan kerjasama seluruh anggota kelompok usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

**2. Faktor Pendukung Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat**

Menurut Hutomo (2000), terdapat beberapa faktor pendukung terjadinya pemberdayaan ekonomi masyarakat, yaitu sebagai berikut:

a. Sumber daya manusia

Pengembangan sumber daya manusia merupakan salah satu komponen penting dalam setiap program pemberdayaan ekonomi. Untuk itu pengembangan sumber daya manusia dalam rangka pemberdayaan ekonomi harus mendapat penanganan yang serius. Sebab sumber daya manusia adalah unsur paling fundamental dalam penguatan ekonomi.

b. Sumber daya alam

Sumber daya alam merupakan salah satu sumber daya pembangunan yang cukup penting dalam proses pemberdayaan ekonomi yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sumber daya alam ini telah dimanfaatkan sejak jaman dahulu dari masa kehidupan nomaden sampai jaman industrialisasi.

c. Permodalan

Permodalan merupakan salah satu aspek permasalahan yang dihadapi masyarakat pada umumnya. Namun, ada hal yang perlu

dicermati dalam aspek permodalan yaitu, bagaimana pemberian modal tidak menimbulkan ketergantungan bagi masyarakat serta dapat mendorong usaha mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah supaya berkembang kearah yang maju. Cara yang cukup baik dapat memfasilitasi pemecahan masalah permodalan untuk usaha mikro,usaha kecil,dan usaha menengah adalah dengan menjamin kredit di lembaga keuangan yang ada dan atau memberi subsidi bunga atas pinjaman dilembaga keuangan.

d. Prasarana produksi dan pemasaran

Pendorong produktifitas dan tumbuhnya usaha diperlukan prasarana produksi dan pemasaran. Jika hasil produksi tidak dipasarkan maka usaha akan sia-sia. Untuk itu,komponen penting lainnya dalam pemberdayaan masyarakat dibidang ekonomi adalah tersedianya prasarana produksi dan pemasaran. Tersedianya prasarana pemasran seperti alat transportasi dari lokasi produksi ke pasar akan mengurangi rantai pemasaran dan pada akhirnya dapat meningkatkan penerimaan masyarakat dan pengusaha mikro,pengusaha kecil, maupun pengusaha menengah.

### 3. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Menurut Mardikanto (2012), terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat yaitu sebagai berikut:

a. Motivasi

Dalam hubungan ini, setiap keluaraga harus dapat memahami nilai kebersamaan, interaksi sosial dan kekuasaan melalui pemahaman akan haknya sebagai warga negara dan anggota masayarakat. Karena itu, setiap rumah tangga perlu didorong untuk membentuk kelompok yang merupakan mekanisme kelembagaan penting untuk mengorganisir dan melaksanakan kegiatan pengembangan masayarakat di desa. Kelompok ini kemudian dimativasikan untuk terlibat dalam kegiatan peningkatan pendapatan dengan menggunakan sumber-sumber dan kemampuan-kemampuan mereka sendiri.

b. Peningkatan kesadaran dan pelatihan kemampuan

Penigkatan kesadaran masyarakat dapat dicapai melalui pendidikan dasar, perbaiakan kesehatan, imunisasi dan sanitasi. Sedangkan keterampilan-keterampilan vokasional bisa dikembangkan melalui cara-cara pastisipatif. Pengetahuan lokal yang biasanya diperoleh melalui pengalaman dapat dikombinasikan dengan pengetahuan dari luar. Pelaihan semacam ini dapat membantu masayarakat miskin untuk menciptakan mata pencaharian

sendiri atau membantu menigkatkan keahlian mereka untuk mencari pekerjaan di luar wilayahnya.

c. Manajemen diri

Setiap kelompok masayarakat harus mampu memilih pemimpin mereka sendiri dan mengatur kegiatan mereka sendiri, seperti melaksanakan pertemuan-pertemuan, melakukan pencatatan atau pelaporan, mengoprasikan tabungan dan kredit, resolusi konflik dan manajemen kepemilikan masayarakat. Pada tahap awal, pendampingan dari luar dapat membantu mereka dalam mengembangakan sebuah sistem. Kelompok kemudian dapat diberi wewenang penuh untuk melaksanakan dan mengatur sistem tersebut.

d. Mobilisasi sumber daya

Untuk memobilisasi sumber daya masyarakat diperlukan pengembangan metode untuk menghimpun sumber-sumber individual melalui tabungan reguler dan sumbangan sukarela dengan tujuan menciptakan modal sosial. Ide ini didasari pandangan bahwa setiap orang memiliki sumbernya sendiri yang jika dihimpun, dapat meningkatkan kehidupan sosial ekonomi secara subtansial. Pengembangan sistem penghimpunan, penggalokasian dan penggunaan sumber perlu dilakukan secara cermat sehingga semua anggota memiliki kesempatan yang sama. Hal ini dapat menjamin kepemilikan dan pengelolaan secara berkelanjutan.

e. Pembangunan dan pengembangan jejaring

Pengorganisasian kelompok-kelompok swadaya masyarakat perlu disertai dengan peningkatan kemampuan para anggotanya membangun dan mempertahankan jaringan dengan berbagai sistem sosial disekitarannya. Jaringan ini sangat penting dalam menyediakan dan mengembangkan berbagai akses terhadap sumber dan kesempatan bagi peningkatan keberdayaan masyarakat miskin.[14]

### 4. Tujuan Pemberdayaan

Pada sebelumnya telah dibahas terlebih dahulu bahwa "pemberdayaan" merupakan kegiatan dari cara pembangunan yang berbasis pada masyarakat (*people centered development*). Berhubungan dengan hal ini, pembangunan, apapun pengertian yang diberikan kepadanya, selalu mengarah pada suatu upaya perbaikan, yang utama

[14] Muchlisin Riadi, "*Pendekatan, Strategi dan Bentuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*", (https://www.kajianpustaka.com/2020/01/pendekatan-strategi-dan-bentuk-pemberdayaan-ekonomi-masyarakat.html?m=1#:~:text=Pemberdayaan%20ekonomi%20masyarakat%20adalah%20upaya,kualitas%20hidup%2C%20kemandirian%20dan%20kesejahteraannya, Diakses Pada Tanggal 08 Januari 2020).

dalam perbaikan mutu-hidup manusia, baik secara fisik, mental, ekonomi maupun ekonomi sosial.[15]

Tujuan utama pemberdayaan adalah suatu pemberian kekuasaan pada masyarakat, terutama bagi kelompok yang lemah dan ketidak berdayaan, baik karena dalam kondisi internal (misalnya ditindas oleh struktur sosial yang tidak adil).[16]

Tujuan pemberdayaan yang disampaikan di atas, ialah untuk memperbaiki kehidupan masyaraka sehingga dapat menciptakan atau membuat masyarakat yang mandiri, karena tujuan pemberdayaan dalam penelitian ini adalah untuk UMKM di Kelurahan Jagabaya dapat mempunyai kemampuan dalam melakukan kegiatan. Kemudian tujuan pemberdayaan seperti melakukan perbaikan dalam kondisi kehidupan, kondisi kehidupan berupa wawasan dan pengetahuan yang didapat dalam kegiatan UMKM ini, secara ekonomi berupa pemenuhan kebutuhan hidup, dan sosial budaya berupa menjalin hubungan sosial dengan lingkungannya.

Tujuan pemberdayaan masyarakat sendiri juga menjadi pilar agama yang memiliki karakteristik wasathiyah (seimbang), yang mana pemberdayaan tidak hanya fokus pada target pencapaian secara material belaka, tetapi juga mencakup target immaterial seperi halnya Tauhid (Akidah), Ibadah dan Akhlak (Kepribadian). Islam sebagai agama yang diridhoi Allah memandan pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu cara agar manusia dapat terhindar dari kejahiliyahan serta dapat secara mandiri berusaha untuk mengubah nasib kehidupannya seperti dalam Surat Al-Anfal ayat 53 berbunyi:

ذَٰلِكَ بِأَنَّ اللَّهَ لَمْ يَكُ مُغَيِّرًا نِعْمَةً أَنْعَمَهَا عَلَىٰ قَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۙ وَأَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

"(Siksaan) yang demikian itu adalah karena sesungguhnya Allah sekali-kali tidak akan meubah sesuatu nikmat yang telah dianugerahkan-Nya kepada suatu kaum, hingga kaum itu meubah apa-apa yang ada pada diri mereka sendiri, dan sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui." (QS. Al-Anfal:53)[17]

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwa Allah tidak sekali-kali akan mengubah suatu nikmat yang telah dianugrahkan-Nya kepada suatu kaum dengan cara menggantikannya dengan siksa. Sehingga diubah nikmat mereka dengan kekafiran layaknya orang-orang kafir, Mekah yang dilimpahkan segala macam makanan kepada mereka, tetapi

[15] Totok Mardikanto, *Pemberdayaan Masyarakat dalam....*, h.109

[16] Ambar Teguh Sulistiani, *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2004), h.82-83

[17] Departemen Agama RI, *Al-Qurandan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2013), QS. Al-Anfal:53

mereka mengsyukuri nimkat yang telah diberi maka tidak ada sesuatu yang baik untuknya melainkan siksa pedih aiakhiratnya.

## D. Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Strategi pemasaran terdiri dari prinsip-prinsip dasar yang mendasari manajemen untuk mencapai tujuan bisnis dan pemasarannya dalam sebuah pasar sasaran, strategi pemasaran mengandung keputusan dasar tentang pemasaran, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. (Kotler, 2004;92).[18]

Menurut peneliti dari pengertian diatas struktur manajemen pemasaran strategis mengambarkan masukan yang digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memilih strategi. Mmasukan tersebut diperoleh melalui analisis lingkungan internaldan lingkungan eksternal.

Strategi pemasaran merupakan upaya nyata untuk memasarkan suatu jasa atau barang dengan taktik dan rencana tertentu untuk melejitkan omset penjualan, makna lain dari strategi pemasaran adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan tertentu untuk memperkenalkan jasa atau barang secara masif, hal ini dilakukan berdasarkan suatu pemahaman bahwa ketertarikan seseorang pada jasa atau barang terentu dimulai dari seberapa banyak informasi yang mereka terima.[19]

Adapun proses strategi pemasaran terdiri dari tiga tahapan yaitu:[20]

### 1. Perencanaan pemasaran

Rencana pemasaran merupakan suatu upaya untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pembeli. Dalam merencanakan pemasaran harus diperhatikan unsur-unsur berikut ini:

a. Riset pemasaran

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan mengkaji konsumen, jenis barang apa yang mereka butuhkan, serta bagaimana cara konsumen mendapatkan produk tersebut.

b. Riset penjualan

Kegiatan penjualan bertujuan menentukan rencana pemasaran dan pendistribusikan produk atas dasar hasil yang ditemukan pada kegiatan sebelumnya.

c. Sistem informasi pemasaran

Sistem informasi pemasaran dilakukan untuk menghimpun, menyeleksi, menganalisis, menyimpan dan menyebarkan data pemasaran.

d. Rencana penjualan

---

[18] Tri Weda Raharjo dan Herrukmi Septa Rinawati, *"Penguaan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata"*, (Surabaya : CV Jakad Publishing Surabaya, 2019), h. 39

[19] Mokhtar Sayyid, *"Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi"*, (Sidorajo: Zifatama Jawara, 2020), h.6

[20] Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), h. 2-6

Perencanaan ini bertujuan untuk menyusun rencana yang akan ditempuh untuk mewujudkan tujuan pemasaran.

e. Evaluasi

Evaluasi dilakukan guna menilai serta mengidentifikasikan penyimpanan dari perencanaan pemasaran.[21]

Penentuan segala sesuatu sebelum dilakukan kegiatan-kegiatan pemasaran meliputi tujuan, strategi, kebijaksanaan serta taktik yang dijalankan.

Ada beberapa tujuan perencanaan pemasaran:

a. Meniadakan ketidak pastian masa datang bila ada perubahan-perubahan karena situasi dan kondisi perubahan maupun diluar perusahaan maupun diluar perusahaan tidak menentu.
b. Karena tujuan organisasi sudah difokuskan maka dengan perencanaan akan menghindari adanya peyimpangan tujuan.
c. Rencana walaupun mahal tetapi ekonomis karena segala kegiatan telah terfokuskan dengan segala biaya-biaya.
d. Rencana pemasaran terinci diperlukan untuk setiapbisnis, produk atau merk.

**2. Implementasi pemasaran**

Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran. Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari dari bulan ke bulan yang secara efektif melaksanakan rencana pemasaran. Kegiatan ini dibutuhkan program tindakan yang menarik semua orang atau semua aktivitas serta struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.

Implementasi yang sukses tergantung dari beberapa kegiatan yaitu:

1. Pengorganisasian kegiatan pemasaran

Proses menciptakan hubungan antara fungsi personalia dan faktor fisik (sasaran), agar kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan bisa mencapai tujuan yang benar, meluputi pembagian kerja, wewenang, tanggung jawab dan pelaporan kerja. Tujuan setiap orang di dalam organisasi bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan pemasaran yang telah dibebankan kepadanya sehingga tidak *overlapping* pekerjaan.

[21] Dr. Musnani,S.E.,M.M dkk, Manajemen Pemasaran, (Provinsi Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), h 13-14

2. Pengarahan kegiatan pemasaran

   Usaha yang berhubungan dengan segala sesuatu kegiatan pemasaran agara semuanya itu dapat dilakukan dengan baik, meliputi:

   a. Pemberian perintah secara baik harusa ada *follow up*-nya, secara sederhana, perlu penjelasan sehingga ada pengertian dan sifatnya harus konsultatif.
   b. Motivasi
   c. Kepemimpinan, dengan pengarahan segala kegiatan yang menyimpang akan terdekteksi dan pemimpinan dapat memberikan motivasi untuk menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan harapan serta agar terjadi harmonisasi antra anggota organisasi.

3. Pengkoordinasian kegiatan pemasaran

   Usaha meng-sinkronkan dan menyatukan segala kegiatan pemasaran dalam organisasi agar tercapai tujuan yang efektif dan efisien.

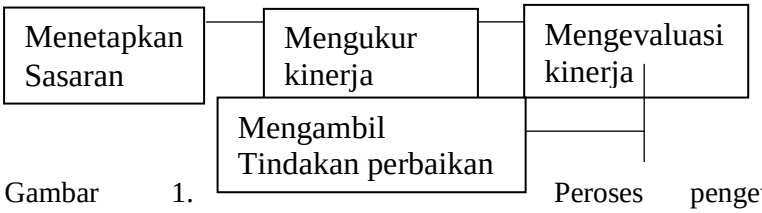
   Cara-cara menjalankan koordinasi yang efektif, dengan berbagai cara yaitu:

   a. Diadakan prosedur yang terang dan jelas, ditentukan tanggal penyelesaian.
   b. Koordinasi dilakukan secara formal melalui pimpinan staff pembantu, panitia maupun pejabat penghubung tetap dilakukan kontak tidak formal.

**3. Pengendalian / Evaluasi kegiatan pemasaran**

Usaha memberikan petunjuk pada para pelaksanaan agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana, meluputi:

a. Penentuan setandar
b. Supervisi kegiatan atau pemeriksaan
c. Perbandingan hasil dengan standar
d. Kegiatan mengkoreksi standar




Gambar 1. Peroses pengevaluasian kegiatan pemasaran

Kegiatan pemgendalian / evaluasi diatas dapat dikelompokkan dua macam:

1. Pengendalian operasional termasuk memeriksa kinerja yang sedang berlangsung terhadap rencana tahunan dan mengambil tindakan perbaikan kalau perlu. Tujuannya adalah memastikan bahwa perusahaan mencapai penjualan, laba dan sasaran lain yang titetapkan dalam rencana tahunannya. Kegiatan ini juga mencakup penentuan produk, wilayah, pasar daan saluran yang berbeda yang dapat mendatangkan laba.
2. Pengendalian strategi meliputi pengamatan apakah startegi dasar perusahaan sesuai dengan peluang yang terbuka. Strategi dan program pemasaran dapat ketinggalan zaman dalam waktu singkat dan setiap perusahaan harus secara periodik menilai ulang pendekatan terhadap pasar secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA


Agustina Shinta, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Malang: Universitas Brawijaya.

Albi anggito, 2018, *metodologi penelitian kualitatif*(Jawa barat: CV Jejak.

Ali Muhammad, 1987, *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*, Bandung: Angkasa.

Alyas, 2017, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)*. Sosiohumaniora. 19(2): 07.

Ambar Teguh Sulistiani, 2004, *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan*, Yogyakarta: Gava Media.

Amirullah dan Sri Budi Cantika, 2000, *Managemen Strategi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Aris Ariyanto dkk, 2021, *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pendemi*, Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.

Bintaro Tjoko Mijoyo dan Mustafa Jaya, 1990, *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*, Jakarta: Gunung Agung.

Boge Triatmanto, 2020, *"Strategi Mempertahankan Usaha dan Meningkatkan Peran Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Batik Zheng"*. Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi. 4(2): 10

Burhan bungin,2011, *penelitian kualitatif*, Jakarta: kencana.

Cholid Narbuko, 1991, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Semarang: PT. Bumi Aksara.

Dedeh Maryani, 2019, *Pemberdayaan Masyarakat*, Yogyakarta, CV Budi Utama.

Departemen Agama RI, 2013, *Al-Qurandan Terjemahannya*, Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema.

Dindin Abdurohim, 2020, *Strategi Pengambangan Kelembagaan UMKM*, Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.

Dr. Musnani,S.E.,M.M dkk, 2021, Manajemen Pemasaran, Provinsi Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.

Edi Soeharto, 2014, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Bandung: Refika Aditama.

Jime Ife, Frank Tesoriero, 2014, *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kartini Kartono, 1996, *Pengantar Metodelogi Riset & Sosial*, Bandung: Madar Maju.

Lexy J.Moleong, 2000, *metodelogi penelitian kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moh. Ali Azi, Rr. Suhartini dan A. Him, 2005, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradikma Aksi Metodologi*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren.

Mokhtar Sayyid, 2020, *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi"*, Sidorajo: Zifatama Jawara.

Moleong, Lexy J, 2005, *Metodologi Peneliian Kualitatif*, Bandung: P.T. Remaja Rosdakkarya.

Muchlisin Riadi, 2020, "*Pendekatan, Strategi dan Bentuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat".* https://www.kajianpustaka.com/2020/01/pendekatan-strategi-dan-bentuk-pemberdayaan-ekonomi-masyarakat.html?m=1#:~:text=Pemberdayaan%20ekonomi%20masyarakat%20adalah%20upaya,kualitas%20hidup%2C%20kemandirian%20dan%20kesejahteraannya, Diakses Pada Tanggal 08 Januari 2020

Oos M. Anwas, 2014, *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*, Bandung: Alfabeta.

Sedarmayanti, 2002, Syarifudin Hidayat, *Metode Penelitian*, Bandung: Mandar Maju.

Sondang P.Siagian, 1985, *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisas*, Jakarta: Gunung Agung.

Sutrisno Hadi, 1973, Metodologi Research, Yogyakarta: Yayasan Penelitian Fakultas Psikologi UGM.

Syafarudin Alwi, 2021, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, BPFE: Yagyakarta.

Taufiqurrahman, 2021, "*Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Dunia Digital di Era Covid-19*". Jurnal Pengabdian Masyarakat. 3(1): 03.

Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebianto, 2015, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Bandung: Alfabeta.

Tri Weda Raharjo dan Herrukmi Septa Rinawati, 2019, *Penguaan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, Surabaya : CV Jakad Publishing Surabaya.

Wan Laura Hardilawati, 2020, "*Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*". Jurnal Akutansi & Ekonomi. 10(1): 06.

Zuriani Ritonga, 2020, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta, CV Budi Utama.