



Pemberdayaan Usaha Kecil Mikro Menengah Melalui Platform Digital di Desa Kujang Oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis

Akmal Maulana Fahrezi¹, Sirodjul Munir², Dini Yuliani³,

^{1,2,3} Universitas Galuh Ciamis

Alamat: Jl. R. E. Martadinata No.150, Mekarjaya, Kec. Ciamis, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat

Korespondensi penulis: akmalun07@gmail.com

Abstract. *This research is motivated by problems in the implementation of the strategy of the Ciamis Regency Small and Medium Business Cooperative Office in the development of Micro and Medium Small Enterprises in Kujang Village, Cikoneng District, Ciamis Regency. The method used in this study is descriptive with a causative approach. Primary data is sourced from the results of interviews with 6 selected informants who are relevant to the problem. Secondary data is sourced from documents, books, journals, reports, and legislation. Data collection was carried out based on interviews, observations, and documentation with data analysis techniques through data reduction, data triangulation, and conclusion drawn. The results of the study show that the MSME development strategy through digital platforms has not been running optimally. Obstacles occur in the lack of communication, active participation of MSME actors in policy formulation, mentoring activities, facilitation, evaluation, and programs that are still top-down. Efforts to overcome obstacles are to increase the initiative of MSME actors in learning independently through digital media such as YouTube, and TikTok through e-commerce. The Kujang village government supports the implementation of training and facilitation if it is involved by the relevant agencies. The Cooperative Office, Small and Medium Enterprises and Trade is improving its strategy through further collaboration with village governments that have not received attention, especially Kujang village MSMEs in participating, mentoring, coaching, and facilitating.*

Keywords: *Strategy, Local Government, Community Empowerment*

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan-permasalahan dalam pelaksanaan strategi Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis dalam pengembangan Usaha Kecil Mikro Menengah di Desa Kujang, Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data primer bersumber dari hasil wawancara kepada 6 informan pilihan yang relevan terhadap permasalahan. Data sekunder bersumber dari dokumen, buku, jurnal, laporan, dan undang-undang. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan teknik analisis data melalui reduksi data, triangulasi data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM melalui platform digital belum berjalan optimal. Hambatan terjadi pada minimnya komunikasi, partisipasi aktif pelaku UMKM dalam penyusunan kebijakan, kegiatan pendampingan, fasilitasi, evaluasi, dan program yang disusun masih berbasis *top down*. Upaya untuk mengatasi hambatan adalah meningkatkan inisiatif pelaku UMKM dalam belajar secara mandiri melalui media digital seperti YouTube, dan TikTok melalui dengan e-commerce. Pemerintah desa Kujang mendukung penyelenggaraan pelatihan dan fasilitasi jika dilibatkan oleh dinas terkait. Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Dan Perdagangan melakukan perbaikan strategi melalui kolaborasi lebih lanjut dengan pemerintah desa yang belum mendapatkan perhatian khususnya UMKM desa Kujang dalam berpartisipasi, pendampingan, pembinaan, dan fasilitasi.

Kata Kunci: Strategi, Pemerintah Daerah, Pemberdayaan Masyarakat

1. LATAR BELAKANG

Pengembangan ekonomi masyarakat merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada suatu negara. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan yang vital dalam mendorong pembangunan ekonomi masyarakat dan mampu memberikan peluang lapangan pekerjaan untuk masyarakat di sekitarnya (Batubara, et. al., 2023). Oleh karena itu, dalam kegiatan UMKM mampu secara

konsisten dan dapat terus berkembang dalam mendukung pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat yang memiliki potensi usaha. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah menjelaskan bahwa UMKM terdiri dari Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah (Rofii & Rohim, 2024).

Dengan berkembang pesatnya UMKM di setiap tahunnya, DKUKMP Kabupaten Ciamis memiliki tugas pokok untuk memfasilitasi pelaku usaha, menyusun strategi pemberdayaan ekonomi, serta mengembangkan UMKM melalui digitalisasi dan kemitraan. Berdasarkan Rencana Strategis DKUKMP 2020–2024, visi Pemerintah Kabupaten Ciamis adalah “Mantapnya Kemandirian Ekonomi, Sejahtera untuk Semua” dengan misi ke-3 adalah meningkatkan perekonomian melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan dan lokal.

Peran strategis DKUKMP Kabupaten Ciamis dalam pengembangan UMKM didasarkan pada sejumlah regulasi penting yang memperkuat tugas pokok dan fungsinya. PP No. 17 Tahun 2013 mengatur penyusunan strategi pengembangan koperasi dan UMKM di tingkat daerah, sementara Permendag No. 77/M-DAG/PER/12/2013 menekankan pentingnya penyeimbangan perdagangan modern dan tradisional melalui pemberdayaan UMKM lokal. Selanjutnya, PP No. 39 Tahun 2006 mewajibkan adanya monitoring dan evaluasi program pengembangan UMKM untuk memastikan efektivitas dan dampak ekonomi yang tercapai, sedangkan PP No. 27 Tahun 2012 menekankan pentingnya kepemilikan izin lingkungan bagi UMKM yang berpotensi menimbulkan dampak lingkungan. Keempat regulasi ini memberikan dasar hukum yang kuat bagi DKUKMP untuk menjalankan program pembinaan, fasilitasi, dan pengawasan UMKM secara terarah, terukur, dan berkelanjutan.

Desa Kujang, Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis merupakan desa yang memiliki beberapa UMKM yang bergerak di berbagai kegiatan usaha mulai dari kegiatan usaha pertanian, perdagangan, dan bidang jasa serta munculnya kegiatan usaha berbasis digital. Tentunya dalam hal ini kegiatan Usaha Mikro diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi di suatu desa dan kabupaten (Shantilawati et al., 2024). Sehingga dalam menjaga dan mendukung pada bertahannya Usaha Mikro diperlukan adanya strategi pemasaran digital terhadap Usaha Mikro yaitu dengan membuat suatu program-program yang mampu untuk meningkatkan dan berdaya saing pada sektor usahanya. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro untuk lebih mandiri mampu berkembang, berinovasi dan lebih unggul kedepannya sehingga terbebas dari masalah kemiskinan dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat (Ilyasi, 2022).

Namun demikian, data Pemerintah Desa Kujang Tahun 2025 menunjukkan bahwa dari total 74 unit UMKM yang ada, hanya 26 unit yang telah memiliki izin usaha, sedangkan 48

unit belum memiliki legalitas. Data legalitas UMKM di Desa Kujang dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Data Jumlah UMKM di Desa Kujang

No	Kategori Usaha	Jumlah Unit	Memiliki Izin	Belum Memiliki Izin
1	Olahan Tapioka	24 unit	6	18
2	Fashion (Pakaian)	6 unit	2	4
3	Hiasan/Buket Bunga	4 unit	1	3
4	Kuliner Tradisional	8 unit	5	3
5	Kerajinan Tangan	6 unit	2	4
6	Minuman Kesehatan	5 unit	2	3
7	Pertanian Olahan	5 unit	2	3
8	Jasa Digital & Desain	3 unit	2	1
9	Perdagangan Sembako	6 unit	1	5
10	Lainnya (Servis, dll)	7 unit	3	4
Total		74 unit	26 unit	48 unit

Sumber: Pemerintah Desa Kujang, 2025

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini perlu dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan (DKUKMP) Kabupaten Ciamis dalam pengembangan UMKM melalui platform digital, khususnya di tingkat desa. Meskipun berbagai program telah dijalankan, namun banyak pelaku Usaha Mikro di Desa Kujang yang belum tersentuh secara optimal oleh program digitalisasi dan fasilitasi pengembangan usaha. Hal ini dibuktikan dari masih banyaknya UMKM yang belum memiliki legalitas usaha, terbatasnya akses ke pelatihan pemasaran digital, serta lemahnya pengawasan dan evaluasi program oleh instansi terkait. Penelitian ini penting karena terdapat kesenjangan antara potensi usaha masyarakat dengan efektivitas kebijakan pemerintah daerah.

Beberapa kajian terdahulu telah membahas permasalahan UMKM dari berbagai sudut pandang, namun belum secara spesifik menjelaskan strategi DKUKMP dalam pengembangan UMKM melalui platform digital di tingkat desa. Penelitian Mua'rif (2024) menekankan bahwa lemahnya daya saing UMKM disebabkan oleh kurangnya strategi dari DKUKMP dalam mendorong digitalisasi, terutama dalam aspek pemasaran dan pemanfaatan *e-commerce*. Fokus penelitian ini lebih kepada aspek kurangnya strategi digitalisasi secara umum, bukan pada implementasinya di tingkat lokal desa. Selain itu, penelitian Hasanah et al. (2025) menjelaskan bahwa minimnya legalitas UMKM disebabkan oleh rendahnya pemahaman pelaku usaha, prosedur perizinan yang rumit, serta minimnya pendampingan dari instansi terkait, namun belum mengaitkannya dengan strategi pengembangan dari sisi kelembagaan. Sementara itu, Eviana et al. (2022) menjelaskan bahwa minimnya fasilitasi dan akses modal disebabkan oleh

rendahnya legalitas UMKM, namun tidak membahas secara mendalam antara legalitas, digitalisasi, dan peran pemerintah daerah secara utuh. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji secara keseluruhan bagaimana strategi DKUKMP Kabupaten Ciamis dalam pengembangan UMKM melalui platform digital di Desa Kujang.

- 1) Minimnya Strategi Digitalisasi di Tingkat Desa, DKUKMP Kabupaten Ciamis belum optimal dalam menyusun dan menerapkan strategi digitalisasi yang menasar langsung UMKM desa, khususnya dalam pemanfaatan e-commerce, media sosial, dan marketplace lokal. Hal ini membuat pelaku UMKM belum menjadikan digital sebagai sarana utama pengembangan usahanya.
- 2) Rendahnya Kepemilikan Legalitas Usaha, Banyak pelaku UMKM di Desa Kujang belum memiliki legalitas seperti NIB, PIRT, dan sertifikasi lainnya. Rendahnya pemahaman serta kurangnya pendampingan dari pihak terkait menyebabkan mereka sulit mengakses platform digital secara resmi, legal, dan berkelanjutan.
- 3) Belum Optimalnya Fasilitasi Akses Modal dan Pelatihan Digital, Kurangnya dukungan dari DKUKMP dalam hal modal usaha dan pelatihan digital menyebabkan lemahnya kemampuan UMKM dalam pemasaran online, desain kemasan, dan manajemen toko daring. Hal ini menunjukkan bahwa aspek penguatan SDM UMKM secara digital belum sepenuhnya disentuh.

Berdasarkan indikator permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian dengan judul **Pemberdayaan Usaha Kecil Mikro Menengah Melalui Platform Digital Di Desa Kujang Oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Dan Perdagangan Kabupaten Ciamis**

2. KAJIAN TEORITIS

Tahapan Manajemen Strategi

Menurut Hunger & Wheelen (2012) mengungkapkan bahwa manajemen strategi terdusur dari 4 elemen dasar diantaranya pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, evaluasi dan pengendalian.

1. Pengamatan lingkungan

Menurut David (2011), pengamatan lingkungan merupakan suatu kegiatan analisis berkesinambungan terhadap faktor internal dan eksternal yang berdampak pada efektivitas pelaksanaan strategi organisasi. Dari pernyataan ini, dapat dipahami bahwa tujuan dari proses

pengamatan ini adalah untuk menjaga relevansi dan efektivitas strategi organisasi dalam menghadapi perubahan, serta mendorong peningkatan kinerja.

Sementara itu, Wheelen dan Hunger (2012) menyatakan bahwa pengamatan lingkungan adalah aktivitas memantau, menilai, dan menyebarluaskan informasi yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal. Proses ini dilakukan untuk mengenali potensi peluang serta mengantisipasi berbagai ancaman yang bisa memengaruhi arah pengambilan keputusan strategis organisasi. Oleh karena itu, melalui pengamatan yang tepat, organisasi dapat merespons perubahan lingkungan secara efisien dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

2. Perumusan strategi

Menurut David (2011), perumusan strategi mencakup pengembangan visi, misi, tujuan, serta kebijakan organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif di masa depan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perumusan strategi memberikan panduan yang jelas bagi organisasi dalam menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal yang kompetitif.

Sementara itu, Wheelen dan Hunger (2012) menyatakan bahwa perumusan strategi mencakup kegiatan analisis terhadap kondisi internal dan eksternal, penetapan tujuan strategis, serta pemilihan strategi yang sesuai dengan kemampuan dan situasi organisasi. Dari pendapat ini dapat disimpulkan bahwa tujuan utama perumusan strategi adalah untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui penyesuaian strategi yang tepat terhadap dinamika lingkungan yang terus berubah.

3. Implementasi strategi

Menurut David (2011), implementasi strategi adalah proses penerjemahan strategi yang telah dirancang menjadi tindakan nyata, melalui penyusunan kebijakan, pengalokasian sumber daya, dan koordinasi antardepartemen dalam organisasi. Dari pandangan ini dapat disimpulkan bahwa tujuan utama dari implementasi adalah untuk memastikan strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan secara efisien dan mencapai hasil yang diharapkan.

Sementara itu, Wheelen dan Hunger (2012) menyatakan bahwa implementasi strategi adalah tahap di mana strategi dioperasionalkan dalam bentuk kebijakan dan tindakan nyata, dengan melibatkan seluruh komponen organisasi. Dengan demikian, proses ini bertujuan untuk menjamin bahwa strategi dapat dieksekusi secara efektif, dan organisasi mampu meraih hasil yang telah ditargetkan.

4. Evaluasi dan Pengendalian

Menurut David (2011), evaluasi strategi adalah proses untuk menilai efektivitas strategi yang sedang diterapkan melalui peninjauan terhadap kinerja organisasi berdasarkan standar

dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa evaluasi dan pengendalian strategi dilakukan untuk memastikan strategi yang dijalankan mampu menghasilkan hasil yang sesuai dengan rencana, serta untuk mengambil langkah perbaikan apabila diperlukan.

Sementara itu, Wheelen dan Hunger (2012) menyatakan bahwa evaluasi strategi mencakup kegiatan mengukur kinerja aktual, membandingkan hasil tersebut dengan tujuan yang telah ditetapkan, dan melakukan tindakan korektif bila diperlukan. Dengan kata lain, proses ini dirancang untuk memastikan keberlanjutan efektivitas strategi serta pencapaian target organisasi secara menyeluruh.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. (Sugiyono, 2009) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme, yang bertujuan untuk menyelidiki kondisi objek secara alami. Dalam pendekatan ini, peneliti berfungsi sebagai instrumen utama, menggunakan teknik pengambilan sampel purposive dan snowball, serta mengumpulkan data melalui triangulasi (kombinasi). Analisis data dilakukan secara induktif, dengan hasil penelitian yang lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Data yang digunakan dalam penelitian kualitatif merupakan data yang berisi ungkapan, kata-kata dan kalimat. Sumber data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah data primer dan data sekunder.

Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara kepada kepala desa, sekretaria desa, kaur ekonomi dan pembangunan, dan pelaku UMKM di Desa Kujang, Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis. Sedangkan data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini adalah literatur yang berkaitan dengan topik penelitian seperti buku, jurnal, artikel, peraturan-peraturan, struktur organisasi, petunjuk pelaksana, petunjuk teknis, dan lain-lain yang memiliki relevansi dengan topik penelitian.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa informan yang dijadikan sebagai sumber data penelitian diantaranya terlampir dalam tabel berikut:

Tabel 2. Informan Penelitian

No	Informan	Jumlah Orang
1.	Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis	1
2.	Kepala Bagian Koperasi dan Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM)	1
3.	Kepala Desa Kujang	1
4.	Pelaku UMKM Desa Kujang	3
Jumlah		6

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengkaji dan menganalisis literatur kepustakaan yang memiliki relevansi dengan topik penelitian.
2. Studi lapangan, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung berdasarkan temuan di lapangan. Metode yang digunakan terdiri dari wawancara dan observasi.

Analisis data kualitatif yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari tiga alur yang terdiri dari reduksi data, triangulasi data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1992).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengamatan Lingkungan

1. DKUKMP Melakukan Pengawasan Terhadap Pelaku UMKM Di Desa Kujang

Hasil Wawancara menunjukkan bahwa Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis tidak memiliki sistem pengawasan yang memastikan pelaku UMKM tetap menjalankan strategi digital. Pelaku UMKM menyatakan mereka menjalankan promosi digital atas inisiatif sendiri, tanpa dorongan atau pendampingan. Kepala Desa menyampaikan bahwa desa belum memiliki perangkat pendamping UMKM yang fokus ke digitalisasi.

Hasil observasi peneliti di lapangan menunjukkan bahwa tidak ada pengawasan sistematis dari dinas terhadap pelaku UMKM digital, baik dalam bentuk pendampingan, pelaporan rutin, maupun forum pembinaan. Hal ini disampaikan langsung oleh pelaku UMKM yang menyatakan bahwa mereka menjalankan strategi digital secara mandiri tanpa arahan dari pemerintah. Kepala Desa Kujang juga menyatakan bahwa perangkat desa belum memiliki kapasitas teknis dan sumber daya untuk mendampingi UMKM secara digital, dan belum ada

kolaborasi antara pemerintah desa Kujang dan Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis dalam membentuk tim pendamping atau kader digital UMKM.

Manajemen strategis operasional menurut Wheelen & Hunger (2006) memerlukan adanya pengawasan operasional secara berkelanjutan. Minimnya pengawasan menyebabkan strategi lepas kontrol dan tidak sinkron secara sistematis. Hal ini juga bertentangan dengan prinsip pemasaran berkelanjutan, di mana hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan pembuat kebijakan sangat penting.

Berdasarkan data hasil wawancara, observasi, dan kajian teori, dapat disimpulkan bahwa Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis belum memiliki sistem pengawasan dan pendampingan yang efektif dalam mendukung pelaku UMKM untuk menjalankan strategi pemasaran digital. Pelaku UMKM bertindak secara mandiri tanpa arahan maupun dukungan dari pemerintah, sementara pemerintah desa juga tidak memiliki perangkat atau kapasitas untuk memberikan pendampingan digital. Hasil observasi memperkuat bahwa tidak terdapat mekanisme pembinaan atau pelaporan rutin dari dinas. Kondisi ini bertentangan dengan prinsip manajemen strategis operasional menurut Wheelen & Hunger (2014), yang menekankan pentingnya pengawasan berkelanjutan, serta prinsip pemasaran berkelanjutan yang membutuhkan hubungan erat antara pelaku usaha dan pembuat kebijakan.

2. DKUKMP Melibatkan Masyarakat Dalam Kegiatan Pemasaran Digital Melalui Platform Online Di Desa Kujang

Hasil Wawancara menunjukkan bahwa Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis menyatakan pentingnya peran desa dan masyarakat dalam penguatan UMKM digital, namun belum ada bentuk pelibatan nyata yang dilakukan di Desa Kujang. Pelaku UMKM dan Kepala Desa sama-sama mengakui bahwa tidak ada kegiatan sosialisasi, edukasi, atau pelibatan masyarakat yang diarahkan langsung dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis terkait digitalisasi UMKM di Desa Kujang.

Dokumen Laporan Kerja Instansi Pemerintahan DKUKMP Kabupaten Ciamis (2024) tidak menyebutkan adanya program yang secara khusus melibatkan masyarakat desa dalam pengembangan atau promosi UMKM digital. Sosialisasi dan edukasi digital belum terintegrasi ke dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat desa.

Hasil observasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih bekerja secara individual, tanpa dukungan komunitas, forum desa, atau kelompok kerja yang terorganisir. Kepala Desa menyampaikan bahwa tingkat kesadaran masyarakat desa masih rendah, dan belum ada upaya

khusus dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis untuk membangun budaya digital di kalangan pelaku usaha.

Menurut Kotler & Keller (2014), pemasaran modern menekankan *co-creation* dan partisipasi pasar sasaran. Strategi Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis belum menerapkan pendekatan partisipatif, di mana masyarakat harusnya menjadi mitra dalam membangun branding dan jangkauan pasar UMKM lokal secara digital. Tanpa pendekatan berbasis komunitas, kesadaran pasar tidak akan berkembang, dan strategi tidak akan sesuai.

Berdasarkan wawancara, observasi, dokumen, dan kajian teori, dapat disimpulkan bahwa meskipun Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis menyadari pentingnya peran desa dan masyarakat dalam penguatan UMKM digital, belum ada pelibatan nyata yang dilakukan di Desa Kujang. Baik pelaku UMKM maupun Kepala Desa menyatakan tidak pernah menerima sosialisasi, edukasi, atau arahan langsung dari dinas terkait digitalisasi UMKM, dan hal ini diperkuat oleh dokumen resmi DKUKMP tahun 2024 yang tidak mencantumkan program partisipatif berbasis desa. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih bergerak secara individu tanpa dukungan komunitas atau forum desa yang terorganisir, sementara kesadaran masyarakat pun masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi DKUKMP belum menerapkan pendekatan partisipatif sebagaimana ditekankan oleh Kotler & Keller (2014), di mana *co-creation* dan partisipasi aktif masyarakat sangat penting dalam pemasaran modern. Tanpa keterlibatan komunitas, strategi digital UMKM cenderung tidak efektif dan gagal membangun kesadaran serta jangkauan pasar yang berkelanjutan.

Perumusan Strategi

1. Kesesuaian Visi Dan Misi DKUKMP Terhadap Upaya Pengembangan UMKM Melalui Platform Digital Di Desa Kujang

Hasil Wawancara menunjukan bahwa Visi dan misi Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis telah menetapkan arah yang jelas untuk mendorong UMKM naik kelas dan berdaya saing melalui digitalisasi. Namun, pelaku UMKM di Desa Kujang tidak mengetahui visi dan misi tersebut, karena belum ada penyampaian langsung ke tingkat desa. Kepala Desa pun mengakui bahwa belum ada sosialisasi atau komunikasi strategis dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis ke pihak desa maupun pelaku usaha.

Hasil observasi menunjukkan bahwa secara tertulis, Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis ke pihak desa maupun pelaku usaha.

Kabupaten Ciamis memiliki visi yang progresif terhadap pengembangan UMKM, yakni menjadikan UMKM naik kelas dan berdaya saing. Salah satu arah strategisnya adalah mendorong UMKM menuju era digitalisasi. Hal ini tertuang dalam Sasaran Strategis DKUKMP Tahun 2024 yang menyebutkan indikator capaian “Persentase UMKM yang Produktif” dengan target 99,10% dan realisasi 99,11% (LKIP DKUKMP, 2024:20). Capaian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, program penguatan UMKM dianggap berhasil.

**Tabel 3. Data Capaian Kinerja Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Dan
Perdagangan Kabupaten Ciamis Tahun 2024**

Sasaran	Indikator Kinerja	Target 2024	Realisasi	Capaian Kinerja
Meningkatnya daya saing Koperasi dan Usaha Mikro di Kabupaten Ciamis	Persentase UMKM yang Produktif	99,10%	99,11%	100,01%

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kabupaten Ciamis, 2024

Menurut David (2011) dan Pearce & Robinson (2013), formulasi strategi dimulai dari kejelasan visi dan misi yang dikomunikasikan ke seluruh stakeholder. Ketidaktahuan pelaku UMKM tentang visi DKUKMP menunjukkan lemahnya komunikasi strategi. Dalam teori strategi partisipatif menurut Siagian (2004), penyusunan visi dan misi yang tidak melibatkan pihak terdampak akan menghasilkan kesenjangan dalam implementasi.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dokumen, dan teori, dapat disimpulkan bahwa meskipun Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis memiliki visi dan misi yang jelas serta progresif dalam mendorong UMKM naik kelas melalui digitalisasi, namun visi tersebut belum tersosialisasikan secara efektif ke tingkat desa. Pelaku UMKM dan Kepala Desa di Desa Kujang tidak mengetahui atau menerima penyampaian langsung mengenai arah strategis tersebut, sehingga strategi tidak terimplementasi secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan lemahnya komunikasi strategis dari dinas kepada para pemangku kepentingan di lapangan. Padahal, menurut David (2011) dan Pearce & Robinson (2013), keberhasilan strategi sangat bergantung pada penyampaian visi dan misi yang jelas kepada seluruh stakeholder, serta menurut Siagian (2004), pelibatan pihak terdampak dalam perumusan strategi sangat penting agar tidak terjadi kesenjangan implementasi. Maka dapat disimpulkan bahwa capaian kinerja dinas yang tinggi secara statistik belum kondisi yang sesuai di tingkat pelaku usaha desa.

2. DKUKMP Menyusun Kebijakan Untuk Upaya Pengembangan UMKM Melalui Platform Digital Di Desa Kujang

Berdasarkan hasil wawancara kepada para informan, kebijakan pengembangan UMKM digital sepenuhnya disusun oleh internal DKUKMP, tanpa pelibatan pelaku UMKM di Desa Kujang. Pelaku usaha menyatakan tidak pernah dilibatkan atau diberi ruang aspirasi. Kepala Desa mengonfirmasi bahwa desa tidak pernah diminta data, masukan, ataupun peran dalam proses perencanaan program.

Berdasarkan Dokumen LKIP DKUKMP (2024) memiliki tugas dalam merumuskan kebijakan teknis di bidang koperasi dan UMKM. Namun dari hasil observasi, kebijakan ini disusun secara *top-down* (dari atas ke bawah) dan tidak melibatkan pelaku UMKM maupun pemerintah desa secara partisipatif. Dalam dokumen LKIP (2024:6), disebutkan bahwa DKUKMP berwenang dalam “perumusan kebijakan teknis”, namun tidak ditemukan penjelasan mengenai mekanisme pelibatan masyarakat atau UMKM dalam proses penyusunan tersebut.

Menurut Wheelen & Hunger (2012), strategi yang efektif harus didasarkan pada pemetaan lingkungan internal dan eksternal. Ketidakterlibatan UMKM dan desa menunjukkan DKUKMP tidak menerapkan analisis SWOT yang partisipatif. Teori perencanaan strategis juga menekankan pentingnya dialog horizontal antara pembuat kebijakan dan penerima kebijakan untuk memastikan kesesuaian antara tujuan dan realita lapangan.

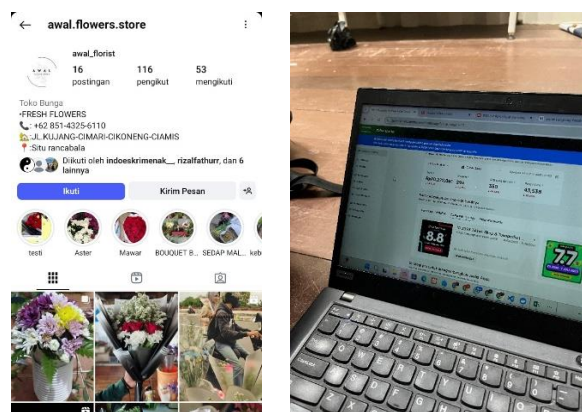
Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dokumen, dan teori, dapat disimpulkan bahwa kebijakan pengembangan UMKM digital oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis disusun secara *top-down* tanpa melibatkan pelaku UMKM maupun pemerintah Desa Kujang. Pelaku usaha menyatakan tidak pernah dilibatkan dalam proses perencanaan, dan Kepala Desa mengonfirmasi bahwa desa tidak pernah dimintai data atau masukan. Dokumen LKIP DKUKMP (2024) memang menyebutkan kewenangan dalam perumusan kebijakan teknis, namun tidak menjelaskan mekanisme pelibatan masyarakat atau UMKM dalam proses tersebut. Hasil observasi menguatkan bahwa tidak ada ruang aspirasi atau forum partisipatif dalam penyusunan strategi digitalisasi UMKM. Hal ini bertentangan dengan pandangan Wheelen & Hunger (2012) bahwa strategi yang efektif harus didasarkan pada analisis lingkungan internal dan eksternal secara partisipatif, serta teori perencanaan strategis yang menekankan pentingnya dialog horizontal antara pembuat kebijakan dan penerima manfaat. Ketidakterlibatan UMKM dan desa dalam proses perencanaan berisiko menciptakan kebijakan yang tidak kontekstual dan sulit diterapkan di lapangan.

Implementasi Strategi

1. Pelaksanaan Program Program DKUKMP Sesuai Kelayakan Dalam Upaya Pengembangan UMKM Melalui Platform Digital Di Desa Kujang

Hasil wawancara kepada para informan diatas menjelaskan bahwa DKUKMP menyatakan telah melakukan berbagai pelatihan dan pendampingan UMKM secara digital. Namun, para pelaku UMKM di Desa Kujang tidak pernah terlibat dalam kegiatan tersebut. Bahkan, UMKM yang telah menjalankan digital marketing (TikTok dan Instagram) menyatakan bahwa mereka belajar secara mandiri, bukan melalui fasilitasi DKUKMP. Kepala Desa menambahkan bahwa tidak ada program digitalisasi yang secara khusus dilaksanakan di wilayahnya.

Secara umum, DKUKMP pada laporannya melampirkan telah melaksanakan berbagai program pembinaan UMKM. Hal ini didukung oleh capaian target produktivitas UMKM (99,11%). Namun tidak ditemukan bukti nyata bahwa program-program tersebut dilaksanakan langsung di Desa Kujang. Pelaku UMKM seperti produsen fashion dan buket bunga memang telah menjalankan usaha berbasis digital, namun bukan karena hasil pelatihan atau program dari dinas. Mereka mengungkapkan belajar secara mandiri melalui YouTube, TikTok, atau platform online. Sementara pelaku UMKM tapioka masih sepenuhnya *offline* karena tidak memiliki akses atau pengetahuan terkait platform digital.



Gambar 1. Media Sosial yang digunakan untuk UMKM Buket Bunga melalui Instagram (Kiri) dan UMKM Fashion Wanita melalui Tiktok (Kanan)

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Menurut David (2011), implementasi strategi menuntut adanya pengorganisasian, pembagian sumber daya, dan pelibatan pihak terkait. Ketika implementasi tidak terstruktur, strategi tidak akan berjalan secara optimal. Hal ini juga bertentangan dengan prinsip 4P dalam strategi pemasaran digital Kotler & Armstrong (2008), di mana promosi dan kanal distribusi (digital) harus dibentuk bersama komunitas pasar sasaran.

Berdasarkan wawancara, observasi, dokumen, dan teori, dapat disimpulkan bahwa meskipun Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis menjelaskan telah melaksanakan berbagai program pelatihan dan pendampingan UMKM digital, pelaku UMKM di Desa Kujang tidak pernah terlibat dalam kegiatan tersebut. Bahkan UMKM yang telah memanfaatkan platform digital seperti TikTok dan Instagram mengaku memperoleh pengetahuan secara mandiri tanpa dukungan dari DKUKMP, sementara sebagian lainnya masih beroperasi secara offline karena keterbatasan akses dan pengetahuan. Dokumen resmi DKUKMP memang menunjukkan capaian produktivitas UMKM yang tinggi (99,11%), namun tidak ditemukan bukti konkret bahwa program-program tersebut menjangkau wilayah Desa Kujang secara langsung. Kepala Desa pun menegaskan tidak ada program digitalisasi yang dilaksanakan di wilayahnya. Kondisi ini menunjukkan lemahnya implementasi strategi, yang menurut David (2011) seharusnya mencakup pengorganisasian, distribusi sumber daya, dan pelibatan pihak terkait. Hal ini juga tidak sejalan dengan prinsip 4P dalam pemasaran digital menurut Kotler & Armstrong (2008), yang menekankan pentingnya promosi dan kanal distribusi digital yang dibangun bersama komunitas sasaran agar strategi dapat berjalan efektif.

2. DKUKMP Menyediakan Infrastruktur Dan Pelatihan Pengembangan UMKM Di Desa Kujang

Hasil Wawancara kepada para informan diatas menunjukan tidak adanya penyediaan sarana digital maupun pelatihan yang dilakukan oleh DKUKMP di Desa Kujang. UMKM sepenuhnya menggunakan perangkat pribadi dan belajar dari internet. Kepala Desa menyatakan belum pernah dihubungi oleh dinas untuk fasilitasi pelatihan, meskipun pihak desa bersedia mendukung jika dibutuhkan.

Pada penelusuran dokumen dalam LKIP DKUKMP (2024) tidak ada yang menunjukkan adanya penyediaan infrastruktur digital, perangkat promosi online, atau pelatihan digital marketing kepada pelaku UMKM. Tidak ada daftar kegiatan atau anggaran yang diarahkan khusus untuk digitalisasi UMKM. Dari sisi lapangan, pelaku UMKM menyatakan bahwa perangkat (HP, kuota, akun media sosial) sepenuhnya mereka siapkan sendiri. Pelatihan pun tidak pernah mereka terima dari pemerintah. Pernyataan Kepala Desa menguatkan bahwa belum ada pelatihan langsung dari DKUKMP yang menyentuh Desa Kujang, walaupun desa bersedia memfasilitasi bila diundang atau dilibatkan.

Pearce & Robinson (2013) menyatakan bahwa strategi tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh sumber daya (resources). Dalam konteks ini, DKUKMP tidak menyalurkan resources dalam bentuk pelatihan, alat, atau infrastruktur pendukung, yang menyebabkan ketimpangan dalam realisasi strategi.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dokumen, dan teori, dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi digitalisasi UMKM oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis belum disertai dengan penyediaan sarana, pelatihan, maupun infrastruktur pendukung di Desa Kujang. Pelaku UMKM menjalankan aktivitas digital secara mandiri dengan menggunakan perangkat pribadi tanpa bantuan dari pemerintah, sementara Kepala Desa menyatakan belum pernah dihubungi oleh dinas meskipun bersedia memfasilitasi pelatihan jika dibutuhkan. Penelusuran dokumen LKIP DKUKMP (2024) juga tidak menunjukkan adanya alokasi anggaran atau kegiatan spesifik terkait penyediaan pelatihan atau sarana digital untuk UMKM. Ketidadaan dukungan sumber daya ini mengindikasikan lemahnya eksekusi strategi, yang menurut Pearce & Robinson (2013), tidak akan efektif tanpa dukungan sumber daya yang memadai. Dengan demikian, strategi digitalisasi UMKM di Desa Kujang cenderung bersifat simbolik dan belum menyentuh kebutuhan riil pelaku usaha di lapangan.

Evaluasi dan Pengendalian

1. DKUKMP Melaksanakan Pengawasan Dan Evaluasi Terhadap UMKM Yang Menjalankan Program Untuk Upaya Pengembangan UMKM Melalui Platform Digital Di Desa Kujang

Berdasarkan hasil wawancara kepada Pelaku UMKM menyatakan tidak pernah mendapat pengawasan atau evaluasi dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis. Tidak ada pendataan atau kunjungan langsung dari dinas. Kepala Desa mengonfirmasi bahwa desa belum pernah menerima evaluasi atau laporan perkembangan dari dinas terkait UMKM yang ada di wilayahnya.

Berdasarkan LKIP, DKUKMP menerima nilai tinggi dalam evaluasi internal, seperti AKIP (80,65) dan IKM (92,40). Namun evaluasi tersebut menasar kinerja organisasi, bukan evaluasi terhadap keberhasilan UMKM digital di tingkat pelaku usaha. Hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa tidak ada pemantauan atau evaluasi rutin terhadap pelaku UMKM di Desa Kujang, termasuk mereka yang sudah menjalankan usaha secara digital. Tidak ada laporan, survei, atau kunjungan lapangan yang dilakukan oleh DKUKMP secara khusus.

Menurut David (2011), strategi yang baik harus disertai dengan sistem evaluasi berkala terhadap dampak dan hasil. Tanpa evaluasi mikro, seperti pemantauan langsung ke pelaku UMKM, strategi kehilangan kendali atas implementasinya. Teori pengendalian strategis menyarankan penggunaan indikator lapangan (*output dan outcome*) untuk menyesuaikan program secara dinamis.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dokumen, dan teori, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan UMKM digital oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan

Perdagangan Kabupaten Ciamis belum disertai dengan sistem evaluasi rinci yang menyentuh langsung pelaku usaha di tingkat desa. Pelaku UMKM dan Kepala Desa di Desa Kujang menyatakan tidak pernah menerima pendataan, kunjungan, atau evaluasi dari dinas, serta tidak ada laporan perkembangan yang disampaikan. Meskipun dalam dokumen LKIP DKUKMP (2024) tercantum capaian evaluasi internal yang tinggi seperti AKIP (80,65) dan IKM (92,40), capaian tersebut lebih merefleksikan kinerja administratif organisasi, bukan dampak langsung terhadap UMKM digital di lapangan. Hasil observasi juga menunjukkan tidak adanya pemantauan rutin atau sistem evaluasi berbasis output dan outcome di tingkat pelaku usaha. Hal ini bertentangan dengan prinsip evaluasi strategis menurut David (2011) yang menekankan pentingnya pengawasan berkala terhadap dampak implementasi strategi, serta teori pengendalian strategis yang menyarankan perlunya indikator lapangan untuk menyesuaikan program secara responsif. Ketidadaan sistem evaluasi yang menyentuh pelaku UMKM menyebabkan strategi digitalisasi berjalan tanpa arah pengendalian yang jelas.

2. DKUKMP Melaksanakan Penyesuaian Strategi Setelah Evaluasi Untuk Efektivitas

Hasil wawancara kepada para informan menjelaskan bahwa DKUKMP menyatakan adanya evaluasi dan pembinaan rutin, namun tidak terdapat bukti bahwa evaluasi tersebut mencakup UMKM di Desa Kujang. Pelaku usaha dan kepala desa tidak pernah mengetahui adanya perubahan atau penyesuaian kebijakan berdasarkan evaluasi lapangan di wilayah mereka.

Karena tidak ada evaluasi terhadap UMKM digital secara langsung, maka tidak ditemukan pula penyesuaian strategi yang berbasis pada kebutuhan atau hambatan di lapangan. DKUKMP menyebut adanya pilot project dan pengembangan wilayah binaan, namun tidak mencantumkan Desa Kujang sebagai bagian dari wilayah prioritas. Dalam dokumen LKIP, seluruh penyesuaian strategi bersifat internal kelembagaan, bukan berbasis hasil pemantauan UMKM per wilayah atau desa.

Strategi adaptif (Kotler, 2009) mengharuskan setiap organisasi merespons perubahan kondisi eksternal melalui penyesuaian strategi. Ketika program digitalisasi UMKM tidak dikembangkan ulang sesuai hasil lapangan, maka strategi tersebut stagnan dan tidak kontekstual.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dokumen, dan teori, dapat disimpulkan bahwa meskipun Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis menyatakan telah melakukan evaluasi dan pembinaan rutin, tidak terdapat bukti bahwa kegiatan tersebut mencakup pelaku UMKM di Desa Kujang. Baik pelaku usaha maupun Kepala Desa tidak mengetahui adanya perubahan atau penyesuaian kebijakan yang didasarkan

pada hasil evaluasi di wilayah mereka. Ketidakhadiran evaluasi langsung terhadap UMKM digital menyebabkan tidak adanya penyesuaian strategi yang sesuai dengan kebutuhan dan tantangan nyata di lapangan. Dalam dokumen LKIP, DKUKMP memang menyebut adanya pilot project dan wilayah binaan, namun Desa Kujang tidak termasuk dalam prioritas tersebut, dan seluruh penyesuaian strategi yang dilakukan bersifat internal kelembagaan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan belum adaptif sebagaimana disarankan oleh Kotler (2009), yang menekankan pentingnya penyesuaian strategi berdasarkan dinamika eksternal. Tanpa proses evaluasi yang partisipatif dan berbasis wilayah, strategi digitalisasi UMKM cenderung stagnan, tidak responsif, dan kurang relevan terhadap kondisi riil pelaku usaha di desa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan (DKUKMP) Kabupaten Ciamis dalam pengembangan UMKM melalui platform digital di Desa Kujang belum berjalan optimal. Meskipun secara administratif telah disusun strategi melalui dokumen resmi dan program pelatihan, kenyataannya belum dirasakan secara signifikan oleh pelaku UMKM. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebijakan yang dirumuskan dengan kondisi riil di lapangan.

Hambatan utama yang dihadapi meliputi minimnya komunikasi dan partisipasi pelaku UMKM dalam proses penyusunan kebijakan, kurangnya pendampingan serta program yang masih bersifat top-down, serta terbatasnya fasilitas infrastruktur dan pelatihan digital. Evaluasi yang dilakukan oleh dinas juga masih bersifat internal tanpa melibatkan perspektif dan kebutuhan langsung dari pelaku UMKM di tingkat desa, sehingga strategi yang dirumuskan belum menyentuh kebutuhan nyata.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, pelaku UMKM di Desa Kujang telah menunjukkan inisiatif dengan belajar secara mandiri melalui media digital seperti YouTube dan TikTok. Pemerintah desa juga bersedia berkolaborasi dalam fasilitasi pelatihan apabila dilibatkan secara aktif oleh dinas. Dinas DKUKMP sendiri diharapkan dapat meningkatkan kolaborasi lintas sektor guna menciptakan strategi pengembangan UMKM yang lebih inklusif, adaptif, dan berkelanjutan di era digital.

Berdasarkan hal tersebut, saran diberikan kepada berbagai pihak. DKUKMP perlu melibatkan semua pihak termasuk desa dan pelaku UMKM dalam penyusunan strategi, serta meningkatkan fasilitas dan pelatihan secara merata. Pemerintah Desa Kujang disarankan untuk lebih aktif berkoordinasi dengan dinas dan membentuk komunitas usaha desa. Sementara itu,

pelaku UMKM perlu membentuk wadah kolaboratif, mengusulkan kebutuhan, dan meningkatkan literasi digital. Peneliti selanjutnya dapat mengkaji kolaborasi strategis antara stakeholder, dan lembaga pendidikan tinggi diharapkan turut ambil bagian melalui pengabdian masyarakat dan program KKN tematik UMKM digital.

DAFTAR REFERENSI

Buku :

- B. Matthew Miles dan Michael Huberman. (1992). Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: UIP.
- David, F. R. (2011). Strategic Management: Concepts and Cases. Pearson Education.
- Hunger, J. David & Thomas L. Wheelen. (2006). Strategic Management and Business Policy. Tent Edition. New Jersey. Pearson Prentice Hall.
- Kotler & Armstrong, (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Terjemahan. Edisi 12, Jilid 1. Penerbit Erlangga Jakarta
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2013). Strategic Management Planning for Domestic & Global Competition. McGraw-Hill.
- Sondang P. Siagian. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Bumi Aksara
- Sugiyono, (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Edisi 19. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). Strategic Management and Business Policy. Pearson.

Artikel Jurnal dan Skripsi :

- Batubara, C., Safitri, D., Permata Sari, D., Tasya Luthfiah, H., & Putra, B. U. (2023). Strategi pengembangan identitas visual UMKM melalui pembuatan logo: Studi kasus pada program kuliah kerja nyata (KKN) di Desa Aras. Bagaskara Utama Putra Journal of Human And Education, 3(2), 420–427
- DKUKMP Kabupaten Ciamis. (2024). Laporan kinerja instansi pemerintah (LKIP) Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis tahun 2024. Pemerintah Kabupaten Ciamis.
- Eviana, M., Murti, I., & Basyar, M. R. (2022). Pemetaan Kepemilikan Legalitas Usaha Dalam Upaya Pengembangan UMKM Desa Pekarungan. *Jurnal Ilmiah Multidimensiplin*, 1(3), 400-411.
- Hasanah, S. A., & Suhma, W. K. (2025). Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kabupaten Jember: Studi Kasus Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Jember. Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara, 1(3), 612-618.
- Ilyasi, A. (2022). Kondisi dan strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Pasar Tanjung di masa pandemi COVID-19 (Studi pada pemanfaatan

teknologi). Jurnal Kewarganegaraan, 6(3), 6190–6200.
<https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/4120>

Mu'arif, A. F. (2024). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Produk Konsumsi Dan Non Konsumsi Di Era Digital Oleh Dinas Koperasi, Ukm Dan Tenaga Kerja Kabupaten Lampung Utara Provinsi Lampung (Doctoral Dissertation, IPDN).

Rismawati, R., Saputri, R. R., Amaliyah, N., Ramdani, F., & Frifantio, A. N. (2022). Kesiapan digitalisasi produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) pengolahan kerupuk sangrai di Desa Sukaresik Kecamatan Sindangkasih Kabupaten Ciamis. Prosiding Seminar Nasional Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Galuh, 373.

Rofii, & Rohim, A. (2024). Perkembangan ekonomi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berdasarkan undang-undang dasar nomor 20 tahun 2008 dan fiqih syasah. Media Bina Ilmiah, 18(1978), 2587–2602.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/46571>

Shantilawati, I., Anindya, A., & Suryadi, I. (2024). Penerapan pricing strategy dalam manajemen bisnis pada UMKM (Studi kasus Kopi Janji Jiwa). Jurnal Lentera Bisnis, 13(2), 929. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1065>

Utami, N., Oktaviani, N., Rohaeni, S., & Yuliyana, V. (2024). Peran transformasi digital bagi keberlanjutan usaha mikro di era modern. 02(01), 423–431.

Undang-Undang

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2013). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 77/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Pengembangan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2006 tentang Tata Cara Pengendalian dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2012 tentang Izin Lingkungan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah