



KONSEP PENGEMBANGAN UMKM KABUPATEN BANDUNG



**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN,
PENELITIAN, DAN PENGEMBANGAN DAERAH
KABUPATEN BANDUNG**

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR	4
DAFTAR TABEL	6
BAB I PENDAHULUAN	7
1.1 Pendahuluan.....	7
1.2 Tujuan dan Maksud	8
1.3 Sasaran.....	8
BAB II STUDI LITERATUR DAN METODOLOGI.....	10
2.1 Studi Literatur.....	10
2.1.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.....	10
2.1.2 Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	11
2.1.3 Klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut Perkembangannya	12
2.1.4 Perkembangan UMKM di Indonesia.....	13
2.1.5 Permasalahan Usaha Mikro, Kecil, dan Mengengah (UMKM).....	13
2.2 Metodologi Penelitian.....	17
BAB III PROFIL DAN KONDISI UMUM UMKM KABUPATEN BANDUNG.....	19
3.1 Keberadaan UMKM di Kabupaten Bandung	19
3.1.1 Jumlah Pelaku UMKM di Kabupaten Bandung.....	19
3.1.2 Jumlah Tenaga Kerja UMKM Kabupaten Bandung	22
3.1.3 Tingkat Pendidikan Pelaku UMKM Kabupaten Bandung	24
3.2 Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap UMKM Kabupaten Bandung.....	25
3.2.1 Permasalahan yang Dihadapi UMKM Selama Pandemi Covid-19.....	26

3.2.2	Sektor Usaha UMKM yang Terdampak Pandemi COVID-19.....	28
3.2.3	Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Tenaga Kerja UMKM.....	29
BAB IV KONSEP PENGEMBANGAN UMKM KABUPATEN BANDUNG		31
4.1	Permasalahan UMKM Kabupaten Bandung	31
4.1.1	Informasi dan Pendataan UMKM Kabupaten Bandung.....	32
4.1.2	Pendanaan.....	33
4.1.3	Legalitas dan Perizinan	34
4.1.4	Sumber Daya Manusia	35
4.1.5	Pemasaran Produk	37
4.2	Permasalahan Berdasarkan Kelompok UMKM	38
4.3	Konsep Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung	40
4.3.1	Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung	41
4.3.1.1	Penyediaan Informasi UMKM Terintegrasi	42
4.3.1.2	Penelitian dan Pengembangan	42
4.3.1.3	Peningkatan Akses Pendanaan.....	42
4.3.1.4	Digitalisasi UMKM Kabupaten Bandung.....	44
4.3.1.5	Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia.....	44
4.3.1.6	Peningkatan Akses Pasar	46
4.3.1.7	Simpulan Inovasi	48
BAB V RENCANA AKSI PENGEMBANGAN UMKM KABUPATEN BANDUNG.....		50
5.1	Rencana Aksi UMKM Kabupaten Bandung	50
5.2	Rencana Aksi Pengembangan UMKM Berdasarkan Kelompok UMKM.....	60
5.2.1	Kelompok UMKM Pemula, <i>Livelihood Activity</i> , dan <i>Micro Enterprise</i>	61



5.2.2 Kelompok UMKM *Small Dynamic Enterprise* dan *Fast Moving Enterprise*.....65

DAFTAR PUSTAKA.....68

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Permasalahan UMKM di Indonesia	14
Gambar 2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM.....	16
Gambar 3.1 Status Pekerjaan Utama Penduduk Kabupaten Bandung 2020.....	16
Gambar 3.2 Jumlah UMKM Kabupaten Bandung.....	20
Gambar 3.3 UMKM berdasarkan sektor usaha	21
Gambar 3.4 Visualisasi Persebaran UMKM di Kabupaten Bandung	22
Gambar 3.5 Tenaga Kerja Industri Mikro dan Kecil Kabupaten/Kota di Jawa Barat, 2018.....	23
Gambar 3.6 Jumlah Tenaga Kerja Usaha Mikro Kabupaten Bandung	23
Gambar 3.7 Tingkat Pendidikan Pelaku UMKM Kabupaten Bandung	24
Gambar 3.8 Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM	25
Gambar 3.9 Permasalahan yang Dihadapi UMKM Selama Pandemi Covid-19.....	26
Gambar 3.10 Permasalahan Bahan Baku Selama Pandemi	27
Gambar 3.11 Permasalahan Pemasaran Produk Selama Pandemi Covid-19	27
Gambar 3.12 Sektor Usaha UMKM Terdampak Pandemi Covid-19	28
Gambar 3.13 Dampak Pandemi Terhadap Jumlah Tenaga Kerja UMKM	30
Gambar 4.1 Permasalahan UMKM Kabupaten Bandung	31
Gambar 4.2 Konsep Pentahelix UMKM Kabupaten Bandung	40
Gambar 4.3 Akses Pendanaan UMKM	43

Gambar 4.4 Proses Bisnis Inovasi “Pengembangan Ekosistem Simpul Inovasi dan Sistem Informasi dan Komunikasi “PIONE.ER”48

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perkembangan UMKM di Indonesia.....	13
Tabel 4.1 Permasalahan UMKM Berdasarkan Kelompok UMKM	39
Tabel 4.2 Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung	41
Tabel 5.1 Rencana Aksi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung	60
Tabel 5. 2 Rencana Aksi Pengembangan UMKM Pemula, <i>Livelihood Activity</i> , dan <i>Micro Enterprise</i>	64
Tabel 5. 3 Rencana Aksi Pengembangan UMKM <i>Small Dynamic Enterprise</i> dan <i>Fast Moving Enterprise</i>	67

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Dalam menghadapi masa pandemi saat ini serta untuk mempersiapkan UMKM dalam menghadapi revolusi industri 4.0 agar dapat bertahan dan bahkan terus berkembang dan bersaing secara global perlu ada peningkatan kapasitas dan daya saing baik dari para pelaku usahanya maupun dari produknya itu sendiri. Terkait dengan hal tersebut pendekatan pembinaan yang dilakukan saat ini oleh pemerintah daerah masih bersifat pelatihan, sosialisasi dan bintek, untuk kedepannya pemerintah daerah bermaksud mengembangkan metoda pendampingan bagi para pelaku UMKM mulai dari hulu ke hilir sehingga diharapkan peningkatan kualitas UMKM dapat tercapai. Upaya mengembangkan UMKM tidak lepas dari persoalan dasar, masalah yang banyak ditemui adalah belum dimilikinya sistem administrasi atau akuntansi yang baik disebabkan belum adanya pemisahan kekayaan usaha dengan kekayaan pribadi. Masalah permodalan merupakan masalah lain yang sering ditemui karena ketika UKM mencoba menggunakan kredit perbankan, mereka tidak memahami pembuatan proposal permohonan kredit yang layak, disamping itu juga sering tidak terpenuhinya masalah kewajiban penyerahan agunan.

Selain permasalahan diatas masalah menyusun perencanaan bisnis juga dirasa mendesak untuk dipecahkan, pengusaha kecil menyadari pentingnya menyusun perencanaan bisnis guna mensiasati persaingan yang semakin ketat. Masalah peningkatan efisiensi operasi yang biasanya disebabkan: (1) tenaga kerja yang ada sudah relatif tua dan tidak ada regenerasi, (2) sulitnya mencari tenaga kerja baru yang ahli dan terampil, (3) teknologi usaha yang relatif masih sederhana. Permasalahan perbaikan sistem manajemen mengingat banyak UKM yang cenderung menerapkan manajemen seadanya dengan ciri-ciri: (1) gaya manajemen “*one man show*”, (2) kurang memperhatikan pertimbangan rasional, (3) struktur dan deskripsi pekerjaan tidak jelas, dan (4) tidak terdapat suatu sistem penilaian prestasi kerja karyawan.

Apabila dikelompokan yaitu kelemahan internal usahanya sendiri (pelaku dan usahanya) dan kelemahan eksternal berupa hubungan dengan pelaku-pelaku lain yang terkait dalam usaha

tersebut. Kelemahan internal UMKM antara lain adalah kapasitas manajemen dan wirausaha yang lemah, teknis produksi dan kurangnya infrastruktur. Infrastruktur yang dimaksud meliputi akses terhadap sumber modal, pasar, informasi, teknologi, sarana dan prasarana. Sedangkan kelemahan eksternal yang dimaksud adalah terkait dengan pelaku – pelaku dalam lingkup usaha, sering disebut sebagai hubungan usaha hulu – hilir.

Berbagai macam bentuk layanan pendampingan yang diberikan tentunya harus berdasarkan kebutuhan masing-masing UMKM. Mendampingi UMKM adalah pekerjaan yang membutuhkan tidak hanya fisik namun juga ketahanan mental. Kekuatan mental dibutuhkan untuk menghadapi semua bentuk tantangan dan kendala di lapangan. Karena setiap UMKM akan memiliki karakter yang berbeda. Perbedaan karakter inilah yang kemudian menjadikan setiap permasalahan akan berbeda sehingga penyelesaiannya pun akan berbeda. Jika kemudian pendamping tidak mampu menyikapi setiap perbedaan yang ada, besar kemungkinan kendala yang dihadapi oleh UMKM tidak dapat terselesaikan dengan baik, Perbedaan karakteristik UMKM sangat dipengaruhi oleh budaya atau kultur wilayah dimana UMKM berlokasi. Berdasarkan kondisi diatas maka kami bermaksud menyusun konsep pendampingan bagi UMKM yang ada di Kabupaten Bandung sehingga dapat menghasilkan lulusan UMKM yang berkualitas.

1.2 Tujuan dan Maksud

Tujuan untuk pelaksanaan kegiatan ini untuk menyusun konsep Pengembangan UMKM di Kabupaten Bandung dengan maksud konsep ini menjadi panduan bagi seluruh stakeholder baik itu pemerintahan, swasta maupun para pelaku UMKM itu sendiri.

1.3 Sasaran

Sasaran yang diharapkan dalam kegiatan ini adalah:

1. Teridentifikasinya karakteristik (permasalahan) pelaku UMKM di Kabupaten Bandung secara umum;
2. Tersusunnya konsep pendampingan dan pengembangan bagi UMKM di Kabupaten Bandung.

1.4 Keluaran (*Output*)

Keluaran atau output yang diharapkan dalam kegiatan ini adalah tersedianya Konsep Pengembangan UMKM di Kabupaten Bandung.

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

BAB II

STUDI LITERATUR DAN METODOLOGI

2.1 Studi Literatur

2.1.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008, yaitu:

1. Usaha mikro

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.

2. Usaha kecil

Usaha kecil adalah ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang bukan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

3. Usaha menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang sebagaimana diatur.

4. Dunia usaha

Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

2.1.2 Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 Pasal 35 menjelaskan bahwa kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan. Berikut kriteria untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM):

1. Usaha Mikro

- Modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000 (*satu miliar rupiah*) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- Hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000 (*dua miliar rupiah*).

2. Usaha Kecil

- Modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000 (*satu miliar rupiah*) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (*lima miliar rupiah*) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000 (*dua miliar rupiah*) sampai dengan Paling banyak Rp15.000.000.000 (*lima belas miliar rupiah*).

3. Usaha Menengah

- Modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000 (*lima miliar rupiah*) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (*sepuluh miliar rupiah*) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000 (*lima belas miliar rupiah*) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 (*lima puluh miliar rupiah*).

Kriteria untuk UMKM yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik (BPS) berbeda dengan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 Pasal 35, dimana BPS membagi kriteria UMKM menurut jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh UMKM. BPS (2013) menjelaskan, usaha kecil merupakan usaha

yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak lima orang hingga 19 orang. Sedangkan definisi usaha menengah adalah usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20 orang hingga 99 orang.

World Bank memiliki kriteria UMKM yang dikelompokkan menjadi tiga kelompok dengan membagi kriteria menggunakan jumlah tenaga kerja sesuai dengan BPS, pembagian kelompok UMKM tersebut sebagai berikut:

1. Usaha mikro merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 10 orang
2. Usaha Kecil ada usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 30 orang
3. Usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja hingga 300 orang

2.1.3 Klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut Perkembangannya

Sarfiah et al. (2019) menjelaskan bahwa klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat dikelompokkan menjadi empat menurut perkembangannya, yaitu:

1. Livelihood Activity

Kelompok UMKM yang dapat disebut sebagai kelompok usaha sektor informal, dimana usahanya digunakan sebagai kesempatan kerja untuk menafkahi kebutuhan hidup sehari-harinya. Salah satu contohnya adalah pedagang kaki lima.

2. Micro Enterprise

Kelompok yang merupakan UMKM yang cenderung memiliki sifat pengrajin, dimana mampu dalam menghasilkan atau memproduksi suatu barang namun belum memiliki sifat kewirausahaan yang dapat mengembangkan usahanya.

3. Small Dynamic Enterprise

Kelompok UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.

4. *Fast Moving Enterprise*

Kelompok UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

2.1.4 Perkembangan UMKM di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia memiliki peranan sangat penting dalam perekonomian Indonesia, dimana UMKM sebagai salah satu wadah dalam penyerapan tenaga kerja khususnya tenaga kerja yang tidak memiliki keahlian tinggi dengan menyerap sebesar 97% atau 116,97 juta tenaga kerja di Indonesia. Selain itu, UMKM di Indonesia mencapai 99% dari total jumlah sektor usaha. Dimana setiap tahunnya mengalami peningkatan untuk jumlah UMKM dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia.

Aktivitas UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam aktivitasnya. UMKM pun memiliki kontribusi dalam perekonomian Indonesia yaitu 61,07% dari pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), 60,42% dari sisi Investasi, dan 14,37% dari sisi ekspor non-migas (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020).

Indikator	2015	2016	2017	2018
Jumlah UMKM	59.260.000	61.650.000	62.922.617	64.194.057
Jumlah Tenaga Kerja	123.230.000	112.890.000	116.431.224	116.978.631

Tabel 2.1 Perkembangan UMKM di Indonesia
Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2020

2.1.5 Permasalahan Usaha Mikro, Kecil, dan Mengengah (UMKM)

LPPI dan Bank Indonesia (2015) menjelaskan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak luput dihadapi oleh berbagai permasalahan atau hambatan, dimana permasalahan

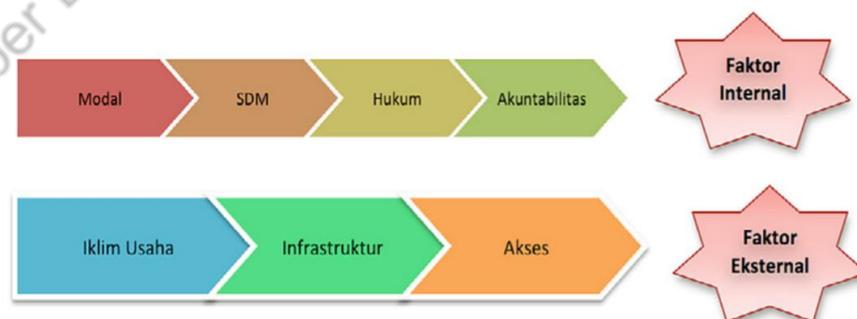
yang dihadapi tersebut adalah permasalahan internal maupun eksternal. Berikut permasalahan atau hambatan yang dihadapi UMKM di Indonesia:

1. Permasalahan Internal

- a) Keterbatasan akses permodalan.
- b) Kemampuan serta pengetahuan sumber daya manusia (SDM) yang masih rendah, dimana manajemen bisnis UMKM masih dikelola secara sederhana serta pelaku UMKM yang belum dapat memisahkan uang rumah tangga dan usaha, rendahnya pengetahuan mengenai penerapan teknologi dalam operasional usaha, kemampuan membaca pasar yang masih rendah, serta permasalahan pemasaran dan kesulitan dalam menyusun rencana strategis pengembangan usahanya.
- c) Pelaku UMKM masih berbadan hukum perorangan.
- d) Permasalahan akuntabilitas, dimana pelaku UMKM belum menerapkan administrasi keuangan dan manajemen yang baik.

2. Permasalahan Eksternal

- a) Iklim usaha yang belum kondusif, dimana koordinasi antar stakeholders belum terpadu serta cenderung berjalan terpisah.
- b) Keterbatasannya sarana dan prasarana usaha, khususnya penggunaan teknologi.
- c) Permasalahan akses yang dihadapi pelaku UMKM, dimana belum mampu mengimbangi perubahan selera konsumen khususnya yang berorientasi ekspor.



Gambar 2.1 Permasalahan UMKM di Indonesia

Sumber: LPPI dan Bank Indonesia, 2015

Kementerian Koperasi dan UKM dalam Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2020-2024 menjabarkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM disebabkan oleh sumber daya manusia, produksi dan pemasaran, pembiayaan, dan kelembagaan. UMKM di Indonesia memiliki karakteristik informal, dimana usaha yang dimiliki cenderung tidak berbadan hukum, rendahnya penggunaan teknologi, keterbatasan pengetahuan, keahlian, dan modal yang terbatas, hingga tidak memiliki sistem pencatatan keuangan.

Sebagaimana yang dijabarkan oleh Putri (2017), beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah terdapatnya modal terbatas, dimana keterbatasan dalam permodalan yang dihadapi UMKM dikarenakan memiliki keterbatasan akses langsung terhadap berbagai informasi, layanan, dan fasilitas keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan. Selain itu pun kemampuan teknik produksi dan manajemen terbatas, pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan untuk perkembangan usaha sulit di temukan karena pengetahuan dan manajerial *skill* pengusaha kecil dan menengah belum mampu menyusun strategi bisnis yang tepat hingga kemampuan usaha dalam mengorganisasikan diri dan karyawan masih lemah, sehingga terjadi pembagian kerja yang tidak jelas dan seringkali pengusaha harus bertindak “*one man-show*”.

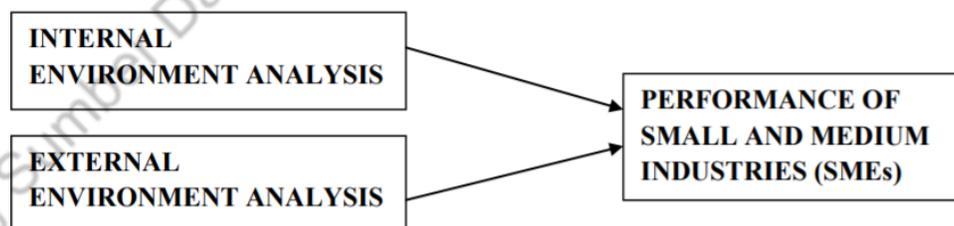
Pemasaran yang relatif sulit Di harapkan pada struktur pasar yang sangat kompetitif. Bukan saja antara industri kecil melainkan ada kalanya juga dengan industri besar. Disamping itu, kesulitan pemasaran juga disebabkan oleh berbagai faktor pendukung utama seperti informasi mengenai perubahan dan peluang pasar yang ada di dalam maupun di luar negeri. Selain itu pun, permasalahan yang dihadapi adalah permasalahan sumber daya manusia yang rendah hingga permasalahan iklim usaha (Putri, 2017).

Yoshino & Taghizadeh-Hesary (2016) menjelaskan bahwa meningkatnya saingan, kemampuan untuk beradaptasi dengan pasar yang terus berkembang cepat, perubahan teknologi, hingga kendala dalam kapasitas pengetahuan, inovasi, dan kreativitas menjadi tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Potensi yang dimiliki oleh UMKM pun sulit terwujud dikarenakan beberapa faktor berikut, yaitu:

1. Kurangnya sumber daya (keuangan, teknologi, tenaga kerja terampil, akses pasar, dan informasi pasar)

2. Kurangnya skala dan ruang lingkup Ekonomi
3. Biaya transaksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan besar
4. Kurangnya jaringan yang dapat berkontribusi pada kurangnya informasi, pengetahuan, dan pengalaman pasar domestik dan internasional
5. Meningkatnya persaingan dan konsentrasi pasar dari perusahaan multinasional besar yang disebabkan oleh globalisasi dan integrasi ekonomi
6. Ketidakmampuan untuk bersaing dengan perusahaan besar dalam hal pengeluaran penelitian dan pengembangan serta inovasi (produk, proses, dan organisasi)
7. Bergantung kepada ketidakstabilan
8. Kurangnya semangat kewirausahaan, kapasitas, dan pengetahuan.

Analisis internal dan eksternal berpengaruh terhadap kinerja industri kecil dan menengah (UKM). Teori-teori yang sudah ada tentang manajemen dan organisasi lebih menekankan keterkaitan, yaitu pengaruh analisis internal dan eksternal terhadap kinerja industri kecil dan menengah (UKM). Hasil pembuktian teoritis dari penelitian ini dapat digunakan untuk memecahkan permasalahan yang terjadi pada kinerja industri kecil menengah (UKM). Kinerja industri kecil menengah (UKM) dapat ditingkatkan melalui peningkatan analisis internal dan eksternal. Dimana lingkungan internal yang mempengaruhi kinerja industri kecil menengah antara lain adalah pemasaran, keuangan, operasional produksi, sumber daya manusia (SDM), dan sistem informasi.



Gambar 2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM

Sumber: Indris & Primiana (2015)

Upaya untuk meningkatkan performa UKM di Indonesia terpengaruh berbagai faktor, dimana UKM seringkali menghadapi berbagai tantangan. Febriani & Dewobroto (2018) memaparkan bahwa terdapat sepuluh masalah yang dihadapi oleh UKM dalam menjalankan usahanya, yaitu dibutuhkannya peningkatan dalam manajemen bisnis, peluang bisnis, pengembangan produk, potensi pasar, bisnis digital, peluang bisnis, teknologi dan informasi, manajemen sumber daya manusia, desain (desain untuk produk, kemasan, logo, dan lain-lainnya), peluncuran produk, keuangan, hingga pemasaran (kepuasan pelanggan, segmentasi bisnis, dan penempatan bisnis). Diketahui dari sepuluh permasalahan tersebut, permasalahan dalam pemasaran merupakan permasalahan utama yang sering dihadapi oleh UKM di Indonesia.

2.2 Metodologi Penelitian

- **Studi Literatur**

Kajian teoritis terhadap penelitian yang relafan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan.

- **Survei Kualitatif**

Sumber data diperoleh melalui data primer, dimana pengumpulan data primer dilakukan melalui *In-Depth Interview* (IDI). Metode Kualitatif dilakukan dengan wawancara mendalam (*In-Depth Interview*) dengan beberapa informan kunci. Sampel dalam wawancara mendalam tersebut, yaitu:

2. Pelaku UMKM Kabupaten Bandung
3. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung
4. Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Bandung
5. Dinas Pertanian Kabupaten Bandung
6. Dinas Pangan dan Perikanan Kabupaten Bandung
7. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung
8. Asosiasi/Komunitas/Forum UMKM Kabupaten Bandung

In-Depth Interview (IDI) Bertujuan untuk menggali karakteristik pelaku UMKM di Kabupaten Bandung. Kemudian IDI juga dilakukan untuk menggali permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM untuk menghasilkan strategi serta konsep pengembangan dan pendampingan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Bandung.

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

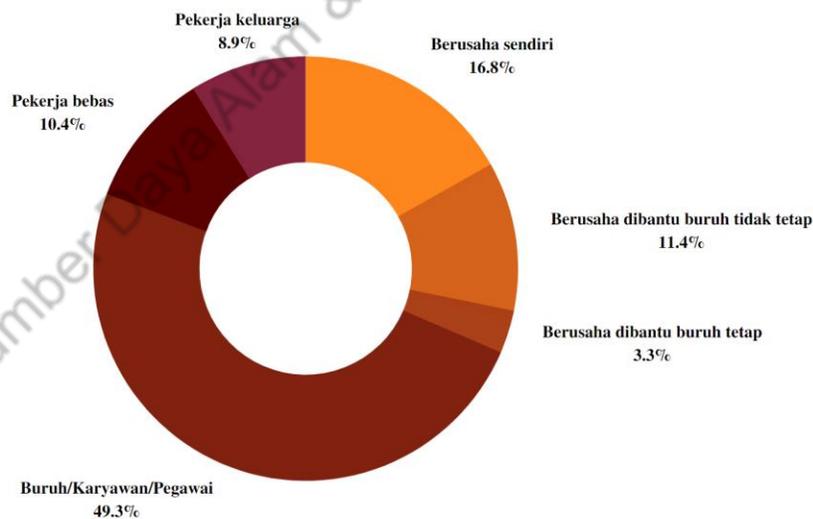
BAB III

PROFIL DAN KONDISI UMUM UMKM KABUPATEN BANDUNG

3.1 Keberadaan UMKM di Kabupaten Bandung

3.1.1 Jumlah Pelaku UMKM di Kabupaten Bandung

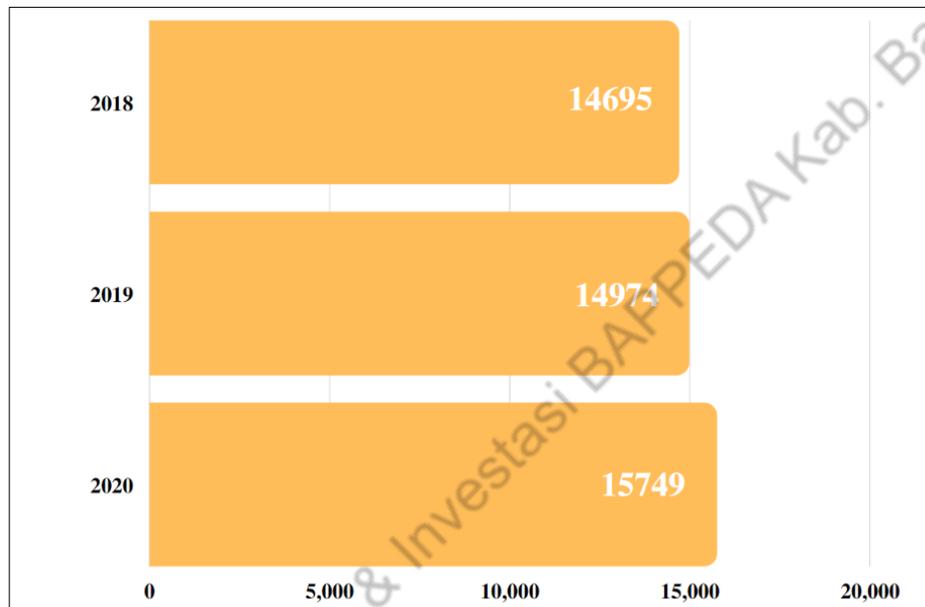
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau sering disebut UMKM merupakan sebuah bisnis atau usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha yang dimana terdapat pengelompokan sesuai dengan modal usaha, hasil penjualan tahunan, serta jumlah tenaga kerja. Diagram di bawah menunjukkan bahwa pada tahun 2020 sebanyak 31,5% penduduk Kabupaten Bandung melakukan kegiatan usaha atau berusaha, yaitu dimana dapat dijabarkan dari total penduduk yang berusaha di Kabupaten Bandung sebesar 16,8% berusaha sendiri, 11,4% berusaha dan memiliki tenaga kerja namun tidak tetap, serta 3,3% berusaha dan memiliki tenaga kerja tetap. Sehingga penduduk di Kabupaten Bandung yang berusaha berada pada posisi kedua terbanyak setelah penduduk yang memiliki status pekerjaan sebagai karyawan.



Gambar 3.1 Status Pekerjaan Utama Penduduk Kabupaten Bandung 2020

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung (2021)

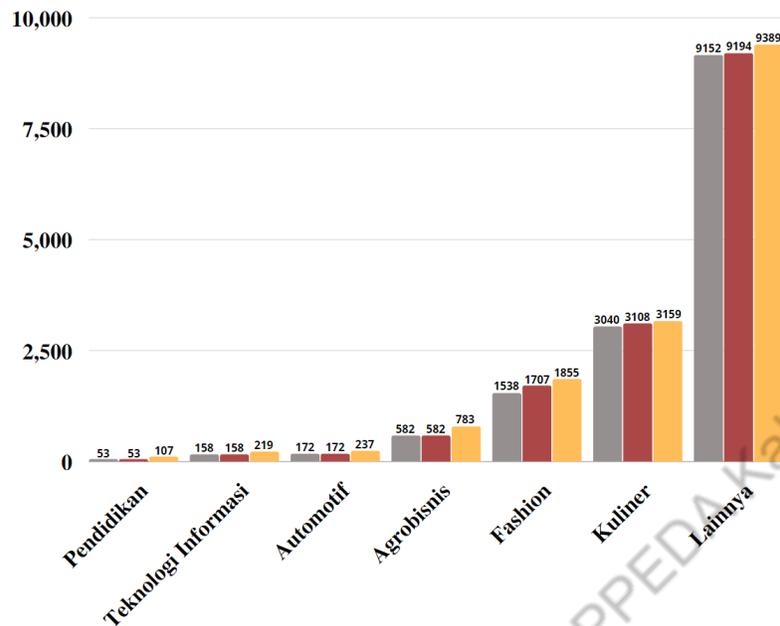
Grafik di bawah menunjukkan jumlah UMKM di Kabupaten Bandung, dimana dapat diketahui bahwa setiap tahunnya jumlah UMKM di Kabupaten Bandung mengalami peningkatan. Ditunjukkan pada gambar 3.2 bahwa jumlah UMKM pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 279 unit dari jumlah UMKM pada tahun 2018. Sedangkan jumlah pelaku UMKM Kabupaten Bandung pada tahun 2020 kembali meningkat menjadi 15.749 pelaku UMKM.



Gambar 3.2 Jumlah UMKM Kabupaten Bandung

Sumber: SI-MASDA Kabupaten Bandung & Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung (2021)

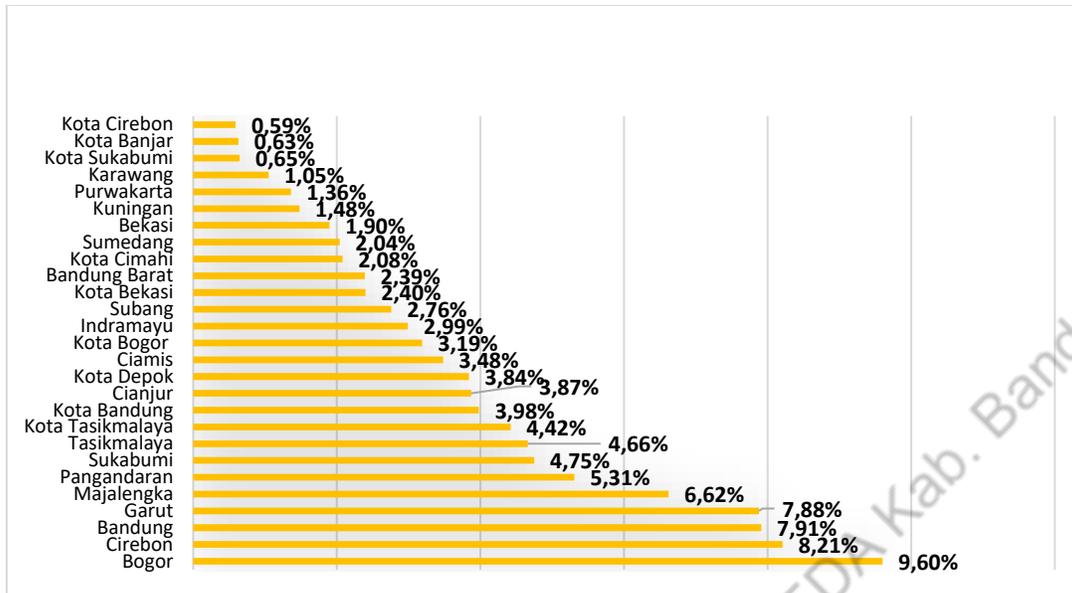
Gambar 3.3 merupakan grafik yang menunjukkan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung berdasarkan bidang usaha pada tahun 2018 hingga 2020. Grafik tersebut menunjukkan bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah UMKM disetiap bidang usaha, kecuali pada tahun 2018 dan 2019 usaha bidang pendidikan, teknologi informasi, automotif, dan agrobisnis tidak mengalami peningkatan sehingga cenderung stagnan. Namun Jumlah UMKM pada tahun 2020 untuk seluruh bidang usaha mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2019. Keberadaan UMKM dalam bidang usaha kuliner atau makanan dan minuman serta pakaian merupakan bidang usaha yang memiliki jumlah yang tinggi dibandingkan dengan bidang usaha lainnya.



Gambar 3.3 UMKM berdasarkan sektor usaha

Sumber: SI-MASDA Kabupaten Bandung & Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung (2021)

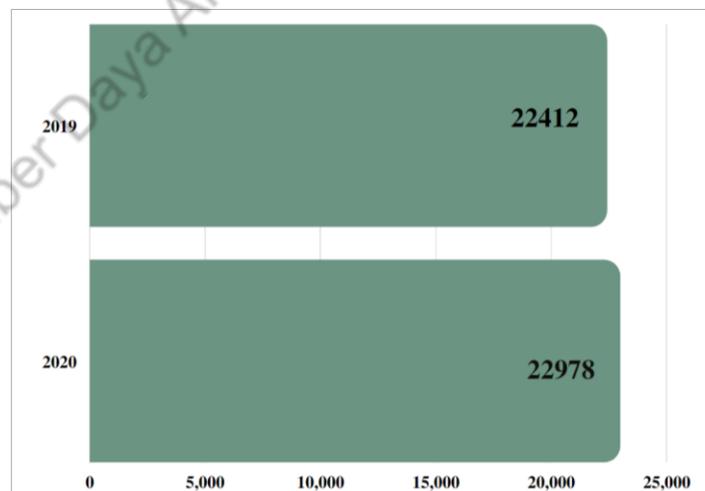
Gambar 3.4 merupakan peta yang menggambarkan visualisasi persebaran UMKM Kabupaten Bandung pada setiap kecamatan di Kabupaten Bandung. Peta diolah dengan menggunakan data UMKM Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung Juni 2020. Diketahui dari peta visualisasi persebaran UMKM Kabupaten Bandung tersebut bahwa kecamatan yang memiliki jumlah UMKM tertinggi yaitu Kecamatan Bojongsoang. Visualisasi yang digambarkan pada peta menunjukkan bahwa kecamatan-kecamatan yang berada di bagian selatan Kabupaten Bandung memiliki jumlah UMKM cenderung lebih sedikit. Hal tersebut diperlukan eksplorasi lebih jauh dalam pendataan UMKM di Kabupaten Bandung khususnya kecamatan-kecamatan yang berada di Kabupaten Bandung bagian selatan, sehingga diharapkan pendataan tersebut dapat dimanfaatkan untuk analisis lebih jauh dalam perkembangan UMKM serta meningkatkan potensi-potensi yang ada di masing-masing kecamatan.



Gambar 3.5 Tenaga Kerja Industri Mikro dan Kecil Kabupaten/Kota di Jawa Barat, 2018

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2021)

Penyerapan tenaga kerja usaha mikro di Kabupaten Bandung setiap tahunnya mengalami peningkatan. Grafik dibawah yang menunjukkan jumlah tenaga kerja usaha mikro Kabupaten Bandung pada tahun 2019 – 2020, dimana dapat diketahui bahwa terdapat peningkatan jumlah tenaga kerja pada usaha mikro Kabupaten Bandung sebesar 566 tenaga kerja pada tahun 2020.

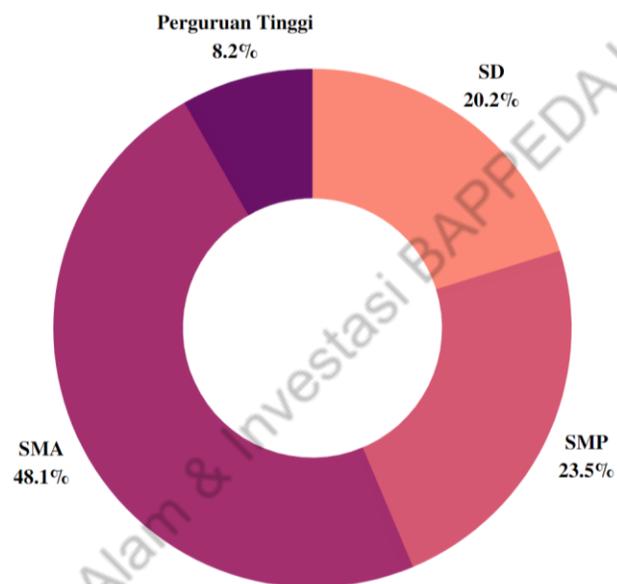


Gambar 3.6 Jumlah Tenaga Kerja Usaha Mikro Kabupaten Bandung

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung (2021)

3.1.3 Tingkat Pendidikan Pelaku UMKM Kabupaten Bandung

Grafik di bawah menunjukkan tingkat pendidikan penduduk Kabupaten Bandung yang merupakan pelaku UMKM, dimana pelaku UMKM dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) memiliki jumlah terbanyak sebesar 48,1%, dilanjutkan dengan pelaku UMKM yang memiliki tingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebesar 23,5%, 20,2% pelaku UMKM dengan tingkat pendidikan Sekolah Dasar (SD), dan jumlah terkecil adalah pelaku UMKM dengan tingkat pendidikan tertinggi sebesar 8,2%



Gambar 3.7 Tingkat Pendidikan Pelaku UMKM Kabupaten Bandung

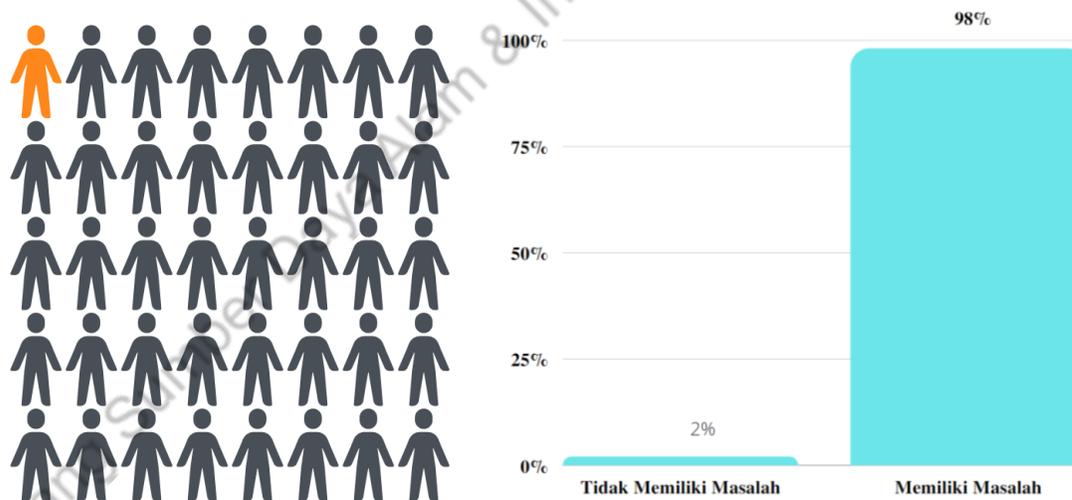
Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung

3.2 Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap UMKM Kabupaten Bandung

Pada 31 Desember 2019, *World Health Organization* (WHO) mendapatkan informasi terdeteksinya kasus pneumonia yang tidak diketahui penyebabnya yang diikuti dengan identifikasi novel coronavirus SARS-CoV2 sebagai penyebab Covid-19 (WHO, 2020). Sehingga pada awal tahun 2020, WHO menyatakan wabah virus corona baru sebagai keadaan darurat yang menjadi perhatian internasional.

Pandemi Covid-19 tidak hanya memberikan dampak terhadap kesehatan masyarakat, tetapi pandemi Covid-19 mempengaruhi perekonomian Indonesia, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mendapatkan dampak buruk dari pandemi Covid-19. Tidak terkecuali UMKM Kabupaten Bandung mendapatkan dampak pandemi Covid-19 tersebut.

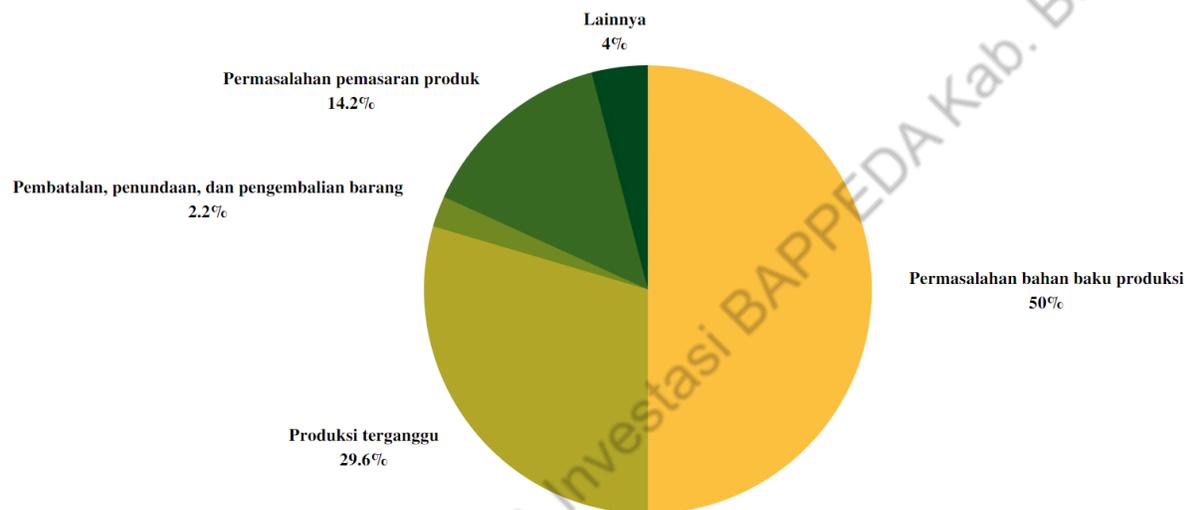
Data yang diolah dari hasil survei yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung menunjukkan sebesar 98% pelaku UMKM terdampak buruk serta memiliki masalah yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 dan hanya 1 dari 40 UMKM Kabupaten Bandung yang tidak memiliki masalah dari pandemi Covid-19.



Gambar 3.8 Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM
Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung (2021)

3.2.1 Permasalahan yang Dihadapi UMKM Selama Pandemi Covid-19

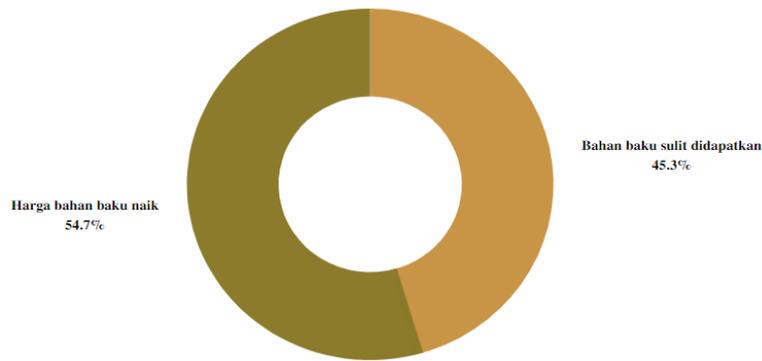
UMKM di Kabupaten Bandung yang terdampak buruk dari pandemi Covid-19 memiliki berbagai permasalahan, dimana diketahui bahwa 50% UMKM yang terdampak Covid-19 memiliki permasalahan bahan baku produksi, 29,6% UMKM terganggu produksinya, 14,2% memiliki permasalahan dalam pemasaran, 2,2% menghadapi pembatalan, penundaan, dan pengembalian barang, serta 4% UMKM yang terdampak menjawab lainnya.



Gambar 3.9 Permasalahan yang Dihadapi UMKM Selama Pandemi COVID-19

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung (2021)

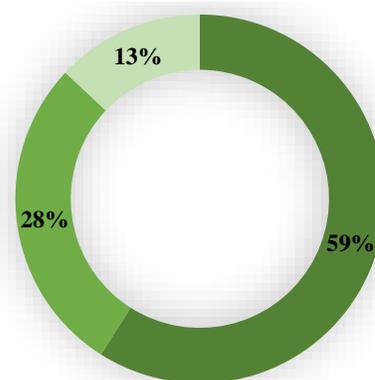
UMKM Kabupaten Bandung dihadapi oleh permasalahan produksi selama pandemi Covid-19, salah satunya adalah permasalahan dalam bahan baku produksi UMKM. Gambar 3.10 merupakan grafik yang menunjukkan permasalahan bahan baku produksi yang dihadapi UMKM Kabupaten Bandung selama pandemi Covid-19. Permasalahan bahan baku produksi tersebut yaitu terdapatnya kenaikan bahan baku selama pandemi Covid-19 dan terdapat kesulitan pelaku UMKM Kabupaten Bandung untuk mendapatkan bahan baku yang digunakan dalam produksi. 54,7% memperlmasalahkan kenaikan harga baku dan 45,3% memiliki kesulitan dalam mendapatkan bahan baku produksi.



Gambar 3.10 Permasalahan Bahan Baku Selama Pandemi

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung (2021), diolah

Selain permasalahan bahan baku produksi, 14,2% dari keseluruhan UMKM yang ikut serta dalam survei dan terdampak pandemi Covid-19, pelaku UMKM tersebut merasakan dampak buruk pandemi Covid-19 yang menimbulkan permasalahan dalam sisi pemasaran. 41% UMKM tidak dapat melakukan kegiatan usaha selama pandemi Covid-19, dimana 28% UMKM tidak memiliki permintaan akan produknya dan 13% UMKM Kabupaten Bandung tidak memiliki sarana pemasaran karena selama pandemi Covid-19 berbagai tempat seperti tempat oleh-oleh, tempat makan, kafe, dan lainnya tidak bisa beroperasi sebagai mestinya. Sisanya sebanyak 59% UMKM mengalami penurunan permintaan dibandingkan sebelum pandemi Covid-19 terjadi.



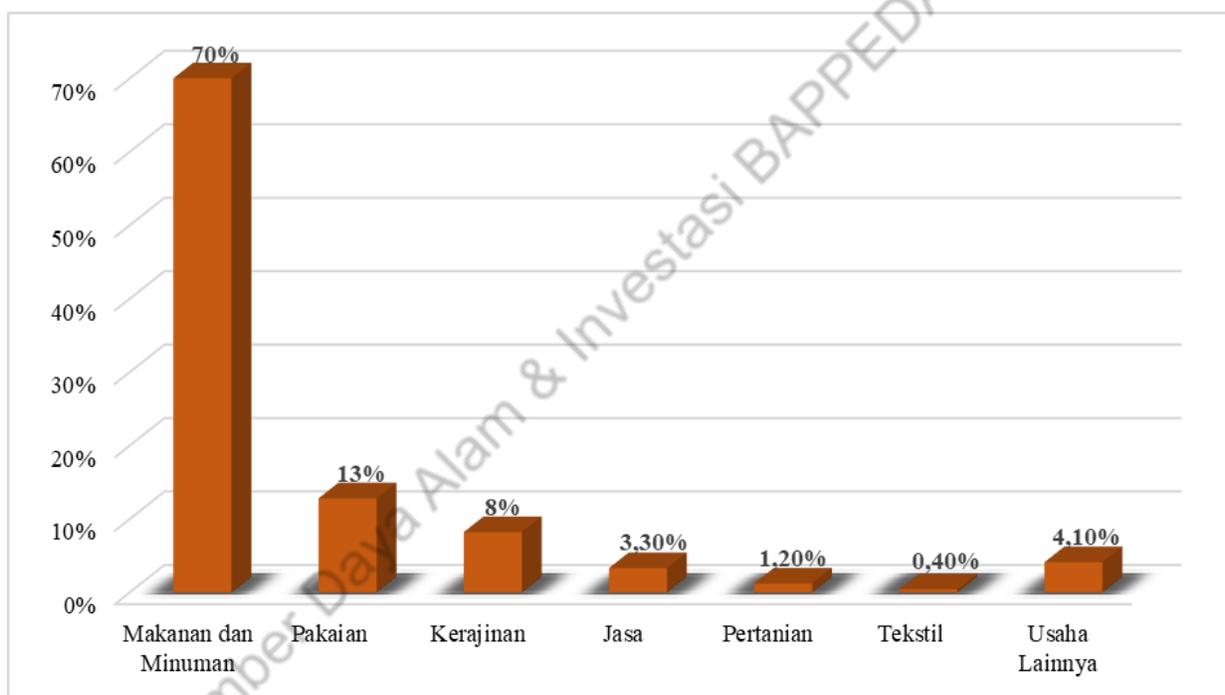
■ Permintaan turun ■ Tidak ada permintaan ■ Sarana Pemasaran Tutup

Gambar 3.11 Permasalahan Pemasaran Produk Selama Pandemi Covid-19

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung (2021)

3.2.2 Sektor Usaha UMKM yang Terdampak Pandemi COVID-19

Hasil data yang diolah dari survei Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung menunjukkan bahwa kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kabupaten Bandung yang terdampak negatif dari pandemi Covid-19 sebagian besar UMKM yang bergerak pada jenis usaha makanan dan minuman sebesar 70% dari total responden yang mengikuti survei dan terimbas negatif oleh pandemi Covid-19. Diikuti oleh jenis usaha Pakaian (13%), Kerajinan (8%), Jasa (3,3%), Pertanian (1,2%), Tekstil (0,4%), dan jenis usaha lainnya sebesar 4,1%. Secara ringkas jenis usaha yang terdampak pandemi Covid-19 tersebut ditunjukkan pada gambar 3.12 berikut:



Gambar 3.12 Sektor Usaha UMKM Terdampak Pandemi Covid-19

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung (2021)

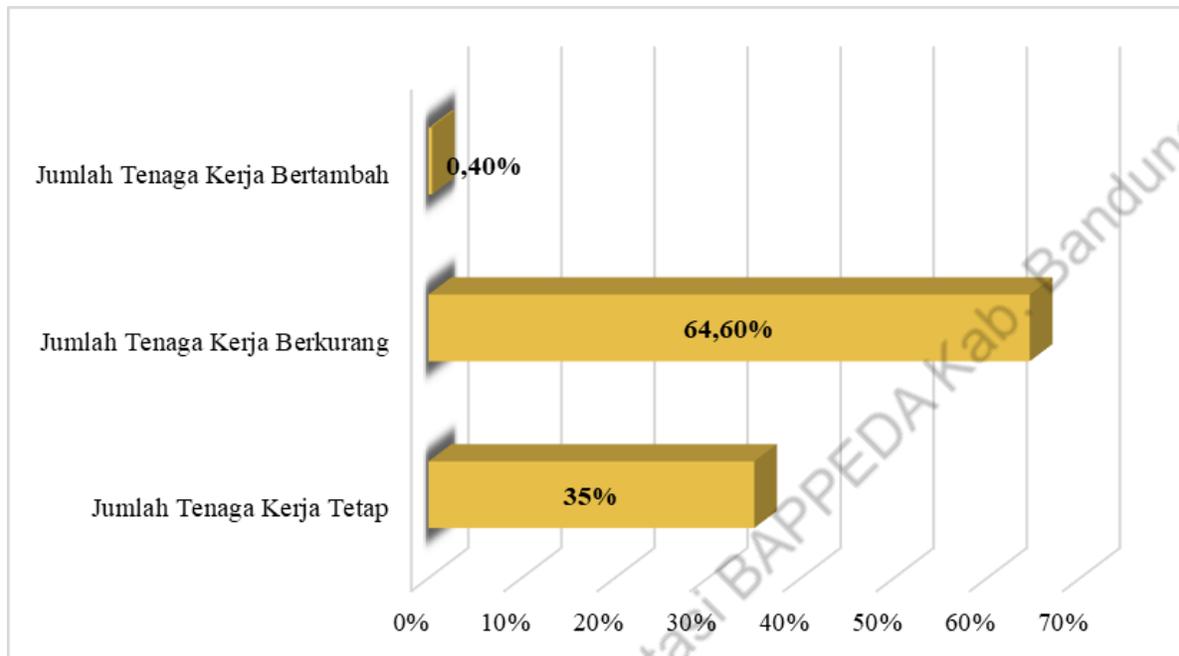
3.2.3 Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Tenaga Kerja UMKM

Peningkatan jumlah pasien yang disebabkan oleh kasus Covid-19 mendorong pemerintah Indonesia untuk mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang diharapkan dapat membantu memutus rantai Covid-19 dengan melakukan sosialisasi Protokol Kesehatan dan salah satunya adalah gerakan #DirumahAja, dimana gerakan tersebut mendorong masyarakat untuk melakukan pembatasan jarak sosial (*social distancing*) dengan menjaga jarak dan tidak melakukan kontak langsung dengan orang lain.

Selain pemberlakuan pembatasan jarak sosial, pemerintah menjalankan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Indonesia yang diharapkan dapat menekan tingkat kasus Covid-19. Disisi lain, hal tersebut membuat banyak sekolah, perkantoran, rumah makan, dan tempat umum lainnya ditutup. Kebanyakan UMKM melakukan penjualannya dengan melakukan kerjasama dengan rumah makan, kafe, maupun tempat penjualan oleh-oleh, sehingga UMKM di Kabupaten Bandung mengalami kesulitan menjualkan produknya disebabkan dengan berkurangnya permintaan hingga beberapa UMKM tidak mendapatkan permintaan karena sarana untuk memasarkan produknya tutup. Selain itu, diberlakukannya kerja dari rumah menyebabkan UMKM sulit untuk melakukan kegiatan produksi dikarenakan mayoritas UMKM tidak bisa mengerjakan produksinya secara terpisah dirumah masing-masing. Hal-hal tersebutlah menjadi beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah tenaga kerja UMKM di Kabupaten Bandung selama pandemi Covid-19.

Pada gambar 3.13 menunjukkan dampak pandemi Covid-19 terhadap jumlah tenaga kerja UMKM Kabupaten Bandung menurut survei yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung. Diketahui bahwa jumlah tenaga kerja yang dimiliki UMKM di Kabupaten Bandung terpengaruhi oleh pandemi Covid-19. Sebagian besar UMKM Kabupaten Bandung mengurangi tenaga kerja selama pandemi Covid-19, dimana 64,60% UMKM mengurangi tenaga kerja. Sedangkan untuk UMKM yang tidak terpengaruhi oleh pandemi Covid-19 hanya sebesar 35%, dimana jumlah tenaga kerja yang dimiliki UMKM Kabupaten Bandung tetap sama sebelum serta sesudah terjadinya pandemi Covid-19. Selain itu, dapat diketahui bahwa pelaku UMKM Kabupaten Bandung yang ikut serta dalam survei dan selama pandemi Covid-19

memiliki tenaga kerja lebih banyak dibandingkan sebelum pandemi Covid-19 hanya sebesar 0,40%.



Gambar 3.13 Dampak Pandemi Terhadap Jumlah Tenaga Kerja UMKM

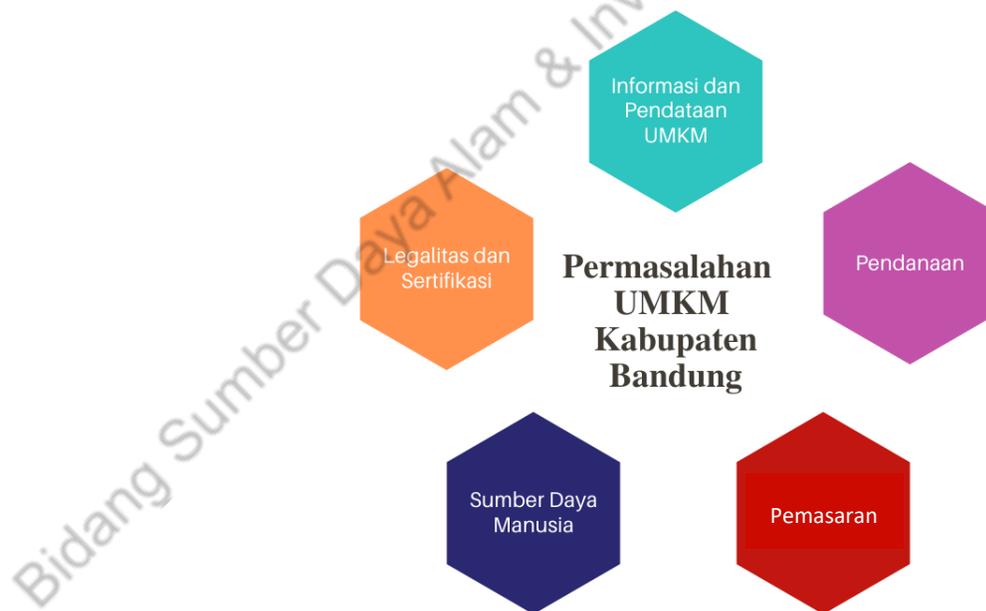
Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung, 2021

BAB IV

KONSEP PENGEMBANGAN UMKM KABUPATEN BANDUNG

4.1 Permasalahan UMKM Kabupaten Bandung

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting, dimana UMKM memiliki kontribusi pada perekonomian Indonesia dan begitu dengan UMKM Kabupaten Bandung yang memiliki kontribusi pada perekonomian Kabupaten Bandung. Jumlah UMKM di Kabupaten Bandung terus meningkat setiap tahunnya. Namun walaupun peningkatan terus terjadi pada jumlah UMKM tersebut, UMKM di Kabupaten Bandung memiliki beberapa permasalahan dan tantangan yang dihadapi. Permasalahan dan tantangan utama tersebut adalah permasalahan dalam informasi dan pendataan UMKM; pendanaan; legalitas dan sertifikasi; sumber daya manusia; hingga permasalahan pemasaran yang harus dihadapi oleh UMKM Kabupaten Bandung.



Gambar 4.1 Permasalahan UMKM Kabupaten Bandung

4.1.1 Informasi dan Pendataan UMKM Kabupaten Bandung

Pentingnya akses informasi untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berupa kemudahan dalam mendapatkan informasi pelatihan, pendampingan, perizinan, maupun informasi-informasi terbaru menjadi salah satu prioritas utama agar UMKM dapat mengembangkan usahanya dan tetap dapat bersaing sesuai perkembangan jaman. Sejalan dengan akses informasi, keberadaan database UMKM dinilai menjadi hal penting, dimana database UMKM dapat memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan terutama pelaku UMKM.

Namun, akses informasi dan pendataan UMKM Kabupaten Bandung masih memiliki tantangan. Database mengenai pelaku UMKM di Kabupaten Bandung hingga saat ini belum tersedia secara lengkap dan tervalidasi, khususnya untuk pelaku usaha mikro. Tidak lengkapnya ketersediaan data bagi pelaku UMKM menyebabkan beberapa permasalahan yang timbul dimana sulitnya meninjau perkembangan UMKM khususnya yang berada di Kabupaten Bandung.

Selain meninjau perkembangan UMKM yang ada di Kabupaten Bandung, ketidakterediaan data UMKM yang lengkap ini menyebabkan beberapa pelaku usaha merasa bantuan dan informasi yang diberikan tidak tepat sasaran. Beberapa bantuan dan informasi mengenai pelatihan maupun pendampingan tidak tersampaikan secara meluruh keseluruhan pelaku UMKM, dimana menyebabkan pelaku UMKM yang mendapatkan bantuan atau pelatihan hanya pelaku usaha yang sama pada setiap pelatihannya, sehingga pelaku UMKM seharusnya yang sangat butuh pelatihan tidak bisa mendapatkan kesempatan untuk mengikuti pelatihan tersebut.

Ketidakterediaan data UMKM ini pun menyebabkan sulitnya untuk pelaku UMKM bekerjasama satu sama lain terutama kerjasama dalam penyediaan barang baku. Beberapa para pelaku merasa sulit mendapatkan data-data untuk keberadaan UMKM yang berada di Kabupaten Bandung, dimana para pelaku usaha merasa jika tersedianya data keberadaan UMKM yang lengkap serta terbuka untuk publik dapat membantu pelaku UMKM satu sama lain untuk saling support usaha yang dijalankannya dengan mengutamakan pembelian bahan baku dari pelaku UMKM Kabupaten Bandung. Selain itu, ketersediaan data UMKM yang terbuka untuk publik pun diharapkan akan memberikan kesempatan bagi UMKM yang berada di Kabupaten Bandung

diketahui keberadaannya oleh konsumen diluar wilayah Kabupaten Bandung yang membutuhkan produknya.

4.1.2 Pendanaan

Pendanaan atau pembiayaan merupakan salah satu permasalahan utama yang sering ditemukan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, termasuk UMKM di Kabupaten Bandung. Mayoritas pemangku kepentingan (*stakeholders*) memaparkan bahwa keterbatasan pendanaan merupakan permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM Kabupaten Bandung, khususnya pelaku usaha mikro dan pelaku usaha pemula.

Rendahnya literasi keuangan menjadi penyebab utama dalam permasalahan pendanaan bagi UMKM Kabupaten Bandung. Sumber-sumber pendanaan belum diakses secara optimal oleh UMKM Kabupaten Bandung, dimana beberapa pelaku UMKM di Kabupaten Bandung hanya mengetahui kredit usaha dari perbankan dan lembaga keuangan serta bantuan pemerintah yang merupakan satu-satunya sumber pendanaan yang dapat diakses oleh UMKM. Sehingga sumber pendanaan lainnya selain kredit usaha dan bantuan pemerintah belum dimanfaatkan secara maksimal oleh seluruh UMKM Kabupaten Bandung.

Disisi lain, walaupun informasi mengenai kredit usaha sudah banyak diketahui oleh pelaku UMKM, tetapi tidak semua pelaku UMKM tersebut dapat memiliki akses kredit usaha dikarenakan beberapa penyebab, yaitu:

1. Tidak semua pelaku UMKM Kabupaten Bandung memiliki jaminan untuk dijadikan agunan dalam kredit usaha
2. Ketakutan pelaku UMKM Kabupaten Bandung dalam kegagalan angsuran kredit usaha
3. Keengganan dalam pengenaan pajak sehingga enggan untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
4. Beberapa pelaku UMKM Kabupaten Bandung memiliki persepsi riba terhadap kredit usaha

5. Tidak semua produk yang dimiliki UMKM di Kabupaten Bandung memenuhi syarat bank (*bankable*)

Beberapa pelaku UMKM Kabupaten Bandung masih memiliki pola pemikiran yang salah, dimana beberapa pelaku UMKM tersebut masih memiliki pola pikir yang hanya mengandalkan dana bantuan UMKM yang diberikan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah seperti Bantuan Langsung Tunai (BLT) UMKM. Pola pemikiran yang salah tersebut membuat pelaku UMKM lebih fokus untuk mengutamakan kelangsungan hidup sehingga hanya berjualan “aman” dan menunggu dana bantuan, sehingga hal tersebut menghambat UMKM untuk mengembangkan usahanya.

Permasalahan pendanaan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Kabupaten Bandung menjadi salah satu alasan beberapa pelaku UMKM memiliki kendala dalam kegiatan produksi hingga mendaftarkan sertifikasi. Hal tersebut disebabkan pelaku UMKM Kabupaten Bandung tidak memiliki dana dalam pemenuhan biaya pendaftaran sertifikasi, biaya yang dikeluarkan untuk menginovasikan produk, serta biaya untuk meningkatkan kapasitas produksinya.

Namun, UMKM mendapatkan pendanaan bukan berarti permasalahan telah terselesaikan karena UMKM yang telah mendapatkan pendanaan pun menghadapi pemasalahan baru dalam pengelolaan keuangan. Rendahnya pengetahuan pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan usaha menyebabkan beberapa pelaku UMKM tersebut tidak adanya laporan keuangan dan rancangan anggaran yang matang, serta tidak memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Sehingga literasi dalam pengelolaan keuangan usaha pun menjadi salah satu hal penting yang harus ditingkatkan agar UMKM Kabupaten Bandung dapat berkembang secara optimal.

4.1.3 Legalitas dan Perizinan

UMKM di Kabupaten Bandung hingga saat ini mayoritasnya memiliki karakteristik informal, dimana sebagian besar usaha yang dimiliki pelaku UMKM tidak memiliki payung hukum dan beberapa pelaku UMKM memiliki kesadaran diri yang rendah mengenai pentingnya berbadan hukum. Padahal jika telah UMKM berbadan hukum, hal tersebut dapat membantu UMKM

mengembangkan usahanya seperti mendapatkan kepastian hukum, kemudahan serta kelancaran dalam mengurus segala prosedur usaha yang diperlukan dalam usahanya, mendapatkan akses pendanaan yang lebih baik, keuntungan yang lebih baik, serta berdampak pada meningkatnya pendapatan pajak negara (Fahrurozi, 2018).

Beberapa pelaku UMKM menyatakan bahwa mengetahui tata cara dalam pengajuan izin usaha serta sertifikasi, tetapi diantara pelaku UMKM tersebut terdapat pelaku UMKM yang masih tidak memiliki izin usaha maupun sertifikasi disebabkan masih terdapatnya kesulitan pelaku UMKM dalam mendaftarkan izin usaha serta sertifikasi produknya dengan menggunakan sistem *Online Single Submission* (OSS), sehingga beberapa pelaku UMKM terhambat oleh pemahaman teknologi yang rendah.

Disisi lain, ditemukan pelaku UMKM yang tidak mengetahui bagaimana tata cara pengajuan izin usaha serta sertifikasi. Ketidaktahuan pelaku UMKM dalam tata cara pendaftaran izin usaha maupun sertifikasi seperti PIRT, Halal, HKI, BPOM, dan lain-lainnya disebabkan oleh informasi yang sampai pada pelaku UMKM di Kabupaten Bandung yang tidak merata. Beberapa UMKM tidak mendapatkan informasi-informasi mengenai tata cara yang dapat ditempuh pelaku UMKM untuk mendapatkan izin usaha dan sertifikasi tersebut.

Selain keterbatasan informasi dan penggunaan teknologi bagi UMKM, beberapa pelaku UMKM keluhkan mahalnnya biaya pengurusan dan perpanjangan sertifikasi. Pendaftaran dan perpanjangan sertifikasi dibebankan biaya yang cukup berat bagi pelaku UMKM terutama saat pandemi Covid-19, dimana pendapatan pelaku UMKM tidak sebanding dengan pengeluaran yang harus dikeluarkan khususnya biaya yang harus dikeluarkan pelaku UMKM dalam kepengurusan sertifikasi.

4.1.4 Sumber Daya Manusia

Sebagian besar UMKM di Kabupaten Bandung masih menerapkan sistem “*one-man show*”, dimana “*one-man show*” adalah sistem manajemen seperti produksi, perencanaan, keuangan, hingga pemasaran seluruhnya dipegang dan dikendalikan oleh satu orang yaitu pemilik usaha.

Hal tersebut membuat UMKM sulit berkembang dikarenakan masih banyak pengelolaan usaha belum menggunakan pendekatan manajemen bisnis yang profesional dan implementasi manajemen yang diterapkan dalam usahanya merupakan pola manajemen tradisional disertai kemampuan manajerial pemilik usaha yang terbatas dan perlu ditingkatkan.

Beberapa pelaku UMKM di Kabupaten Bandung masih memiliki kualitas SDM yang rendah dan menyebabkan UMKM tersebut sulit untuk berkembang. Ditemukannya pola pikir yang salah mengenai rasa “aman” pada beberapa pelaku UMKM yang hanya fokus dalam memproduksi dan tidak ada keinginan lebih jauh dalam mengembangkan usahanya. Pola pikir tersebut menyebabkan beberapa pelaku UMKM mengabaikan akan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dan benar, tidak memiliki strategi bisnis yang jelas dengan target pasar yang ingin dicapai, hingga penerapan manajemen pemasaran yang tidak maksimal.

Tidak hanya keterbatasan pengetahuan pelaku UMKM dalam mengimplementasikan manajemen bisnis, tetapi beberapa pelaku UMKM masih terbatas dalam penerapan teknologi dalam kegiatan usahanya karena rendahnya pemahaman pelaku UMKM dalam penggunaan teknologi. Rendahnya pemahaman pelaku UMKM dalam teknologi informasi menyebabkan pelaku UMKM cenderung stagnan, pelaku UMKM cenderung akan tertinggal dalam mendapatkan informasi hingga tidak dapat memanfaatkan fasilitas teknologi informasi tersebut untuk membantu dalam kegiatan usaha pelaku UMKM seperti perizinan dan pemasaran (pemanfaatan *e-commerce*).

Selain itu, terdapat beberapa pendapat dari pelaku UMKM Kabupaten Bandung yang menyatakan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM tidak mendapatkan informasi secara penuh dan tersebar merata, serta permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM cenderung berbeda-beda untuk setiap kelompok.

4.1.5 Pemasaran Produk

Sebagian besar pelaku UMKM di Kabupaten Bandung menghadapi beberapa permasalahan yang menghambat pengembangan usahanya, dimana salah satu permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM adalah beberapa pelaku UMKM di Kabupaten Bandung masih bingung dalam memasarkan produknya dan meningkatkan penjualannya. Rendahnya pemahaman serta pengetahuan pelaku UMKM Kabupaten Bandung khususnya pengetahuan mengenai manajemen pemasaran menyebabkan hambatan dalam melakukan kegiatan pemasaran bagi usahanya. Beberapa UMKM Kabupaten Bandung ditemukan tidak mengetahui target pasar yang ingin dicapai untuk produknya, rendahnya pemahaman dasar mengenai pemasaran seperti bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dapat membantu mencapai target atau kesuksesan usaha dengan mendatangkan keuntungan maksimal.

Selain itu, beberapa pelaku UMKM merasa bingung untuk berinovasi mengikuti perkembangan jaman dan pemahaman mengenai *branding* dikalangan UMKM pun masih asing, dimana pemahaman mengenai *branding* beberapa pelaku UMKM jauh dari cukup. Pelaku UMKM merasa jika memiliki logo dan kemasan sudah cukup melakukan *branding*. Hal tersebut sesuai dengan pemaparan Udin (2011) yang menjelaskan bahwa hal yang perlu dipahami bagi pelaku UMKM mengenai penyadaran *branding*, yaitu:

1. Dibutuhkannya pemahaman dasar mengenai *branding* bahwa *branding* bukan hanya logo dan merasa cukup jika sudah memiliki logo, kop surat, kartu nama, dan *sign board* karena merasa sudah menyampaikan bisnis pelaku UMKM kepada konsumen
2. *Brand* adalah visi dan komitmen
3. *Brand* adalah janji, dimana lingkungannya lebih besar terhadap gagasan bisnis karena transaksinya tidak berhenti setelah jual beli saja. Brand merupakan ide besar yang reputasinya harus selalu hadir selamanya dibenak konsumen.
4. *Brand* merupakan tangan untuk merangkul konsumen, dimana produk tersebut harus memberikan kesan, pengalaman, dan hadir pada kehidupan konsumen. Sehingga memberikan emosional yang mempengaruhi konsumen pada saat mengambil keputusan dalam membeli produk pelaku UMKM tersebut.

Pengembangan teknologi yang sangat cepat pun mendorong pelaku UMKM mengikuti perkembangan tersebut dan memanfaatkannya dengan baik. Namun, permasalahannya tidak semua UMKM dapat memanfaatkan teknologi dengan baik. Perkembangan teknologi mendorong pelaku usaha untuk mulai melakukan pemasaran digital. Jika pemasaran digital dimanfaatkan dengan baik akan memberikan peluang kepada para pelaku UMKM untuk masuk dalam pasar global. Walaupun beberapa pelaku UMKM di Kabupaten Bandung sudah memanfaatkan pemasaran digital, namun pemanfaatan tersebut belum dilaksanakan dengan maksimal. Strategi pemasaran digital belum dirancang secara optimal sehingga dibutuhkan pendalaman lebih jauh pemahaman dalam pemasaran digital. Sehingga dalam melakukan pemasaran melalui *e-commerce*, pelaku UMKM tidak hanya sekedar mengunggah foto produk tetapi pelaku UMKM harus memiliki target audien yang jelas sehingga penyampaian produk memiliki konsep yang jelas disertai dengan *copywriting* yang baik.

Permasalahan dalam pemasaran merupakan salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kabupaten Bandung. Sebagian besar pelaku UMKM di Kabupaten Bandung masih memerlukan pemahaman dan pengetahuan pemasaran yang lebih jauh khususnya mengenai target pasar, strategi pemasaran, *branding*, inovasi, hingga pemasaran digital agar UMKM dapat selalu beradaptasi dalam dunia usaha agar bisa selalu berkembang mengikuti perkembangan jaman.

4.2 Permasalahan Berdasarkan Kelompok UMKM

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kabupaten Bandung beragam-ragam, dimana setiap kelompok UMKM menghadapi permasalahan berbeda. Pembagian kelompok UMKM tersebut didasarkan oleh perkembangannya, dimana Sarfiah et al. (2019) menjelaskan bahwa klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat dikelompokkan menjadi empat menurut perkembangannya, yaitu:

1. *Livelihood Activity*

Kelompok UMKM yang dapat disebut sebagai kelompok usaha sektor informal, dimana usahanya digunakan sebagai kesempatan kerja untuk menafkahi kebutuhan hidup sehari-

harinya. Salah satu contohnya adalah pedagang kaki lima.

2. *Micro Enterprise*

Kelompok yang merupakan UMKM yang cenderung memiliki sifat pengrajin, dimana mampu dalam menghasilkan atau memproduksi suatu barang namun belum memiliki sifat kewirausahaan yang dapat mengembangkan usahanya.

3. *Small Dynamic Enterprise*

Kelompok UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.

4. *Fast Moving Enterprise*

Kelompok UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

Diketahui bahwa dari pembagaaian kelompok UMKM tersebut memiliki permasalahan yang berbeda-beda. UMKM pemula, UMKM *livelihood activity*, dan UMKM *micro enterprise* cenderung menghadapi permasalahan yang sama satu sama lain tetapi memiliki permasalahan yang berbeda dengan UMKM *small dynamic enterprise* dan UMKM *fast moving enterprise*. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

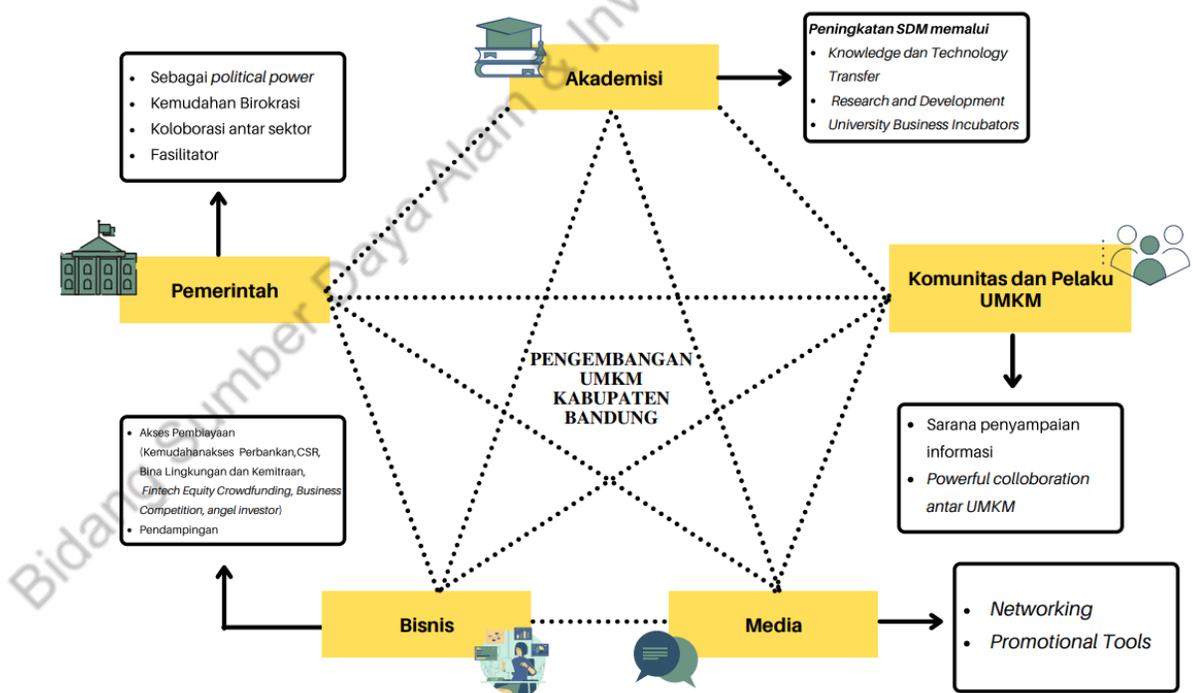
No	Kelompok UMKM	Permasalahan
1.	UMKM Pemula UMKM <i>Livelihood Activity</i> UMKM <i>Micro Enterprise</i>	1. Pendanaan
		2. Legalitas dan perizinan
		3. Rendahnya kualitas sumber daya manusia
		4. Belum memiliki jiwa kewirausahaan sepenuhnya
2.	UMKM <i>Small Dynamic Enterprise</i> UMKM <i>Fast Moving Enterprise</i>	1. Kapasitas produk
		2. Inovasi dan <i>branding</i>
		3. Perluasana pemasaran

Tabel 4.1 Permasalahan UMKM Berdasarkan Kelompok UMKM

4.3 Konsep Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung

Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung tidak luput dari permasalahan-permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM di Kabupaten Bandung. Penyelesaian permasalahan-permasalahan tersebut diharapkan dapat diselesaikan dengan penerapan konsep pentahelix yang melakukan kolaborasi antar pemangku kepentingan (*stakeholders*). Pengembangan UMKM melalui konsep inovasi tertutup sangat sulit diterapkan pada UMKM, sehingga pentahelix dianggap cocok untuk mendukung daya saing berkelanjutan bagi UMKM dengan menerapkan konsep inovasi terbuka yang membutuhkan sinergi antara pemangku kepentingan (Susanti et al., 2019).

Pemangku kepentingan yang berkolaborasi dalam konsep pengembangan UMKM Kabupaten Bandung antara lain akademisi, pemerintah, bisnis, komunitas UMKM, dan media. Kolaborasi tersebut dilakukan guna untuk mempercepat pengembangan UMKM di Kabupaten Bandung secara efektif dan efisien. Setiap pemangku kepentingan memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM dengan berkolaborasi, berkoordinasi, dan bekerja sama dalam membangun target sasaran.



Gambar 4.2 Konsep Pentahelix UMKM Kabupaten Bandung

Pada gambar diatas dapat diatas diketahui bahwa hubungan yang terjalin antar pemangku kepentingan pada konsep pengembangan UMKM Kabupaten Bandung. Akademisi memiliki peranan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui penyampaian informasi, pengetahuan, dan teknologi bagi UMKM, melakukan penelitian dan pengembangan, serta pemberian inkubasi bisnis bagi pelaku UMKM. Pemerintah Kabupaten Bandung memiliki peran sebagai *political power*, dimana pemerintah diharapkan dapat memberikan fasilitas antar sektor untuk berkolaborasi dalam pengembangan UMKM Kabupaten Bandung serta memberikan kemudahan birokrasi khususnya selama program berlangsung. Pemerintah memiliki hubungan yang terjalin formal dengan semua pemangku kepentingan yang terlibat dalam konsep pengembangan UMKM Kabupaten Bandung. Bisnis memiliki peran untuk membantu memberikan akses pendanaan serta pendampingan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Bandung. Komunitas UMKM memiliki peran penting dalam penyebaran informasi-informasi bagi pelaku UMKM di Kabupaten Bandung dan sarana dalam pemberian akses dari pemangku kepentingan yang lain melalui pelatihan dan pendampingan. Sedangkan media memiliki peran sebagai *networking* dan alat untuk mendukung publikasi dan promosi terutama terhadap program-program yang akan dijalankan kemudian hari.

4.3.1 Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung

Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung merupakan kondisi yang ingin dicapai sebagai salah satu alat untuk mencapai tujuan disertai *outcome* melalui program-program yang akan dijalankan. Lebih lanjut, strategi tersebut diuraikan dalam tabel berikut ini:

No	Tujuan	Rekomendasi	Sasaran	Program
1.	Meningkatkan Kualitas UMKM Kabupaten Bandung	Kolaborasi, Koordinasi, dan Kerjasama Lintas Sektor Secara Optimal	Peningkatan Kapasitas dan Kualitas UMKM Kabupaten Bandung	Penyediaan Informasi UMKM yang terintegrasi
				Penelitian dan Pengembangan
				Peningkatan Akses Pendanaan
				Digitalisasi UMKM
				Peningkatan Kapasitas SDM
2.	Menumbuhkan Ekonomi yang Produktif dan Berdaya Saing			Peningkatan Akses Pasar
				Simpul Inovasi

Tabel 4.2 Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung

4.3.1.1 Penyediaan Informasi UMKM Terintegrasi

Penyediaan informasi dan data UMKM Kabupaten merupakan kolaborasi dan kerja sama yang dapat dilakukan oleh pemerintah, akademisi, komunitas, dan media. Pemerintah Kabupaten Bandung dapat menyediakan fasilitas dalam upaya penyediaan data yang akurat dan *real-time* serta memfasilitasi UMKM *Center* yang diharapkan akan menjadi pusat informasi bagi para pelaku UMKM dengan berkolaborasi dengan akademisi dan komunitas UMKM di Kabupaten Bandung dalam penyediaan program serta pengembangan usaha. Selain itu, media dapat membantu pemerintah dalam publikasi informasi bagi pelaku UMKM Kabupaten Bandung hingga promosi untuk informasi kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh pemerintah.

Kerjasama antar pemangku kepentingan ini diharapkan dapat mewadahi para pelaku UMKM untuk bisa berbagi sumber daya dan informasi, pembinaan sesuai sasaran, serta kemudahan akses data bagi publik sehingga pelaku usaha maupun masyarakat umum di luar Kabupaten Bandung bisa memanfaatkan data tersebut untuk melakukan kerja sama usaha dengan UMKM Kabupaten Bandung.

4.3.1.2 Penelitian dan Pengembangan

Penelitian dan Pengembangan untuk UMKM Kabupaten Bandung merupakan kolaborasi Pemerintah Kabupaten Bandung dengan akademisi. Saat ini, penelitian dan pengembangan UMKM Kabupaten Bandung masih cukup rendah, sehingga diharapkan penelitian dan pengembangan untuk UMKM Kabupaten Bandung dapat ditingkatkan. Disebabkan oleh lingkungan bisnis yang secara konstan berubah sesuai dengan kondisi, oleh karena itu peningkatan penelitian dan pengembangan diharapkan dapat membantu Pemerintah Kabupaten Bandung dalam menyusun kebijakan dan *program support* untuk pengembangan UMKM Kabupaten Bandung.

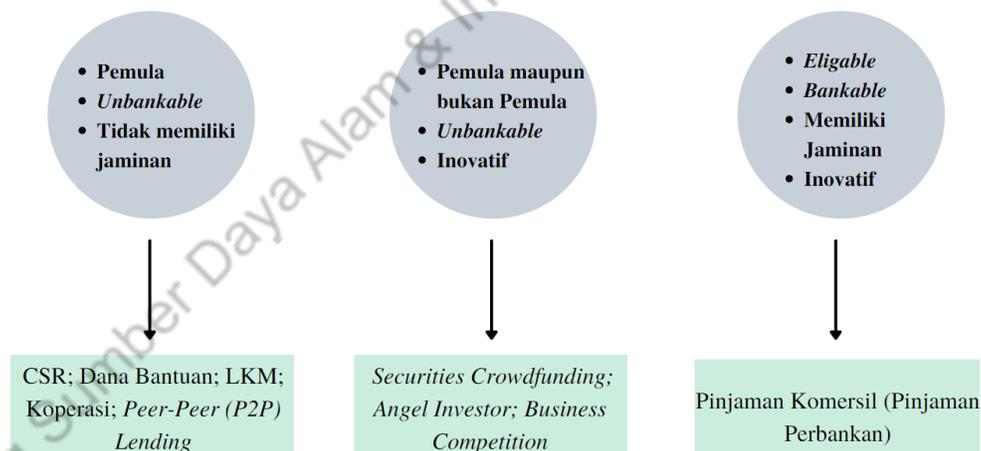
4.3.1.3 Peningkatan Akses Pendanaan

Peningkatan akses pendanaan merupakan kolaborasi dan kerja sama Pemerintah Kabupaten Bandung dengan bisnis. Kolaborasi dan kerja sama yang akan dilaksanakan merupakan salah satu langkah untuk meningkatkan akses pendanaan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Bandung,

dimana pemerintah akan memberikan fasilitas bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan pendanaan melalui sektor bisnis yang memberikan kemudahan akses pendanaan tersebut.

Pada gambar dibawah merupakan kesempatan pendanaan yang dapat diakses oleh pelaku UMKM Kabupaten Bandung sesuai dengan karakteristik yang dimilikinya. Diketahui bahwa beberapa pelaku UMKM beralasan bahwa kesulitan mendapatkan pendanaan disebabkan dengan ketidakmilikan jaminan hingga produk yang dimiliki *unbankable*. Hal tersebut diharapkan tidak menjadi akhir dalam kesempatan untuk mendapatkan akses pendanaan, dikarena pada saat ini akses-akses pendanaan cukup beragam.

Akses pendanaan dapat dipaparkan melalui berbagai macam, seperti dana bantuan (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) BUMN dan Hibah/*grants*), Lembaga Keuangan Mikro (LKM), *Corporate Social Responsibility* (CSR), *securities crowdfunding*, *angel investor*, hingga pinjaman komersil seperti kredit usaha perbankan. Beragam akses pendanaan diharapkan memberikan kesempatan yang sama bagi seluruh UMKM Kabupaten Bandung dalam mendapatkan akses pendaan tersebut.



Gambar 4.3 Akses Pendanaan UMKM

4.3.1.4 Digitalisasi UMKM Kabupaten Bandung

Rendahnya pengetahuan dan pemanfaatan teknologi menyebabkan UMKM Kabupaten Bandung harus segera didorong untuk *Go Digital*. Digitalisasi UMKM Kabupaten Bandung merupakan upaya untuk peningkatan penggunaan teknologi oleh pelaku UMKM Kabupaten Bandung dalam melakukan seluruh kegiatan usahanya. Program ini dapat dilakukan melalui kolaborasi Pemerintah Kabupaten Bandung bersama akademisi dan bisnis.

Diharapkan akademisi dan bisnis dapat memberikan pengetahuan serta pendampingan dalam peningkatan akses informasi, keterampilan dalam pemanfaatan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK), serta membantu UMKM untuk bertransformasi bisnis dari *offline* ke *online*. Sehingga digitalisasi UMKM merupakan salah satu upaya penting untuk pemerintah agar dapat mendorong UMKM Kabupaten Bandung dapat berdaya saing serta memiliki kesempatan untuk menembus pasar global.

4.3.1.5 Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia

Dalam tujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, pemerintah dapat berkolaborasi bersama akademisi, bisnis, serta komunitas untuk meningkatkan kapasitas SDM UMKM Kabupaten Bandung. Peningkatan kapasitas SDM tersebut dapat melalui berikut ini:

1. Pelatihan dan Pendampingan

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 pasal 71 (khususnya pada poin d) menjelaskan bahwa pemerintah memberikan kemudahan, pendampingan, dan fasilitasi meliputi:

- a. Pendirian/legalisasi
- b. Pembiayaan
- c. Penyediaan bahan baku
- d. Proses produksi, berupa:
 - 1) Sarana dan prasarana:
 - a) Penyediaan lahan dan bangunan untuk dimanfaatkan sebagai lokasi proses produksi;
 - b) Mesin dan peralatan produksi; dan/atau

- c) Sarana penclukung lain.
 - 2) Peningkatan kompetensi sumber daya manusia:
 - a) pendidikan;
 - b) pelatihan;
 - c) magang; dan
 - d) pendampingan.
 - 3) Fasilitasi standardisasi dan sertifikasi produk untuk ekspor melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan berdasarkan klaster;
 - 4) Fasilitasi desain produk dan kemasan, pengembangan pencitraan produk, serta desain dan konten toko online; dan
 - 5) Pembinaan dalam proses fabrikasi produk Usaha Mikro dan Usaha Kecil.
- e. Kurasi
- f. Pemasaran produk Usaha Mikro dan Usaha Kecil melalui perdagangan elektronik/nonelektronik

Sehingga Pendampingan diberikan untuk memfasilitasi bimbingan teknis, konsultasi, dan pelatihan. Sedangkan pelatihan diberikan kepada pelaku UMKM untuk pemberian edukasi yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM dan membentuk sumber daya manusia yang berkualitas.

2. Inkubasi Bisnis

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 pasal 132 ayat 1 menjelaskan bahwa penyelenggaraan Inkubasi bertujuan untuk:

- a. Menciptakan usaha baru;
- b. Memperkuat dan mengembangkan kualitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mempunyai nilai ekonomi dan berdaya saing tinggi; dan
- c. Mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia terdidik dalam menggerakkan perekonomian dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi

Inkubasi bisnis dilakukan dalam rangka meningkatkan kemampuan pelaku UMKM, sehingga diperlukan kolaborasi dan kerja sama untuk memberikan fasilitas langsung bagi pelaku UMKM khususnya pelaku UMKM pemula dan UMKM yang masih lemah dengan memberikan pembinaan dan pendampingan usaha dalam jangka waktu tertentu berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan UMKM, peningkatan akses pasar, hingga peningkatan akses pendanaan sehingga pelaku UMKM diharapkan menjadi UMKM mandiri.

3. *Mentoring* dan *Coaching*

Mentoring merupakan sebuah hubungan antar individu yang terjalin, dimana salah satu pihak memiliki banyak pengalaman di suatu bidang tetapi pihak lain memiliki sedikit pengalaman maupun tidak memiliki pengalaman dalam bidang tersebut. *Coaching* merupakan kegiatan untuk mengembangkan keterampilan dan meningkatkan kinerja sumber daya manusia. Sehingga diharapkan pelaku UMKM untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman lebih luas khususnya dalam menangani masalah saat menjalankan usahanya dari pakar yang berpengalaman seperti pelaku UMKM yang sukses hingga pengusaha-pengusaha besar.

Mentoring dan coaching merupakan sebuah kegiatan yang dapat memberikan pengetahuan mengenai pengembangan usaha dari high-level view kepada pelaku UMKM, memberikan perspektif yang lebih luas, melatih pola pikir, hingga meningkatkan *networking*. Pertemuan tersebut menjadi wadah penguatan usaha pelaku UMKM untuk bersosialisasi, komunikasi, konsultasi, dan berbagi ilmu antara pelaku UMKM dengan pelaku profesional yang diharapkan dapat membantu mengembangkan potensi usaha pelaku UMKM.

4.3.1.6 Peningkatan Akses Pasar

Upaya dalam peningkatan akses pasar dapat dilakukan dengan melakukan kolaborasi dan kerja sama antara pemerintah dan bisnis. Peningkatan akses pasar berlaku untuk peningkatan akses pasar secara *offline* maupun *online*. Pemerintah dapat berkerjasama dengan sektor bisnis

khususnya bersama perusahaan yang berbasis teknologi dalam peningkatan pemasaran produk menggunakan *e-commerce* serta kerja sama dalam literasi digital bagi pelaku UMKM. Sedangkan untuk pemasaran secara *offline*, pemerintah dapat bekerja sama bersama sektor bisnis, khususnya BUMN dan BUMD Kabupaten Bandung dalam penyediaan tempat promosi sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 Pasal 60 ayat 1 yaitu Kementerian/lembaga dari Pemerintah Daerah, badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, dan/atau badan usaha swasta wajib melakukan penyediaan tempat promosi dan pengembangan Usaha Mikro dan Usaha Kecil paling sedikit 30% (tiga puluh persen) total luas lahan area komersial, luas tempat perbelanjaan, dan/atau tempat promosi yang strategis pada infrastruktur publik.

Selain itu, penyediaan kegiatan atau acara yang bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM Kabupaten Bandung seperti pameran produk UMKM diadakan secara efektif, dimana kegiatan tersebut diikuti dengan kerja sama bersama media untuk publikasi seluas-luasnya agar seluruh masyarakat umum Kabupaten Bandung dan masyarakat umum di luar Kabupaten Bandung dapat ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

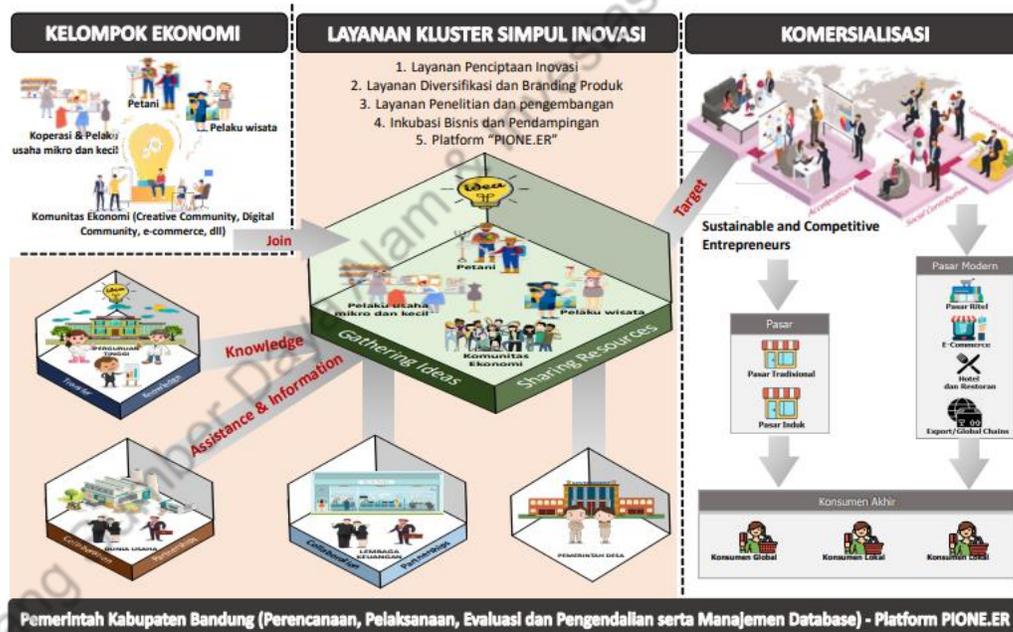
Selanjutnya, peningkatan akses pemasaran bagi pelaku UMKM Kabupaten Bandung dapat dilakukan melalui pendampingan dengan tujuan knowledge transfer yang memastikan bahwa pelaku UMKM Kabupaten Bandung memahami hal-hal berikut ini:

1. Memahami nilai keunggulan (value proposition) dari produk yang dimiliki UMKM
2. Memiliki target segmen pasar yang spesifik berdasarkan beberapa jenis yaitu segmentasi berdasarkan demografis, geografis, psikografis, serta tingkah laku.
3. Memahami jalur distribusi yang bertujuan untuk memperluas pasar, seperti melakukan penjualan *online* maupun *offline* dan memiliki sistem distributor, supplier, serta reseller.
4. Pengelolaan pelayanan dan hubungan bersama pelanggan dengan baik
5. Peningkatan pemahaman serta pengetahuan mengenai manajemen pemasaran
6. Optimalisasi pemasaran digital bagi UMKM Kabupaten Bandung

4.3.1.7 Simpul Inovasi

Simpul inovasi (*innovation hub*) berfungsi sebagai salah satu media untuk penerapan konsep pentahelix yang akan dilaksanakan, dimana simpul inovasi merupakan sarana kolaborasi antara pemangku kepentingan khususnya dalam pengembangan UMKM Kabupaten Bandung serta menjadi wadah untuk berinovasi secara terintegrasi. Diharapkan melalui simpul inovasi dapat menciptakan inovator, ekosistem inovasi, akselerasi inovasi, dan membangun pemerintah daerah yang berkelanjutan serta dapat mendorong pengembangan UMKM Kabupaten Bandung.

Simpul inovasi di Kabupaten Bandung akan menjadi pusat layanan inovasi kluster ekonomi dalam peningkatan jiwa kewirausahaan, produktivitas, dan kualitas, serta penguatan potensi dan peluang pelaku UMKM di Kabupaten Bandung. Simpul Inovasi akan dikelola bersama komunitas pelaku ekonomi, pemerintah, perguruan tinggi/lembaga penelitian, sektor bisnis, dan lembaga lainnya yang terlibat dan penunjang (Wardhana, 2021).



Gambar 4.4 Proses Bisnis Inovasi “Pengembangan Ekosistem Simpul Inovasi dan Sistem Informasi dan Komunikasi “PIONE.ER”

Sumber: Wardhana (2021)

Wardhana (2021) memaparkan layanan simpul inovasi bagi pelaku ekonomi sebagai tempat bertukar sumber daya untuk menciptakan sustainable dan competitive entrepreneur, yaitu:

1. Pusat layanan pendidikan dan pelatihan;
2. Layanan penciptaan inovasi;
3. Layanan diversifikasi produk;
4. Layanan penelitian dan pengembangan serta *business intelligence*;
5. Inkubasi bisnis dan pendampingan; dan
6. Platform 'PIONE.ER' sebagai media komunikasi dan informasi serta merupakan platform manajemen database pembangunan perekonomian Kabupaten Bandung.

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung

BAB V
RENCANA AKSI PENGEMBANGAN UMKM KABUPATEN BANDUNG

5.1 Rencana Aksi UMKM Kabupaten Bandung

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
A. Pendataan dan Informasi											
1	Belum tersedianya database UMKM yang tervalidasi dan terintegrasi	Perbaiki pendataan UMKM untuk mendapatkan data UMKM Kabupaten Bandung yang akurat dan ril	Menyusun Sistem Operasional Prosedur (SOP) dalam pendataan UMKM untuk pemangku kepentingan terkait							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 3. Dinas Pertanian 4. Dinas Pangan dan Perikanan 5. Dinas Pemuda dan Olahraga 6. Dinas Sosial 7. Asosiasi/Komunitas 8. Perguruan Tinggi	Dinas Koperasi dan UKM
			Kerja sama dengan Perguruan Tinggi dalam pengembangan pendataan dan manajemen data berbasis teknologi Informatika								
2	Pendataan belum tersasar secara menyeluruh kepada pelaku UMKM		Kerja sama dengan komunitas/asosiasi/paguyuban dalam pendataan UMKM Kabupaten Bandung								
3	a) Pendataan UMKM yang sulit ditemukan dan didapatkan b) Masih rendahnya akses pelaku UMKM terhadap informasi	Peningkatan akses bagi publik khususnya pelaku UMKM Kabupaten Bandung terhadap informasi dan data UMKM Kabupaten Bandung	Penyediaan platform untuk kemudahan publik mendapatkan data UMKM							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 3. Dinas Pertanian 4. Dinas Pangan dan Perikanan 5. Dinas Pemuda dan Olahraga 6. Dinas Sosial 7. Asosiasi/Komunitas 8. Perguruan Tinggi	Dinas Koperasi dan UKM
			Membentuk UMKM Center sebagai pusat informasi bagi pelaku UMKM Kabupaten Bandung								
			Mendirikan Simpul Inovasi dimasing-masing sektor sebagai Pengelolaan Terpadu Usaha Mikro dan Usaha Kecil untuk menjadi wadah pengembangan UMKM secara terpadu serta terintegrasi								
			Kerja sama dengan Web Portal yang menyediakan informasi lengkap seputar perizinan dan program UMKM								



No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
B. Pendanaan											
4	Kurangnya informasi mengenai akses pendanaan bagi UMKM	Peningkatan informasi mengenai macam-macam pendanaan yang dapat diakses oleh pelaku UMKM	Memberikan sosialisasi mengenai akses pendanaan yang dapat diakses oleh Pelaku UMKM seperti Bank, Koperasi, CSR, Dana Bantuan (PKBL BUMN, hibah/ <i>grants</i>), <i>angel investor</i> , <i>crowdfunding</i> , dan bisnis kompetisi							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 3. Dinas Pertanian 4. Dinas Pangan dan Perikanan 5. Dinas Pemuda dan Olahraga 6. Dinas Sosial 7. Asosiasi/Komunitas 8. <i>Stakeholders</i> lainnya	Dinas Koperasi dan UKM
5	Kesulitan pelaku UMKM dalam mendapatkan akses pendanaan	Peningkatan akses pendanaan bagi pelaku UMKM	Kerja sama dengan bank-bank potensial dalam mensosialisasikan Kredit Usaha Rakyat (KUR) kepada pelaku UMKM								
6	Pendanaan menjadi alasan utama UMKM pemula sulit mengembangkan usahanya		Kerja sama dengan dunia usaha/perusahaan yang khususnya berada di Kabupaten Bandung dalam pendanaan UMKM melalui CSR								
			Kerja sama dengan <i>platform</i> investasi, dimana <i>platform</i> tersebut kumpulan <i>angel investor</i> yang memiliki tujuan mengembangkan ekosistem kewirausahaan Indonesia								

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
	Pendanaan menjadi alasan utama UMKM pemula sulit mengembangkan usahanya	Peningkatan akses pendanaan bagi pelaku UMKM	mengenai Dana Bantuan hingga kompetensi bisnis pada <i>platform</i> yang dibuat khusus UMKM Kabupaten Bandung							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 3. Dinas Pertanian 4. Dinas Pangan dan Perikanan 5. Dinas Pemuda dan Olahraga 6. Dinas Sosial 7. Asosiasi/Komunitas 8. <i>Stakeholders</i> lainnya	Dinas Koperasi dan UKM
7	Rendahnya keterampilan dalam penyusunan proposal permohonan pendanaan yang menarik		Memberikan pendampingan dalam penyusunan proposal permohonan pendanaan								
8	Masih rendahnya literasi keuangan dikalangan UMKM	Peningkatan literasi keuangan bagi pelaku UMKM	Memberikan pendampingan bagi pelaku UMKM agar mampu mengakses pembiayaan dan pengelolaan keuangan khususnya pelaku UMKM pemula								
9	Terbatasnya kapasitas usaha dalam memahami serta menyusun laporan keuangan										
C. Legalitas dan Perizinan											
10	Terdapat pelaku UMKM yang enggan mendaftarkan izin usahanya dan mengurus sertifikasi untuk produknya	Mendorong kepemilikan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi bagi pelaku UMKM	Penyebaran informasi dan sosialisasi terkait kepemilikan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi pada setiap acara yang dilakukan oleh pemerintah daerah							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 3. Dinas Pertanian 4. Dinas Pangan dan Perikanan 5. Dinas Pemuda dan Olahraga 6. Dinas Sosial 7. Dinas Kesehatan 8. DPMPTSP 9. Asosiasi/Komunitas	1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
11	Masih rendahnya kesadaran pelaku UMKM akan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) serta sertifikasi		Menjadikan kepemilikan NIB dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) sebagai syarat bagi UMKM untuk dapat mengikuti acara yang dilakukan oleh pemerintah daerah								

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
12	Keterbatasan informasi sertifikasi terutama jika terdapat perubahan peraturan-peraturan terkait sertifikasi (<i>PIRT, Halal, HAKI, BPOM, serta sertifikat lainnya</i>)	Perluasan jangkauan dan intensitas informasi sertifikasi	Kerja sama antar-institusi untuk mengampanyekan pelaksanaan sertifikasi melalui <i>platform</i> yang dibuat khusus UMKM Kabupaten Bandung, media sosial, media elektronik, dan media cetak							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 3. Dinas Pertanian 4. Dinas Pangan dan Perikanan 5. Dinas Pemuda dan Olahraga 6. Dinas Sosial 7. Dinas Kesehatan 8. DPMPTSP 9. Asosiasi/Komunitas	Dinas Perindustrian dan Perdagangan
			Peningkatan kerja sama dengan asosiasi/komunitas/paguyuban mengenai informasi pelaksanaan sertifikasi								
13	Keterbatasan UMKM dalam melakukan pendaftaran dan perpanjangan sertifikasi bagi pelaku UMKM	Optimalisasi pemberian subsidi/insentif/hibah bagi pelaku usaha yang belum memiliki kelengkapan sertifikasi	Menyediakan dokumen informasi perizinan mengenai sistem dan daftar biaya sertifikasi produk (pendaftaran dan perpanjangan)							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 3. Dinas Kesehatan 4. DPMPTSP	1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
			Menyusun skema pembayaran mengenai pendaftaran dan perpajakan sertifikasi melalui kerjasama dengan koperasi dan institusi pembiayaan lainnya								
			Membuat <i>database</i> UMKM mengenai kepemilikan sertifikasi wajib yang telah dimiliki dan belum dimiliki								
14	Adanya kesulitan pelaku UMKM dalam mendaftarkan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi dikarenakan penggunaan <i>Online Single Submission</i> (OSS)	Peningkatan informasi mengenai pendaftaran Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi melalui <i>Online Single Submission</i> (OSS)	Pendampingan kepada pelaku UMKM yang kesulitan dalam penggunaan teknologi sehingga menghambat untuk mendaftarkan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi untuk produknya								DPMPTSP

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
D. Sumber Daya Manusia											
15	Kurangnya <i>research and development</i> terhadap UMKM Kabupaten Bandung	Peningkatan <i>research and development</i> diharapkan dapat membantu penyusunan <i>policy & program support</i> untuk UMKM dimana lingkungan bisnis secara konstan berubah sesuai dengan kondisi	Kerja sama dengan perguruan tinggi dan lembaga penelitian lainnya dalam <i>research and development</i> UMKM di Kabupaten Bandung								Litbang
16	a) Beberapa pelaku UMKM hanya fokus dengan memproduksi barang tanpa memperhatikan sisi lainnya yang dapat mempengaruhi perkembangan usahanya	Pemberdayaan UMKM Kabupaten Bandung	Kerja sama pemberdayaan UMKM dengan perguruan tinggi dalam mentransfer pengetahuan dan teknologi melalui penyediaan inkubasi bisnis, pelatihan, dan pendampingan bagi pelaku UMKM Kabupaten Bandung								1. Litbang 2. Dinas Koperasi dan UKM 3. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 4. Dinas Pertanian 5. Dinas Pangan dan Perikanan 6. Perguan Tinggi 7. Lembaga Penelitian 8. Stakeholders lainnya
	b) Masih rendahnya kualitas UMKM dalam bidang manajemen, organisasi, penguasaan teknologi dan pemasaran	Penguatan kapasitas kelembagaan dan perluasan kemitraan terhadap UMKM	Kerja sama dengan dunia usaha dalam penyediaan pendampingan usaha bagi pelaku UMKM Kabupaten Bandung								
	c) Pengelolaan usaha belum menggunakan pendekatan manajemen usaha yang professional	Peningkatan kemitraan usaha antara usaha mikro kecil dan usaha menengah besar	Kerja sama antara pelaku UMKM dalam berbagi sumber daya untuk memenuhi kapasitas produksi								
	d) Kesulitan dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi	Pengembangan <i>capacity building</i> UMKM									

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
			Pemanfaatan Simpul Inovasi sebagai <i>co-working spaces</i> bagi pelaku ekonomi untuk berkomunikasi dan bertukar pengetahuan, keterampilan, dan informasi							1. Litbang 2. Dinas Koperasi dan UKM 3. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 4. Dinas Pertanian 5. Dinas Pangan dan Perikanan 6. Perguan Tinggi 7. Lembaga Penelitian 8. Stakeholders lainnya	1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
			Memfasilitasi kaka asuh atau <i>mentoring and coaching</i> dengan <i>experts</i> (pelaku UMKM sukses, pelaku usaha besar)								
			Memberikan bimbingan teknis dalam pengembangan dan pengelolaan UMKM								
		Mendorong digitalisasi UMKM Kabupaten Bandung	Memberikan pendampingan untuk peningkatan literasi TIK bagi pelaku UMKM Kabupaten Bandung								
17	a) Pengembangan UMKM khususnya pelatihan dan pendampingan bersifat general, tidak tepat sasaran, dan tidak terintegritas b) Permasalahan yang berbeda-beda bagi setiap kelompok UMKM berdasarkan karakteristiknya	Peningkatan kualitas pelaku UMKM Kabupaten Bandung Memfokuskan pelatihan dan pendampingan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing karakteristik dan jenis usaha	Menyusun Sistem Operasional Prosedur (SOP) dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan UMKM untuk pemangku kepentingan terkait Meningkatkan <i>capacity building</i> untuk instansi terkait mengenai pengetahuan serta pemahaman dalam pengembangan UMKM (pendanaan, pendataan,dll)								

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
	<p>c) Masih rendahnya tenaga pendamping di lapangan menyebabkan banyak UMKM yang sulit mendapatkan layanan pendampingan serta konsultasi</p> <p>d) Informasi mengenai pelatihan dan pendampingan tidak tersebar secara merata kepada pelaku UMKM</p>	<p>Peningkatan pendampingan dan layanan konsultasi di lapangan kepada pelaku UMKM</p> <p>Perluasan jangkauan dan intensitas informasi pelatihan dan pendampingan</p>	<p>Melakukan studi khusus untuk mendata dan menyusun pembagian kelompok UMKM sesuai dengan sifat, karakteristik, permasalahan, dan jenis usaha</p> <p>Menyusun kurikulum pelatihan sesuai dengan kebutuhan masing-masing kelompok UMKM dan sertifikasi kompetensi untuk UMKM</p> <p>Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM sesuai kebutuhan dengan pengelompokan karakteristik UMKM</p> <p>Pemanfaatan lembaga pengembangan bisnis dalam memfasilitasi pelaku UMKM dan memberikan layanan sesuai kebutuhan masing-masing UMKM</p> <p>Meningkatkan akses informasi mengenai pelatihan serta pendampingan kepada UMKM</p>							<p>1. Litbang</p> <p>2. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>3. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p> <p>4. Dinas Pertanian</p> <p>5. Dinas Pangan dan Perikanan</p> <p>6. Perguan Tinggi</p> <p>7. Lembaga Penelitian</p> <p>8. Stakeholders lainnya</p>	<p>1. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p>
18	Belum terdapatnya evaluasi dari pelatihan-pelatihan yang pernah dilakukan	Tersedianya alat ukur dari pelatihan dan pendampingan untuk UMKM Kabupaten Bandung	Melakukan monitoring dan evaluasi untuk seluruh program pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada pelaku UMKM								

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
E. Produk dan Pemasaran											
19	<p>a) Pelaku UMKM cenderung memfokuskan diri dalam proses produksi tanpa diiringi oleh pemasaran dan promosi</p> <p>b) Rendahnya pengetahuan dalam menentukan target pasarnya</p> <p>c) Beberapa pelaku UMKM kesulitan dalam memasarkan produk terutama saat pandemi Covid-19</p> <p>d) Masih rendahnya pemanfaatan bisnis digital</p> <p>e) Rendahnya kreativitas pelaku UMKM dan inovasi produk dalam pengembangan usahanya</p>	<p>Peningkatan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM Kabupaten Bandung dalam pemasaran produk</p> <p>Percepatan pemanfaatan teknologi digital bagi pelaku UMKM</p>	<p>Memberikan pelatihan strategi pemasaran bagi pelaku UMKM Kabupaten Bandung :</p> <p>a) Menentukan target pasar</p> <p>b) Menganalisis karakter konsumen</p> <p>c) Perencanaan strategi pemasaran 7P (<i>product, price, place, promotion, people, process, physical evidence</i>)</p> <p>d) Membentuk komunikasi yang baik antara pelaku usaha dan konsumen</p> <p>e) Menjalin hubungan baik dengan konsumen</p>							<p>1. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p> <p>3. Dinas Pertanian</p> <p>4. Dinas Pangan dan Perikanan</p> <p>5. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan</p> <p>6. Asosiasi/Komunitas</p> <p>7. Stakeholders lainnya</p>	<p>1. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p>
			<p>Kerja sama dengan perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran digital dalam pemberian sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan</p>								
			<p>Memberikan sosialisasi dan pendampingan pemasaran berbasis digital</p>								

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
		Meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya berinovasi mengikuti perkembangan jaman	<p>Peningkatan inovasi melalui ekosistem digital</p> <p>Memberikan pelatihan bagi pelaku UMKM mengenai inovasi bisnis</p> <p>Mengadakan diskusi rutin antara instansi terkait dengan pelaku UMKM dan asosiasi/komunitas guna mendorong pelaku UMKM untuk selalu berinovasi mengikuti perkembangan jaman</p>							<p>1. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p> <p>3. Dinas Pertanian</p> <p>4. Dinas Pangan dan Perikanan</p> <p>5. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan</p> <p>6. Asosiasi/Komunitas</p> <p>7. Stakeholders lainnya</p>	<p>1. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p>
20	<p>a) Kurangnya informasi kepada masyarakat umum mengenai pameran produk UMKM yang selama ini telah dilaksanakan</p> <p>b) Pengunjung yang datang ke pameran tidak terlalu banyak sehingga mayoritas pembelian berasal dari sesama pelaku UMKM</p> <p>c) Belum adanya kurasi untuk UMKM yang ikut serta dalam pameran</p>	Pembaharuan sistem mengenai kegiatan promosi produk UMKM	<p>Menyusun SOP untuk setiap kegiatan promosi UMKM yang dilaksanakan oleh instansi terkait</p> <p>Membuat kegiatan promosi konsep yang jelas sesuai dengan segmentasi pasar</p> <p>Meningkatkan publikasi mengenai kegiatan promosi kepada masyarakat umum melalui pemanfaatan media sosial, media cetak, maupun media lainnya.</p>							<p>1. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>3. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p> <p>4. Dinas Pertanian</p> <p>5. Dinas Pangan dan Perikanan</p> <p>6. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan</p> <p>6. DPMPTSP</p>	<p>1. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p>

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
	d) Belum terdapat konsep yang jelas dalam pelaksanaan promosi / pameran UMKM	Pembaharuan sistem mengenai kegiatan promosi produk UMKM	Melakukan <i>monitoring</i> dan evaluasi untuk seluruh kegiatan pameran produk UMKM yang telah dilaksanakan							1. Dinas Koperasi dan UKM 3. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 4. Dinas Pertanian 5. Dinas Pangan dan Perikanan 6. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan 6. DPMPTSP	1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
F. Lainnya											
21	Koordinasi antar <i>stakeholders</i> yang belum optimal dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bandung	Peningkatkan koordinasi Antar <i>stakeholders</i>	Membangun kolaborasi seluruh pemangku kepentingan dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bandung							1. Dinas Koperasi dan UKM 3. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 4. Dinas Pertanian 5. Dinas Pangan dan Perikanan 6. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan 6. DPMPTSP 7. Sekertaris Daerah 8. BAPPEDA	Sekertaris Daerah

Tabel 5.1 Rencana Aksi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung

1.2 Rencana Aksi Pengembangan UMKM Berdasarkan Kelompok UMKM

Permasalahan yang dihadapi setiap kelompok UMKM Kabupaten Bandung berbeda-beda, sehingga tidak hanya dibutuhkannya Rencana Aksi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung secara keseluruhan, tetapi Rencana Aksi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung berdasarkan kelompok UMKM juga dibutuhkan. Diharapkan Rencana Aksi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung berdasarkan kelompok UMKM dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi masing-masing kelompok UMKM.

Pembagian kelompok UMKM didasarkan oleh perkembangannya, dimana Sarfiah et al. (2019) menjelaskan bahwa klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat dikelompokkan menjadi empat menurut perkembangannya, yaitu:

5. *Livelihood Activity*

Kelompok UMKM yang dapat disebut sebagai kelompok usaha sektor informal, dimana usahanya digunakan sebagai kesempatan kerja untuk menafkahi kebutuhan hidup sehari-harinya. Salah satu contohnya adalah pedagang kaki lima.

6. *Micro Enterprise*

Kelompok yang merupakan UMKM yang cenderung memiliki sifat pengrajin, dimana mampu dalam menghasilkan atau memproduksi suatu barang namun belum memiliki sifat kewirausahaan yang dapat mengembangkan usahanya.

7. *Small Dynamic Enterprise*

Kelompok UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.

8. *Fast Moving Enterprise*

Kelompok UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

1.2.1 Kelompok UMKM Pemula, *Livelihood Activity*, dan *Micro Enterprise*

Permasalahan yang sering dihadapi oleh kelompok UMKM pemula, *Livelihood Activity*, dan *Micro Enterprise* adalah permasalahan mengenai pendanaan, perizinan dan legalitas, hingga pengetahuan mengenai manajemen bisnis. Oleh karena itu, tabel dibawah ini merupakan Rencana Aksi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh kelompok UMKM pemula, *Livelihood Activity*, dan *Micro Enterprise*.

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
UMKM Pemula, <i>Livelihood Activity</i>, dan <i>Micro Enterprise</i>											
A. Pendanaan											
1	Kesulitan pelaku UMKM dalam mendapatkan akses pendanaan	Peningkatan akses pendanaan bagi pelaku UMKM	Penyampaian informasi dan pendampingan mengenai berbagai akses pendanaan (Bank, Koperasi, CSR, Dana Bantuan PKBL BUMN, hibah/ <i>grants</i> , <i>angel investor</i> , <i>crowdfunding</i> , dan bisnis kompetisi) bagi pelaku UMKM akses pada <i>platform</i> yang dibuat khusus UMKM Kabupaten Bandung serta media sosial							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 3. Dinas Pertanian 4. Dinas Pangan dan Perikanan 5. Dinas Pemuda dan Olahraga 6. Dinas Sosial 7. Asosiasi/Komunitas 8. <i>Stakeholders</i> lainnya	Dinas Koperasi dan UKM
2	Pendanaan menjadi alasan utama UMKM pemula sulit mengembangkan usahanya		Memberikan pendampingan dalam penyusunan proposal permohonan pendanaan								
3	Rendahnya keterampilan dalam penyusunan proposal permohonan pendanaan yang menarik	Peningkatan literasi keuangan bagi pelaku UMKM	Memberikan pelatihan dan pendampingan pengelolaan keuangan mengenai pencatatan keuangan hingga penyusunan laporan keuangan								
4	Masih rendahnya literasi keuangan dikalangan UMKM										
5	Terbatasnya kapasitas usaha dalam memahami serta menyusun laporan keuangan										

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
UMKM Pemula, Livelihood Activity, dan Micro Enterprise											
B. Perizinan dan Legalitas											
6	Bersifat informal serta masih terdapat pelaku UMKM yang enggan mendaftarkan izin usahanya dan mengurus sertifikasi untuk produknya	Mendorong kepemilikan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi bagi pelaku UMKM	Penyebaran informasi dan sosialisasi terkait kepemilikan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi pada setiap acara yang dilakukan oleh pemerintah daerah							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan	
7	Masih rendahnya kesadaran pelaku UMKM akan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) serta sertifikasi		Menjadikan kepemilikan NIB dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) sebagai syarat bagi UMKM untuk dapat mengikuti acara yang dilakukan oleh pemerintah daerah								DPMPPTSP
8	Keterbatasan informasi sertifikasi terutama jika terdapat perubahan peraturan-peraturan terkait sertifikasi (<i>PIRT, Halal, HAKI, BPOM, serta sertifikat lainnya</i>)		Perluasan jangkauan dan intensitas informasi sertifikasi	Mengempanyekan pelaksanaan sertifikasi melalui <i>platform</i> yang dibuat khusus UMKM Kabupaten Bandung, media sosial, media elektronik, dan media cetak Peningkatan kerja sama dengan asosiasi/komunitas/paguyuban mengenai informasi pelaksanaan sertifikasi							
9	Keterbatasan UMKM dalam melakukan pendaftaran dan perpanjangan sertifikasi bagi pelaku UMKM	Optimalisasi pemberian subsidi/insentif/hibah bagi pelaku usaha yang belum memiliki kelengkapan sertifikasi	Menyediakan dokumen informasi perizinan mengenai sistem dan daftar biaya sertifikasi produk (pendaftaran dan perpanjangan) Menyusun skema pembayaran mengenai pendaftaran dan perpajakan sertifikasi melalui kerjasama dengan koperasi dan institusi pembiayaan lainnya Membuat database UMKM mengenai kepemilikan sertifikasi wajib yang telah dimiliki dan belum dimiliki							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan	
10	Adanya kesulitan pelaku UMKM dalam mendaftarkan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi dikarenakan penggunaan <i>Online Single Submission (OSS)</i>	Peningkatan informasi mengenai pendaftaran Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi melalui <i>Online Single Submission (OSS)</i>	Pendampingan kepada pelaku UMKM yang kesulitan dalam penggunaan teknologi sehingga menghambat untuk mendaftarkan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi untuk produknya							DPMPPTSP	

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
UMKM Pemula, Livelihood Activity, dan Micro Enterprise											
C. Sumber Daya Manusia											
11	Masih rendah jiwa kewirausahaan dan sikap mandiri dalam mengembangkan usahanya	Mengembangkan pola pikir dan jiwa kewirausahaan UMKM Kabupaten Bandung	Pelatihan kewirausahaan untuk UMKM pemula dan UMKM <i>livelihood activities</i>							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 3. Dinas Pertanian 4. Dinas Pangan dan Perikanan 5. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan 6. Asosiasi/Komunitas 7. Perguruan Tinggi 8. Stakeholders lainnya	1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
12	Fokus terhadap produksi tanpa memperhatikan aspek lainnya dalam pengelolaan usaha		Kerja sama dengan perguruan tinggi dalam penyediaan pelatihan dan pendampingan <i>score training</i> bagi UMKM <i>Micro Enterprise</i>								
13	a) Rendahnya penerapan dan pengetahuan manajemen usaha (manajemen keuangan, manajemen SDM, manajemen pemasaran, dan manajemen operasional) b) Pengelolaan usaha cenderung masih tradisional belum menggunakan pendekatan manajemen usaha yang professional c) Beberapa pelaku UMKM belum mengetahui secara jelas mengenai target pasar bagi usahanya dan tidak mengetahui dalam penentuan target pasarnya	Penguatan serta peningkatan kapasitas pelaku UMKM Kabupaten Bandung Peningkatan pendampingan dan layanan konsultasi di lapangan kepada pelaku UMKM	Pelatihan manajemen usaha dan sistem informasi akuntansi pada pelaku UMKM Memfasilitasi kaka asuh atau <i>mentoring and coaching</i> dengan pelaku UMKM yang berhasil mengembangkan usahanya (<i>Small Dynamic Enterprise & Fast Moving Enterprise</i>) Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai strategi pemasaran bagi pelaku UMKM Kabupaten Bandung : a) Menentukan target pasar b) Menganalisis karakter konsumen c) Perencanaan strategi pemasaran 7P (<i>product, price, place, promotion, people, process, physical evidence</i>) d) Membentuk komunikasi yang baik antara pelaku usaha dan konsumen e) Menjalin hubungan baik dengan konsumen								

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
UMKM Pemula, Livelihood Activity, dan Micro Enterprise											
C. Sumber Daya Manusia											
14	Masih rendahnya dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi oleh pelaku UMKM	Digitalisasi UMKM melalui percepatan pemanfaatan teknologi digital bagi pelaku UMKM Kabupaten Bandung	Memberikan pendampingan untuk peningkatan literasi TIK bagi pelaku UMKM Kabupaten Bandung								
			Digitalisasi UMKM Kabupaten Bandung melalui penguatan ekosistem UMKM dan <i>e-commerce</i>								
			Memberikan sosialisasi dan pendampingan pemasaran berbasis digital								

Tabel 5. 2 Rencana Aksi Pengembangan UMKM Pemula, *Livelihood Activity*, dan *Micro Enterprise*

1.2.2 Kelompok UMKM *Small Dynamic Enterprise* dan *Fast Moving Enterprise*

Permasalahan yang sering dihadapi oleh kelompok UMKM *Small Dynamic Enterprise* dan *Fast Moving Enterprise* adalah permasalahan kapasitas produk, inovasi, hingga pemasaran. Oleh karena itu, tabel dibawah ini merupakan Rencana Aksi Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh kelompok UMKM *Small Dynamic Enterprise* dan *Fast Moving Enterprise*.

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
UMKM <i>Small Dynamic Enterprise</i> dan <i>Fast Moving Enterprise</i>											
A.	Kapasitas Produk										
1	Beberapa pelaku UMKM terhambat dikarenakan kapasitas produksi yang masih terbatas	Peningkatan Kapasitas dan Efisiensi Produksi UMKM Kabupaten Bandung	Pendampingan dalam strategi peningkatan kapasitas produksi UMKM dengan penerapan teknologi dalam kegiatan produksi							1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan 3. Dinas Pertanian 4. Dinas Pangan dan Perikanan 5. Dinas Pemuda dan Olahraga 6. Dinas Sosial 7. Asosiasi/Komunitas 8. <i>Stakeholders</i> lainnya	1. Dinas Koperasi dan UKM 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
UMKM <i>Small Dynamic Enterprise</i> dan <i>Fast Moving Enterprise</i>											
B. Inovasi dan Branding											
2	Terdapat tuntutan dalam meningkatkan kreativitas pelaku UMKM dan inovasi produk dalam pengembangan usahanya	Membangun UMKM Kabupaten Bandung yang selalu inovasi dengan pendekatan berpikir ke depan	<p>Pelatihan secara teknis dan komprehensif kepada pelaku UMKM mengenai inovasi produk dengan efektif dan efisien sehingga diharapkan dapat berdaya saing</p> <p>Mengadakan diskusi rutin yang disesuaikan dengan jenis usaha antara instansi terkait dengan pelaku UMKM dan asosiasi/komunitas guna mendorong pelaku UMKM untuk selalu berinovasi mengikuti perkembangan jaman</p>							<p>1. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p> <p>3. Dinas Pertanian</p> <p>4. Dinas Pangan dan Perikanan</p> <p>5. Dinas Pemuda dan Olahraga</p> <p>6. Dinas Sosial</p> <p>7. Asosiasi/Komunitas</p> <p>8. Perguruan Tinggi</p> <p>9. <i>Stakeholders</i> lainnya</p>	<p>1. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p>
3	<p>a) Kurangnya pemahaman mengenai branding</p> <p>b) Kekuatan daya tahan UMKM tidak disertai oleh <i>branding</i> yang kuat</p>	Penguatan <i>branding</i> untuk produk UMKM Kabupaten Bandung	<p>Memberikan sosialisasi dan pendampingan mengenai pengetahuan <i>branding</i> untuk meningkatkan daya saing</p> <p>Pelatihan serta layanan konsultasi dalam membangun serta meningkatkan <i>branding</i> yang efektif bagi UMKM Kabupaten Bandung</p>								

No	Permasalahan	Rekomendasi Kebijakan	Rekomendasi Kegiatan	Timeline						Instansi Terkait	Penanggung Jawab
				2021	2022	2023	2024	2025	2026		
UMKM <i>Small Dynamic Enterprise</i> dan <i>Fast Moving Enterprise</i>											
C.	Perluasan Pemasaran										
4	<p>a) Minimnya pengetahuan mengenai ekspor dan perluasan pasar</p> <p>b) Masih terdapat ketidak percaya dirian atau pun ketakutan untuk memulai ekspor</p> <p>c) Keterbatasan informasi sertifikasi yang diperlukan untuk ekspor sesuai masing-masing komoditas</p> <p>d) Informasi mengenai kegiatan, seminar, atau business meeting mengenai kesempatan ekspor yang masih sulit</p>	Mendorong kesempatan UMKM Kabupaten Bandung untuk menembus pasar ekspor	<p>Membuat pemetaan potensi produk UMKM di Kabupaten Bandung yang memiliki potensi ekspor</p> <p>Memberikan sosialisasi dan pelatihan bagi UMKM yang khususnya masuk dalam klasifikasi <i>Small Dynamic Enterprise</i> dan <i>Fast Moving Enterprise</i> mengenai pasar ekspor</p> <p>Pendampingan dalam tata cara kegiatan ekspor mulai dari pemasaran produk, <i>business pitching</i>, standarisasi, sistem pembayaran, dokumen yang harus disiapkan, hingga sistem pengiriman</p> <p>Pendampingan legalitas serta sertifikasi bagi UMKM yang akan menembus pasar ekspor</p> <p>Penyampaian seluruh informasi kegiatan mengenai ekspor melalui <i>platform</i> yang dibuat khusus UMKM Kabupaten Bandung serta media sosial</p>							<p>1. Dinas Koperasi dan UKM</p> <p>2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan</p> <p>3. Dinas Pertanian</p> <p>4. Dinas Pangan dan Perikanan</p> <p>5. Dinas Pemuda dan Olahraga</p> <p>6. Dinas Sosial</p> <p>7. Asosiasi/Komunitas</p>	Dinas Perindustrian dan Perdagangan

Tabel 5. 3 Rencana Aksi Pengembangan UMKM *Small Dynamic Enterprise* dan *Fast Moving Enterprise*

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung. (2021). *Kabupaten Bandung Dalam Angka 2021*.

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2021). *Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2021*.

Febriani, E., & Dewobroto, W. S. (2018). Problems and requirement analysis as a first step to connect researchers and small and medium enterprises (SMEs). *Cogent Business and Management*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1513774>

Koperasi, K., Usaha, D. A. N., Dan, K., & Indonesia, R. (2020). *Rencana strategis kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah tahun 2020 - 2024*.

LPPI, & Indonesia, B. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.

Muhammad, F. (2018). Mendukung Kemudahan Berusaha Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Berbadan Hukum Dengan Gagasan Pendirian Perseroan Terbatas Oleh Pemegang Saham Tunggal. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 7(3), 445. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v7i3.293>

Pemerinta, P. N., Tentang Kemudahan, H., An, P., Pemberday, D., Koperasi, A., Usaha Mikro, D., Bab, D. M., Ketentuan, I., & Pasal, U. (2008). *Menetapkan PRES IDEN REPUBLIK INDONESIA-2-MEMUTUSKA N. 086507*.

Putri E, H. (2017). Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Samarinda). *E-Journal Administrasi Negara*, 5(1), 5431–5445.

Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189.

<https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>

Susanti, H. D., Pradana, D. A., & Suprihatin, E. (2019). *Synergy of the Pentahelix Model to Establish Resilient Smes in Facing New Normal during Covid-19 Pandemic*. 754–761.

Udin, N. (2011). LANGKAH PENYADARAN BRAND USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM). *Humaniora*, 2(1), 277–280.

Wardhana, D. (2021). *Simpul Inovasi Kabupaten Bandung*.

WHO. (2020). *WHO COVID-19 Data Dashboard*.

Yoshino, N. (2016). Major Challenges Facing Small and Medium-Sized Enterprises in Asia and Solutions for Mitigating Them. *SSRN Electronic Journal*, 564.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2766242>

Bidang Sumber Daya Alam & Investasi BAPPEDA Kab. Bandung