



**UPAYA DINAS KOPERASI DAN UMKM DALAM
PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
DI KABUPATEN BOGOR**

Skripsi

Diajukan oleh :

Muhammad Nur Fauzi

021119196

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PAKUAN**

OKTOBER 2023



**UPAYA DINAS KOPERASI DAN UMKM DALAM
PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
DI KABUPATEN BOGOR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf T. Irawan S.E., M.E., Ph.D.)

Program Studi Manajemen
(Prof.Dr.Yohanes Indrayono, Ak., MM.,CA)

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI

Kami selaku Ketua Komisi dan Anggota Komisi telah melakukan bimbingan skripsi mulai tanggal: 17 September 2022 dan berakhir tanggal: 29 September 2023.

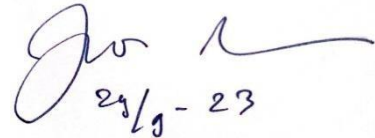
Dengan ini menyatakan bahwa,

Nama : Muhammad Nur Fauzi
NPM : 021119196
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah : Skripsi
Ketua Komisi : Fredi Andria, STP., M.M.
Anggota Komisi : Nizam M Andrianto, S.P.,M.M.
Judul Skripsi : Upaya Dinas Koperasi dan UMKM Dalam Pengembangan
UMKM di Kabupaten Bogor

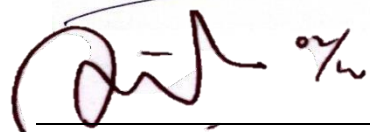
Menyetujui bahwa nama tersebut di atas dapat disertakan mengikuti ujian sidang skripsi yang dilaksanakan oleh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Disetujui,

Ketua Komisi pembimbing
(Fredi Andria, STP., M.M.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Nizam M Andrianto, S.P.,M.M.)



Diketahui,

Ketua Program Studi
(Prof.Dr.Yohanes Indrayono, Ak., MM.,CA)





**UPAYA DINAS KOPERASI DAN UMKM DALAM
PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
DI KABUPATEN BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Rabu tanggal 18 Oktober 2023

Muhammad Nur Fauzi
021119196

Menyetujui,

Ketua Penguji Sidang
(Dr.Sri Hidajati Ramdani, S.E, M.M.)

Ketua Komisi pembimbing
(Fredri Andria, STP., M.M.)

Anggota Komisi Pembimbing
(Nizam M Andrianto, S.P.,M.M.)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Nur Fauzi
NPM : 021119196
Judul Skripsi : Upaya Dinas Koperasi dan UMKM Dalam Pengembangan
UMKM di Kabupaten Bogor

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, Oktober 2023



Muhammad Nur Fauzi
021119196

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau kutipan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

2023

ABSTRAK

Muhammad Nur Fauzi. 021119196. Upaya Dinas Koperasi dan UMKM dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor. Di bawah bimbingan : FREDI ANDRIA dan NIZAM M ANDRIANTO. 2023.

Kabupaten Bogor merupakan salah satu daerah yang memiliki tingkat pertumbuhan UMKM yang cukup tinggi. Jumlah UMKM yang cukup tinggi membuat UMKM Kabupaten Bogor mempunyai potensi yang kuat untuk berkembang namun masih ada beberapa kendala yang mereka alami seperti masalah kurang memahami pengolahan produksi dengan baik, kurang lengkapnya legalitas usaha serta kesulitan dalam melakukan pemasaran produk. Berdasarkan hal tersebut, dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor harus mengatasi setiap kendala-kendala yang dialami para pelaku UMKM tersebut sebagai upaya dalam melakukan pengembangan terhadap UMKM di Kabupaten Bogor. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk menganalisis upaya Dinas Koperasi dan UMKM dalam membantu kelengkapan perizinan, pengolahan produk serta pemasaran produk para pelaku UMKM (2) Untuk menganalisis evaluasi Dinas Koperasi dan UMKM mengenai masalah penyampaian informasi dan kuota peserta pelatihan (3) Untuk menganalisis prioritas alternatif strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, metode penarikan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan teknik *judgement sampling*, analisis data menggunakan matriks SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* dengan bantuan *Software Expert Choice 11*.

Hasil penelitian menggunakan AHP untuk mengetahui alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT menunjukkan bahwa prioritas alternatif strategi tertinggi adalah strategi (SO), dalam strategi SO menekankan pada empat atribut utama yaitu: (1) Memanfaatkan antusiasme pelaku usaha serta sarana dan prasarana yang tersedia untuk menyelenggarakan program pelatihan bagi para pelaku UMKM (2) Memberikan akses kepada UMKM untuk bisa mengikuti berbagai program dan bantuan dari pemerintah maupun kementerian (3) Mengikuti event-event pemasaran dan memanfaatkan teknologi modern guna meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran melalui media digital untuk para pelaku UMKM (4) Mempererat hubungan kerjasama dengan instansi lain guna meningkatkan kualitas UMKM Kabupaten Bogor dari aspek legalitas dan sistem pemasarannya

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, SWOT, AHP

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Upaya Dinas Koperasi Dan UMKM Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bogor”. Sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen, Universitas Pakuan Bogor.

Penulis mengucapkan syukur yang sebesar-besarnya karena memang untuk mendapatkan sesuatu yang berharga, butuh usaha yang kuat, pengorbanan yang besar, kesabaran, serta perjuangan yang luar biasa. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua yang di mana berkat doa dan dukungan yang mereka hantarkan telah menjadi lecutan semangat juangku dan kemudahan langkahku dalam menjalankan semua ujian dan rintangan yang datang menghampiri. Terima kasih telah berjuang dalam hidup ayah dan ibu untuk memanusiakanku, sabar untuk mengasuh, mendidik, memberikan motivasi dan membimbingku. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta, yang senantiasa selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya baik moral maupun materil yang tiada henti-hentinya.
2. Bapak Towaf T. Irawan S.E., M.E., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Ibu Dr. Retno Endah Martanti Lestari, SE., M.Si., CMA., CAPM., CAP selaku Wakil Dekan Akademik dan Kemahasiswaan
4. Ibu Enok Rusmanah, SE., M.Acc selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Keuangan dan Sumber Daya Manusia
5. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak, M.M., CA. selaku Ketua Progam Studi Manajemen.
6. Ibu Tutus Rully, SE.,MM. selaku Asisten Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
7. Bapak Fredi Andria, S.Tp., MM selaku Ketua Komisi Pembimbing.
8. Nizam M Andrianto, S.P.,M.M.selaku Anggota Komisi Pembimbing.
9. Seluruh dosen, staf pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, yang tidak dapat disebut satu per satu.
10. Semua teman-teman dan berbagai pihak lainnya yang selalu memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

DAFTAR ISI

JUDUL	
ABSTRAK	i
PRAKATA	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	5
1.2.1. Identifikasi Masalah	5
1.2.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1. Maksud Penelitian	5
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1. Kegunaan Praktis.....	6
1.4.2. Kegunaan Akademis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.2. Manajemen Strategi.....	7
2.2.1 <i>Stages Of Strategic Management</i>	8
2.2.2 Fungsi Strategi.....	8
2.3. Pembinaan.....	9
2.4. Pengembangan	10
2.5. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	12
2.6. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	13
2.6.1 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	15
2.6.2 Manfaat UMKM.....	16
2.6.3 Kelebihan dan Kelemahan UMKM	16
2.6.4 Jenis-jenis UMKM	17
2.7. Analisis SWOT dan Matrix SWOT	18
2.7.1 Analisis SWOT.....	18
2.7.2 Matrix SWOT.....	19
2.8. <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	20
2.8.1. Prinsip dasar Metode <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	21

2.8.2.	Pengolahan AHP	23
2.9.	Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran.....	25
2.9.1.	Penelitian Terdahulu.....	25
2.9.2.	Kerangka Pemikiran	32
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1.	Jenis Penelitian	34
3.2.	Objek, Unit analisis dan Lokasi Penelitian	34
3.3.	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	34
3.4.	Operasional Variabel	34
3.5.	Metode Penarikan Sampel.....	35
3.6.	Metode Pengumpulan Data	35
3.7.	Metode Analisis Data	36
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
4.1.1.	Profile Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor.....	40
4.1.2.	Struktur Organisasi, Tugas dan Fungsi Jabatan	41
4.2.	Analisis dan Bahasan.....	52
4.2.1.	Analisis Upaya DINKOPUKM dalam Membantu Perizinan, Pengolahan Produk dan Pemasaran Produk Pelaku UMKM.....	52
4.2.2.	Analisis Upaya DINKOPUKM Mengevaluasi Upaya yang dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM Terkait Penyampaian Informasi dan Keterbatasan Kuota Peserta Pelatihan 54	
4.2.3.	Analisis SWOT Pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor.....	55
4.2.4.	Matrix SWOT.....	57
4.2.5.	Prioritas Alternatif Strategi SWOT Menggunakan AHP.....	63
BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1.	Kesimpulan	85
5.2.	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	91
LAMPIRAN	92
	Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	92
	Lampiran 2 Kuisisioner UMKM.....	96
	Lampiran 3 Kuisisioner Kepala Bidang UMKM.....	98
	Lampiran 4 Kuisisioner AHP.....	99
	Lampiran 5 Dokumentasi	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jenis-jenis UMKM Kabupaten Bogor	3
Tabel 2.1 Matrix SWOT	20
Tabel 2.2 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan	23
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 2 Matrix Perbandingan Berpasangan	37
Tabel 3.3 Skala nilai perbandingan berpasangan	37
Tabel 4.1 Faktor-Faktor <i>Strengths</i> Dinas Koperasi dan UMKM	56
Tabel 4. 2 Faktor-Faktor <i>Weakness</i> Dinas Koperasi dan UMKM	56
Tabel 4. 3 Faktor-Faktor <i>Opportunity</i> Dinas Koperasi dan UMKM.....	56
Tabel 4.4 Faktor-Faktor <i>Threat</i> Dinas Koperasi dan UMKM.....	56
Tabel 4. 5 Matrix SWOT	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Umkm Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Jumlah UMKM Kabupaten Bogor	2
Gambar 2.1 Struktur Hierarki AHP	21
Gambar 3.1 Struktur Hirarki AHP	37
Gambar 4.1 Lokasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor	42
Gambar 4.3 Struktur Hierarki Alternatif Strategi	63
Gambar 4.4 Grafik Hasil Input Responden Antar Kriteria	64
Gambar 4. 5 Grafik Hasil Input Responden untuk Kriteria (S)	65
Gambar 4.6 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S1)	65
Gambar 4.7 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S2)	66
Gambar 4. 8 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S3)	66
Gambar 4. 9 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S4)	67
Gambar 4. 10 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S5)	67
Gambar 4. 11 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S6)	68
Gambar 4.12 Grafik Hasil Input Responden untuk Kriteria (W).....	68
Gambar 4. 13Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (W1).....	69
Gambar 4. 14 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (W2).....	69
Gambar 4. 15 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (W3).....	70
Gambar 4. 16 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (W4).....	70
Gambar 4. 17 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (W5).....	71
Gambar 4. 18 Grafik Hasil Input Responden untuk Kriteria (O).....	71
Gambar 4. 19 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (O1).....	72
Gambar 4. 20 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (O2).....	72
Gambar 4. 21 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (O3).....	73
Gambar 4. 22 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (O4).....	73
Gambar 4. 23 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (O5).....	74
Gambar 4. 24 Grafik Hasil Input Responden untuk Kriteria (T).....	74
Gambar 4. 25 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (T1).....	75

Gambar 4. 26 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (T2).....	75
Gambar 4. 27 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (T3).....	76
Gambar 4. 28 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (T4).....	76
Gambar 4. 29 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (T5).....	77
Gambar 4. 30 Grafik <i>Performance</i>	78
Gambar 4. 31 Grafik <i>Head To Head</i>	78
Gambar 4. 32 Grafik <i>Two Dimensional</i>	79
Gambar 4. 33 Grafik <i>Dynamic</i>	79
Gambar 4. 34 Grafik <i>Synthesis Summary</i>	80
Gambar 4. 35 Hierarki Keputusan Alternatif Strategi	81

DAFTAR LAMPIRAN

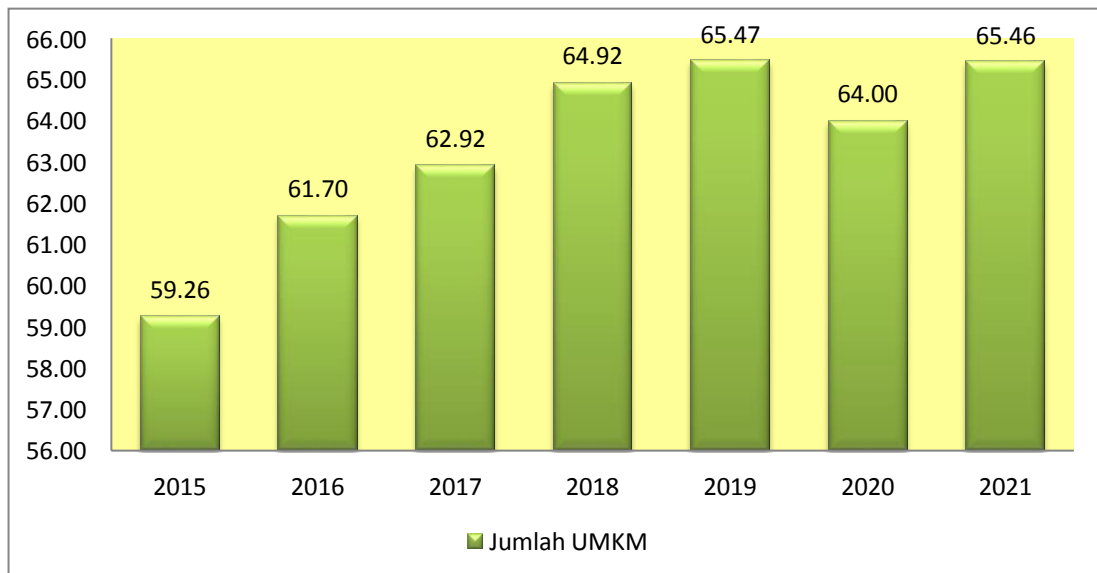
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	92
Lampiran 2 Kuisisioner UMKM.....	96
Lampiran 3 Kuisisioner Kepala Bidang UMKM.....	98
Lampiran 4 Kuisisioner AHP	99
Lampiran 5 Dokumentasi.....	109

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

UMKM merupakan pihak yang memiliki andil cukup besar dalam pergerakan perekonomian nasional. UMKM memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan nasional, penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan bagi masyarakat yang memiliki pendapatan rendah serta memanfaatkan kemampuan menggunakan bahan baku lokal agar menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat luas (Artini *et al.* 2019). UMKM juga berperan untuk mengurangi angka pengangguran yang ada di setiap daerah karena mampu menyerap tenaga kerja dengan cepat tanpa memandang tinggi rendahnya pendidikan yang mereka tempuh sebelumnya. Selain itu, UMKM juga mempunyai peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional, hal ini dapat dilihat dari terciptanya para pelaku usaha yang berani memulai bisnis dalam skala mikro, kecil maupun menengah. Pada negara berkembang termasuk negara Indonesia salah satu kegiatan utama negaranya adalah dengan meningkatkan pembangunan nasional di bidang ekonomi. UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian KUKM tahun 2020 bahwa jumlah UMKM mencapai 64 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai dengan Rp.8.573,89 triliun. UMKM juga berkontribusi dalam menyerap tenaga kerja Indonesia dan mempunyai porsi investasi sebesar 60,4%.

Negara Indonesia memiliki UMKM dengan jumlah besar yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Berikut adalah data jumlah UMKM Indonesia dalam kurun waktu 2015 hingga 2021.



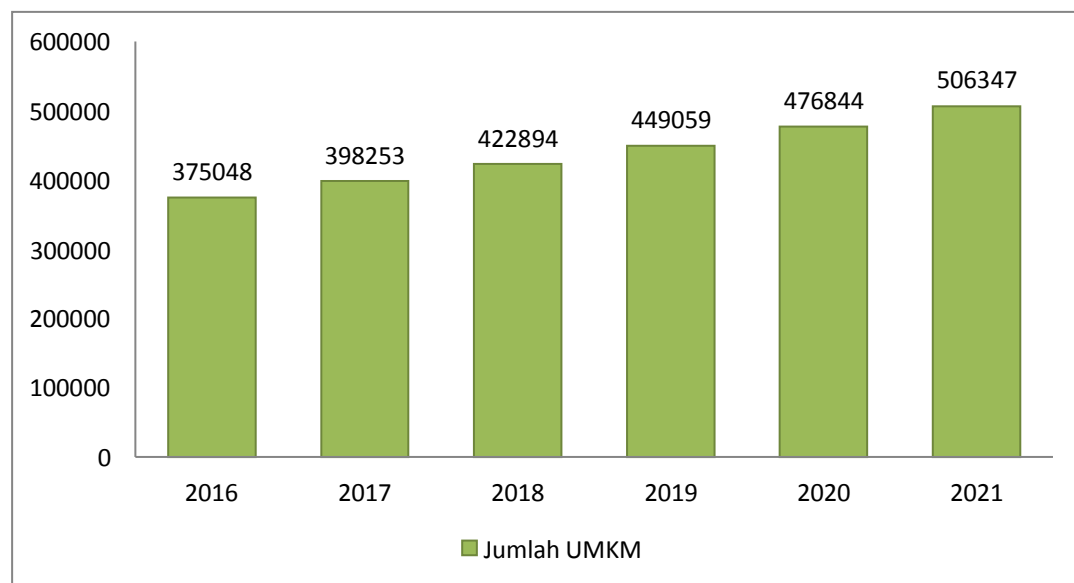
Sumber : Data Sekunder dataindonesia.id, Kemenkopukm (2021)

Gambar 1.1 Jumlah Umkm Indonesia

Berdasarkan gambar data jumlah UMKM di atas, menunjukkan bahwa jumlah

UMKM Indonesia dalam setiap tahunnya selalu bertambah dan hanya pada tahun 2020 dan 2021 saja yang jumlahnya menurun. Meningkatnya jumlah UMKM Indonesia ini memberi indikasi positif bahwa masyarakat Indonesia mempunyai jiwa wirausahawan yang tinggi. Hal ini juga akan membawa pengaruh baik bagi para pencari kerja karena semakin banyak dan bertumbuhnya jumlah UMKM Indonesia semakin terbuka pula lapangan-lapangan kerja baru yang dapat dimanfaatkan oleh para pencari kerja.

Jumlah UMKM Indonesia tersebar di seluruh wilayah Indonesia salah satunya yaitu di wilayah Kabupaten Bogor, Jawa Barat. UMKM yang ada di Kabupaten Bogor bisa mencapai ratusan ribu jumlahnya. Berikut adalah data jumlah UMKM Kabupaten Bogor dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir.



Sumber : Data Sekunder Opendatajabar.Go.Id (2021)

Gambar 1.2 Jumlah UMKM Kabupaten Bogor

Berdasarkan gambar data di atas terlihat bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Bogor terus meningkat dalam setiap tahunnya. Meningkatnya jumlah UMKM ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor memiliki jiwa usaha yang tinggi dan juga memiliki tekad yang kuat untuk menjadi seorang pengusaha. Kabupaten Bogor juga memiliki beberapa UMKM-UMKM unggulan. Hal ini didukung oleh penelitian Suprayitno et al (2016) yang berjudul “Penentuan Produk Unggulan Usaha Mikro Kecil Menengah Sektor Industri Agro di Kabupaten Bogor”. Berdasarkan penelitian tersebut terbukti bahwa ada salah satu UMKM unggulan yang ada di Kabupaten Bogor yaitu minuman sari pala yang berada di Kecamatan Tamansari. Selain itu juga masih banyak lagi UMKM unggulan lainnya yang ada di Kabupaten Bogor. Bogor memang salah satu kota di Indonesia yang memiliki UMKM dengan jumlah cukup banyak yang terdiri dari bermacam-macam jenis usaha. Berikut adalah jenis-jenis UMKM Kabupaten Bogor yang tercatat dalam kurun waktu 2019 hingga 2021.

Tabel 1. 1 Jenis-jenis UMKM Kabupaten Bogor

Jenis UMKM	Jumlah		
	2019	2020	2021
Agribisnis	9	11	0
Aksesoris	0	0	2
Batik	0	0	0
Bordir	0	0	0
Craft	30	37	11
Dekorasi	0	0	0
Mebel	0	0	1
Fashion	13	35	15
Industri	10	16	3
Jasa	11	14	5
Konveksi	1	1	0
Kuliner	49	52	2
Makanan	33	104	90
Minuman	8	14	15
Obat-obatan	0	0	0

Sumber : Data Sekunder Opendatajabar.Go.Id (2023)

Berdasarkan tabel data di atas terlihat bahwa pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Bogor menjalankan usaha-usaha yang beragam. Jumlah dari masing-masing jenis UMKMpun terus bertambah setiap tahunnya. UMKM makanan menjadi jenis usaha yang memiliki jumlah paling banyak. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha di Kabupaten Bogor mayoritas menggeluti usaha di bidang makanan. Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, itu menjadi salah satu alasan mengapa para pelaku usaha di Kabupaten Bogor lebih banyak yang menekuni usaha dalam bidang makanan. Meskipun begitu, dibalik kemajuan UMKM di Kabupaten Bogor, sebagian besar pelaku usaha masih memiliki kendala yang cukup beragam.

Fenomena kendala yang dialami para pelaku UMKM itu merupakan *point-point* yang dapat dijadikan tolak ukur kesejahteraan suatu usaha. Berdasarkan survey lapangan yang dilakukan peneliti bersama dengan Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Bogor, kendala pertama yaitu kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang rendah padahal SDM merupakan salah satu unsur penting dalam perkembangan suatu usaha. UMKM yang ingin berkembang tentu harus memiliki SDM yang berkualitas namun nyatanya kualitas SDM para pelaku UMKM Kabupaten Bogor masih kurang baik. Kemudian para pelaku UMKM juga merasa kesulitan dalam pemasaran produk, kendala dalam hal pemasaran memang suatu permasalahan yang seringkali dialami para pelaku usaha padahal pemasaran produk yang baik dapat memperkenalkan produk dan dapat meningkatkan pendapatan. Selanjutnya yaitu kendala mengenai legalitas atau perizinan usaha, perizinan usaha merupakan suatu dasar berjalannya suatu usaha. Terlengkapinya persyaratan legalitas produk suatu

UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dari UMKM tersebut. Legalitas produk suatu UMKM juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produknya. Konsumen akan berpikir bahwa produk tersebut adalah produk yang aman dan berkualitas karena legalitas atau perizinannya lengkap. Namun berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti bersama dengan perwakilan dari pegawai Dinas UMKM Kabupaten Bogor, terlihat bahwa para pelaku UMKM Kabupaten Bogor lalai akan izin usaha sehingga cukup banyak para pelaku UMKM belum memiliki perizinan usaha yang lengkap. Hal ini dibenarkan oleh Bapak Asep Mulyana Sudrajat yang menyampaikan *statement* bahwa dari binaan DINKOPUKM baru hanya sekitar 32.000 UMKM saja yang legalitas atau perizinan usahanya lengkap.

Terkait dengan berbagai permasalahan yang dialami para pelaku UMKM, disinilah Dinas Koperasi dan UMKM berperan penting dalam membantu dan menyelesaikan berbagai macam persoalan yang dialami pelaku UMKM. Fenomena permasalahan yang terjadi tentu bukan hanya dari pelaku UMKM saja, melainkan pihak pengelola yaitu DINKOPUKM tersendiri juga seringkali dihadapkan dengan permasalahan dalam melakukan kegiatan untuk pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor. Meskipun hal tersebut memang sudah menjadi ranah tugas dari DINKOPUKM, namun bukan berarti proses kegiatan yang dilakukan berjalan dengan lancar begitu saja. Realitanya DINKOPUKM terkadang merasa kesulitan untuk menjalin komitmen dengan para peserta UMKM yang akan mengikuti kegiatan pelatihan. Peneliti juga melakukan observasi terhadap lingkungan DINKOPUKM yang hasilnya dapat diuraikan bahwa penyampaian informasi yang disampaikan disinyalir kurang jelas dan tidak tersebar luas. Selain itu pelatihan pengembangan yang diadakan oleh DINKOPUKM pesertanya sangat terbatas.

Berdasarkan uraian di atas terlihat bahwa kendala yang dialami para pelaku UMKM cukup rumit. Permasalahan yang terjadi pada pihak DINKOPUKM juga harus segera diselesaikan. Pihak pemerintah melalui Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Bogor harus mengambil langkah untuk menyikapi hal ini. Maka dari itu, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian yang berjudul **“UPAYA DINAS KOPERASI DAN UMKM DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN BOGOR”**.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi yaitu sebagai berikut.

1. Pelaku UMKM Kabupaten Bogor masih belum memiliki perizinan usaha yang lengkap.
2. Kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM mengenai cara pengolahan produk.
3. Para pelaku UMKM kesulitan dalam memasarkan produknya.
4. Penyampaian Informasi DINKOPUKM kurang relevan dan tidak tersebar luas.
5. Peserta pelatihan pengembangan UMKM yang diadakan DINKOPUKM sangat terbatas.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka masalah dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana upaya Dinas Koperasi dan UMKM dalam membantu pelaku usaha melengkapi perizinan usahanya, proses pengolahan produk serta pemasaran produknya ?
2. Bagaimana evaluasi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM mengenai kurang relevannya penyampaian informasi dan keterbatasannya kuota peserta kegiatan pelatihan ?
3. Bagaimana prioritas strategi alternatif yang perlu diterapkan Dinas Koperasi dan UMKM dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk menganalisis strategi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor sehingga permasalahan yang ada diharapkan dapat diselesaikan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis upaya Dinas Koperasi dan UMKM dalam membantu kelengkapan perizinan, pengolahan produk serta pemasaran produk para

pelaku UMKM.

2. Untuk menganalisis evaluasi Dinas Koperasi dan UMKM mengenai masalah penyampaian informasi dan kuota peserta pelatihan.
3. Untuk menganalisis prioritas alternatif strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis dan penelitian yang dilakukan ini juga diharapkan dapat membantu pemerintah terutama Dinas Koperasi dan UMKM dalam mengembangkan para pelaku UMKM di Kabupaten Bogor.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan juga referensi bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian dalam bidang ekonomi manajemen terkhusus marketing strategy dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Pemasaran

Knowledge tentang Manajemen pemasaran memang suatu *point* penting yang harus dimiliki seseorang yang sedang menjalankan usaha. Manajemen pemasaran bisa dijadikan sebagai tolak ukur kesuksesan suatu usaha karena baik atau buruknya sistem manajemen pemasaran suatu perusahaan maka akan memberi *impact* secara cepat ataupun lambat terhadap kelangsungan usahanya. Manajemen pemasaran yang efektif dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen melalui penyediaan produk dan nilainya secara berkesinambungan (Wibowo & Priansa, 2017). Menurut Assauri (2018), manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Menurut Sudarsono (2020) manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan (yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) operasi pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

Uraian di atas menjelaskan mengenai manajemen pemasaran yang dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan sebuah kegiatan perencanaan yang dilakukan oleh suatu perusahaan guna memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mendapatkan keuntungan.

2.2. Manajemen Strategi

Istilah “manajemen strategi” saat ini memang sudah di kenal luas oleh masyarakat seperti misalnya dilingkungan pemerintah ataupun swasta. Hal ini dikarenakan setiap kegiatan apapun pasti memerlukan manajemen strategi yang efektif dalam mencapai tujuan atau target yang telah ditetapkan. Yunus (2016) menyatakan bahwa istilah manajemen strategi terbentuk dari dua kata, yaitu strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategia* yang berarti seni atau ilmu menjadi seorang jenderal. Jenderal Yunani yang efektif perlu memimpin tentara, memenangkan peperangan dan mempertahankan wilayah melindungi kota dari serangan musuh serta menghancurkan musuh. Menurut David (2016), manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya. Manajemen strategi berfokus pada pengintegrasian manajemen pemasaran, keuangan dan akuntansi, produksi, operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi untuk memperoleh kesuksesan organisasi. Krisnadi *et al.* (2019) perencanaan strategik atau manajemen strategik adalah serangkaian proses penetapan tujuan organisasi, strategi, kebijakan dan berbagai program untuk mencapai tujuan yang dimaksud, serta penentuan metode yang menjamin pengimplementasian strategi dan kebijakan dengan baik.

Uraian di atas menjelaskan mengenai manajemen strategi yang dapat

disimpulkan bahwa manajemen strategi merupakan suatu rancangan untuk memformulasikan strategi, menerapkannya dan kemudian mengevaluasi strategi yang telah diterapkan demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi.

2.2.1 Stages Of Strategic Management

Menurut David (2016) dalam Proses Manajemen Strategik terdiri dari tiga tahapan yaitu sebagai berikut :

1. Formulasi strategi, formulasi strategi mencakup pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menciptakan tujuan jangka panjang. Strategi formulasi ini untuk memutuskan bisnis apa yang akan dibentuk.
2. Implementasi strategi (strategy implementation) implementasi strategi artinya memobilisasi karyawan dan manajer untuk mengubah strategi yang diformulasikan ke dalam tindakan. Implementasi strategi termasuk mengembangkan strategi - budaya yang mendukung, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengarahkan upaya pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan menggunakan sistem informasi, dan menghubungkan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi.
3. Evaluasi Strategi, semua strategi adalah subyek modifikasi masa depan karena faktor eksternal dan internal terus berubah. Menurut David (2016) Terdapat tiga kegiatan evaluasi strategi fundamental yaitu:
 - a. Meninjau faktor eksternal dan internal yang dasar untuk strategi saat ini.
 - b. Mengukur kinerja.
 - c. Mengambil tindakan korektif.

David (2016), evaluasi strategi dibutuhkan karena kesuksesan hari ini bukan jaminan kesuksesan besok. Sukses selalu menciptakan permasalahan baru, rasa puas pada organisasi sering kali berujung pada kematian organisasi, formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi.

2.2.2 Fungsi Strategi

Strategi merupakan cara atau langkah yang dilakukan dengan maksud untuk menempuh atau mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Strategi yang ditetapkan pasti memiliki kegunaan atau fungsi tertentu yang sesuai dengan apa maksud awal dari dirancangnya strategi tersebut. Menurut Johnson, *et al* (2016) Strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang, untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.

Menurut Assauri (2019), fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktifitas organisasi ke depan.
6. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

2.3. Pembinaan

Pembinaan merupakan proses, hasil atau tindakan ke arah yang lebih baik dan menunjukkan adanya kemajuan, peningkatan serta berbagai kemungkinan berkembang atas sesuatu. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, pembinaan adalah proses, dan perbuatan, cara membina, pembaharuan, penyempurnaan, usaha, tindakan dan kegiatan yang dilakukan guna memperoleh hasil yang lebih baik. Pembinaan juga dapat diartikan sebagai bantuan dari seseorang atau sekelompok orang yang ditujukan kepada orang atau sekelompok orang lain melalui materi pembinaan dengan tujuan dapat mengembangkan kemampuan, sehingga tercapai apa yang diharapkan.

Menurut Al-Kadri (2019) menyatakan bahwa pembinaan merupakan kegiatan atau usaha untuk meningkatkan kemampuan atau keterampilan guru dalam pelaksanaan tugas yaitu mengelola proses belajar mengajardengan segala aspek pendukung untuk mencapai tujuan pendidikan. Proses pembinaan memang merupakan suatu wadah yang diselenggarakan oleh seseorang atau instansi guna memberi ilmu pengetahuan dan meningkatkan keterampilan melalui materi pendidikan yang diajarkan dalam pembinaan tersebut. Menurut Thoha (2017) pembinaan adalah suatu tindakan, proses, hasil, atau pernyataan menjadi lebih baik. Kemudian adapun pengertian menurut Musanef (2016) pembinaan adalah segala usaha yang berhubungan langsung dengan perencanaan, penyusunan, pembangunan, pengembangan, pengarahan, penggunaan serta pengendalian segala sesuatu secara berdaya guna dan berhasil.

Uraian di atas menjelaskan mengenai pembinaan yang dapat disimpulkan bahwa pembinaan itu merupakan suatu proses yang dilalui oleh seseorang untuk mencapai atau memperoleh pengetahuan dan kemampuan tertentu dari program pembinaan yang diikutinya.

Pembinaan adalah pemberian fasilitas, bimbingan dan pendampingan dalam proses pengembangan. Pembinaan yang dimaksud dalam hal ini yaitu pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM terhadap para pelaku usaha mikro di Kabupaten Bogor. Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah RI No. 32 tahun 1998 yang mana pembinaan dan pengembangan UMKM dilakukan dengan terarah dan terpadu untuk mewujudkan UMKM yang mandiri sehingga usaha tersebut dapat berkembang. Proses pelaksanaan pembinaan para pelaku UMKM, diperlukan sebuah identifikasi mengenai masalah apa saja yang dihadapi oleh UMKM. Setelah itu persiapkan program pembinaan, tentukan rencana jadwal pembinaan kemudian implementasikan program pembinaan tersebut dengan pendampingan dan pengawasan yang baik.

2.4. Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia karya WJS Poerwadarminta, bahwa pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna (pikiran, pengetahuan dan sebagainya). Istilah kata pengembangan bisa ditempatnya diberbagai bidang kajian misal seperti pengembangan tenaga kerja, pengembangan ekonomi, pengembangan mahasiswa dan pelajar, pengembangan bisnis UMKM dan lain sebagainya.

Pengembangan adalah proses yang menciptakan pertumbuhan, kemajuan, perubahan positif atau penambahan komponen fisik, ekonomi, lingkungan, sosial dan demografis. Tujuan pengembangan adalah peningkatan tingkat dan kualitas hidup penduduk, dan penciptaan atau perluasan pendapatan daerah setempat dan peluang kerja, tanpa merusak sumber daya lingkungan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002, pengembangan merupakan kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memiliki tujuan untuk memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru.

Menurut Brown dan Petrello dalam Widaningsih dan Ariyanti (2018) terkait pengembangan usaha istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain, perusahaan pihak ketiga. Dalam hal ini perusahaan memanfaatkan keahlian, teknologi dan intelektual dalam mengidentifikasi, menganalisis dan membawa ke produk baru dan segmen pasar yang baru. Untuk analisis pemantauan peluang pertumbuhan usaha tetapi tidak termasuk tentang keputusan dan implementasi dari pertumbuhan usaha. Sedangkan pada usaha yang bersekala besar terutama dalam bidang teknologi industri yang terkait hal tersebut lebih mengacu pada pengaturan dan pengelolaan hubungan strategis serta aliansi lain. Pengembangan bisnis berfokus pada rencana bisnis strategis melalui ekuitas pembiayaan, akuisisi/ divestasi produk dan lain-lain.

Menurut Sugiyono (2020) metode penelitian dan pengembangan adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan mengkaji keefektifan produk tersebut. Menurut Sujadi (2017) Penelitian dan pengembangan adalah suatu proses atau langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru. Menyempurnakan produk yang telah ada, yang dapat di pertanggungjawabkan.

Uraian di atas menjelaskan mengenai pengembangan dapat disimpulkan bahwa pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sadar, terencana dan terarah untuk membuat atau memperbaiki, sehingga menjadi produk yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan dan mendukung serta meningkatkan kualitas sebagai upaya menciptakan mutu yang lebih baik.

Pengembangan dunia usaha merupakan komponen penting dalam pembangunan ekonomi karena daya tarik, kreatifitas atau daya tahan kegiatan dunia usaha adalah merupakan cara terbaik untuk menciptakan perekonomian yang sehat. Untuk mencapai tujuan pembangunan dunia usaha tersebut diperlukan alat-alat pendukung menurut Arsyad (2011), antara lain:

a. Penciptaan iklim usaha

Penciptaan iklim yang baik bagi dunia usaha, melalui pengaturan dan kebijakan yang memberikan kemudahan bagi dunia usaha dan pada saat yang sama mencegah penurunan kualitas lingkungan.

b. Pembuatan informasi terpadu

Penyampaian informasi yang jelas dapat memudahkan masyarakat dan dunia usaha untuk berhubungan dengan aparat pemerintah daerah yang berkaitan dengan perijinan dan informasi rencana pembangunan ekonomi daerah.

c. Pendirian pusat konsultasi dan pengembangan usaha kecil,

Bisnis atau usaha kecil memiliki peranan yang sangat penting sebagai penyerap tenaga kerja dan sebagai sumber dorongan memajukan kewirausahaan.

d. Pembuatan sistem pemasaran

Pembuatan sistem pemasaran dapat membantu para pelaku usaha untuk memasarkan produknya. Sistem pemasaran dilakukan secara bersama untuk menghindari skala yang tidak ekonomis dalam produksi, dan meningkatkan daya saing terhadap produk impor.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang dilakukan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing UMKM. Menurut Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 ayat (10) “pengembangan adalah

upaya yang dilakukan oleh pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha dan masyarakat untuk memperdayakan Usaha, Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan daya saing UMKM.

Kementerian Koperasi dan UKM mencatat jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang ada di negara Indonesia mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut naik 1,98% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 64,19 juta unit. Pada dasarnya dalam pengembangan usaha harus ada tolak ukur keberhasilan dan berkembangnya suatu usaha. Jika tolak ukur dalam perkembangan usaha sudah jelas maka akan semakin mudah bagi semua pihak dalam memahami dan mengakui kebenaran atas keberhasilannya.

2.5. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dinas dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) dinas yaitu bagian dari kantor pemerintahan yang mengurus pekerjaan dalam bidang tertentu. Tugas pekerjaan dinas berbeda-beda sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan daerahnya masing-masing. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Bogor merupakan kantor pemerintahan yang memiliki tugas pokok yakni membantu bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan bidang koperasi, usaha kecil dan menengah serta tugas pembantuan. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga memiliki fungsi yaitu sebagai berikut :

1. Perumusan kebijakan di bidang Koperasi Usaha Kecil dan Menengah;
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang Koperasi Usaha Kecil dan Menengah;
3. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah;
4. Pelaksanaan Reformasi Birokrasi;
5. Pelaksanaan administrasi Dinas; dan
6. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati sesuai bidang tugas

Koperasi adalah sebuah badan usaha yang organisasinya didirikan khusus bertujuan untuk memberi kesejahteraan pada anggotanya. Koperasi merupakan salah satu penopang perekonomian rakyat Indonesia, hal ini diungkapkan oleh KEMENKOPUKM yang menyebutkan bahwa pada tahun 2019 saja jumlah koperasi yang ada di Indonesia berjumlah 123.048 dan anggota yang tercatat sebanyak 22 juta orang. Menurut UU No 25 tahun 1992, koperasi dapat diartikan sebagai sebuah badan usaha yang beranggotakan sekumpulan orang yang kegiatannya berlandaskan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi kerakyatan yang berasas kekeluargaan. Dilihat dari sejarahnya, tercatat bahwa gerakan koperasi di dunia dimulai pada pertengahan abad 18 dan awal abad 19. Saat itu, koperasi masih disebut

dengan Koperasi Pra Industri. Gerakan ini lahir akibat dari revolusi industri yang gagal mewujudkan semboyan *Liberte-Egalite- Fraternite* (kebebasan-persamaan-kebersamaan). Semboyan tersebut dianggap gagal karena revolusi industri tidak membawa perubahan terhadap kondisi ekonomi rakyat. *Liberte* atau kebebasan hanya dirasakan oleh mereka yang memiliki kapital sehingga dapat meraup untung sebanyak-banyaknya. Sementara *Egalite* dan *Fraternite* atau persamaan dan kebersamaan hanya menjadi milik pemilik-pemilik modal besar.

Kemudian untuk perkembangan koperasi di Indonesia sendiri berawal sejak zaman penjajahan, banyak sekali rakyat Indonesia yang merasakan penderitaan. Lalu pada tahun 1896, R. Aria Wiriaatmadja yang saat itu menjadi patih Purwokerto tergerak untuk mendirikan koperasi kredit. Koperasi tersebut bertujuan untuk membantu rakyat yang terlilit hutang dengan cara memberikan kredit. Kemudian, pada tahun 1911, Serikat Dagang Islam (SDI) yang dipimpin oleh H.Samanhudi dan H.O.S Cokroaminoto menyebarkan impian-impian berdirinya toko koperasi yang menyerupai warung serba ada (waserda) KUD. Fasilitas tersebut digaungkan oleh SDI untuk mengimbangi pemerintah kolonial Belanda yang memberikan kemudahan kepada pedagang asing. Namun demikian, koperasi-koperasi yang pernah diperjuangkan tersebut mengalami kegagalan karena banyak kendala. Koperasi di Indonesia baru mengalami kestabilan setelah Indonesia merdeka dan memiliki UUD 1945. Drs. Mohammad Hatta memberikan perhatian dan dukungan akan adanya koperasi. Berbagai upaya dilakukan untuk memberikan edukasi agar rakyat Indonesia memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya koperasi. Atas jasa beliau dalam memperjuangkan koperasi, beliau dijuluki sebagai Bapak Koperasi Indonesia.

2.6. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Ulfah (2016) istilah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merujuk pada aktivitas usaha yang didirikan oleh masyarakat, baik berbentuk usaha perorangan maupun badan usaha. UMKM dalam perekonomian Indonesia merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. UMKM merupakan sebuah bisnis atau usaha yang dijalankan oleh perorangan, industri rumah tangga atau badan usaha. Sesuai dengan namanya, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 3 jenis yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan ketiga jenis UMKM tersebut penggolongan usaha dapat dilakukan berdasarkan nilai nominal omzet pertahun, jumlah kekayaan atau aset dan jumlah karyawan. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional, hal ini dapat dilihat dari terciptanya para pelaku usaha yang berani memulai bisnis dalam skala mikro, kecil maupun menengah dengan tujuan mencari keuntungan ekonomi guna untuk memenuhi kebutuhan dan mensejahterakan kehidupannya. Selain itu UMKM juga berperan untuk mengurangi angka

pengangguran yang ada di setiap daerah karena mampu menyerap tenaga kerja dengan cepat tanpa memandang tinggi rendahnya pendidikan yang mereka tempuh sebelumnya.

UMKM merupakan pihak yang memiliki andil cukup besar dalam pergerakan perekonomian nasional. UMKM memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan nasional, penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan bagi masyarakat yang memiliki pendapatan rendah serta memanfaatkan kemampuan menggunakan bahan baku lokal agar menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat luas (Artini *et al.* 2019). Mengutip dari buku berjudul “Mengenal Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat” karya Hamdani (2020), UMKM adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Uraian menurut para ahli diatas mengenai UMKM dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan suatu usaha atau bisnis dalam skala kecil atau menengah yang dijalankan oleh masyarakat guna memperoleh keuntungan untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan.

Pada negara berkembang termasuk negara Indonesia salah satu kegiatan utama negaranya adalah dengan meningkatkan pembangunan nasional di bidang ekonomi. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementrian KUKM tahun 2020 bahwa jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai dengan Rp.8.573,89 triliun. UMKM juga berkontribusi dalam menyerap tenaga kerja Indonesia dan mempunyai porsi investasi sebesar 60,4%. Pada saat ini UMKM memang sedang gencar dijalankan diberbagai daerah di Indonesia. UMKM memiliki jaringan pasar yang cukup luas, hal ini bisa dilihat dari beragamnya bidang UMKM yang berjalan di Indonesia mulai dari UMKM bidang kuliner, bidang industry, bidang fashion dan lain sebagainya.

Definisi UMKM diatur dalam Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 tentang UMKM tersebut dinyatakan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang 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 sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tersebut. Sedangkan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan 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 sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2.6.1 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria UMKM sebagai berikut :

1. Usaha Mikro Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang 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 tak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
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 bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan kriteria tersebut, UMKM memang diklasifikasikan menjadi tiga bagian. Kemudian dari setiap klasifikasi UMKM tersebut terdapat beberapa kriteria menurut Pasal 6 Undang-undang No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM yang digolongkan dalam bentuk permodalan dalam bentuk permodalan sebagai berikut.

- A. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha
 2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00.
- B. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut :
 1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha
 2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00.

C. Kriteria Usaha Menengah

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 sampai dengan 10.000.000.000 tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan Rp 2.500.000.000 sampai dengan Rp. 50.000.000.000

2.6.2 Manfaat UMKM

Adapun manfaat UMKM menurut Absah, et.al (2016) yaitu sebagai berikut :

1. Membuka lapangan pekerjaan UMKM dapat membuka lebih luas kesempatan kerja bagi masyarakat dan solusi untuk menurunkan angka pengangguran.
2. Menjadi penyumbang terbesar nilai Produk Domestic Bruto (PDB) .
3. Menjadi salah satu solusi bagi permasalahan ekonomi kelas kecil dan menengah

Berdasarkan manfaat di atas menurut ahli dapat disimpulkan bahwa semakin banyaknya pelaku wirausaha maka akan menjadi solusi yang dapat memecahkan perekonomian suatu Negara. Terlihat bahwa UMKM memberi manfaat baik dari segi pemasukan negara karena UMKM mampu menjadi penyumbang terbesar PDB maupun dari segi penyerapan tenaga kerja karena UMKM mampu membuka lapangan kerja yang membuat pengangguran memiliki kesempatan yang besar untuk mendapat pekerjaan. Adanya kesempatan bagi para pelaku UMKM untuk membangun kreativitas yang mumpuni dalam hal membangun usaha tentu para pelaku UMKM akan semakin terpacu dalam memproduksi dan memperluas jangkauan pasarnya.

2.6.3 Kelebihan dan Kelemahan UMKM

Beberapa kelebihan dan kekurangan dalam menjalankan UMKM adalah sebagai berikut (Lestari, 2020):

1. Kelebihan dalam menjalankan UMKM adalah:
 - a. Pemilik usaha bebas dalam cara berusaha dan mengambil keputusan.
 - b. Pemilik usaha biasanya memiliki peran penting serta bergerak secara langsung di dalam menjalankan usahanya. Usaha yang dijalankan sebenarnya sesuai untuk kebutuhan masyarakat sekitarnya.
2. Kekurangan dalam menjalankan UMKM adalah:
 - a. Kesulitan dalam mendorong usahanya dikarenakan jumlah modal yang dibutuhkan terbatas. Usaha dengan modal yang terbatas juga dapat mengurangi proses produksi yang lebih maksimal.
 - b. Sulit untuk mendapatkan karyawan dikarenakan jumlah gaji yang harus diberikan tidak begitu besar.
 - c. Relatif lemah dalam pekerjaan. Pemilik usaha UMKM biasanya tidak berjualan barang-barang tertentu dengan tetap. Mereka juga bisa menjual barang yang berbeda sewaktu-waktu.

UMKM memiliki kelebihan yang menjadi basis pengembangan usaha dan kekurangan yang memiliki masalah klasik dari UMKM adalah sebagai berikut (Siregar, 2018):

1. Kelebihan UMKM yang menjadi basis pengembangan usaha adalah:
 - a. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
 - b. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
 - c. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
 - d. Memanfaatkan dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait. Sumber daya alam sekitar, industrinya kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.
 - e. Memiliki potensi untuk berkembang.
2. Kekurangan UMKM yang memiliki masalah klasik adalah:
 - a. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
 - b. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha industri kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran mampu dalam mengaksesskannya khususnya dalam informasi pasar sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
 - c. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk industri kecil.

2.6.4 Jenis-jenis UMKM

Menurut Lestari (2020) jenis-jenis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Kuliner Salah satu jenis usaha yang dilakukan seseorang yang bergerak dibidang makanan. Bisnis kuliner tergolong bisnis yang mudah dilakukan karena hanya menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman tanpa melalui tahap promosi.
2. Usaha Bidang *Fashion* Bisnis yang dapat memberikan keuntungan besar karena sampai kapanpun fashion akan tetap menjadi kebutuhan banyak orang.
3. Usaha Dibidang Pendidikan Salah satu jenis UMKM yang masih sangat terbuka peluangnya. Sebagaimana saat ini bahwa pendidikan sangat menjadi prioritas.
4. Usaha Dibidang Otomotif Salah satu membuka usaha dibidang otomotif bisa menjadi pilihan yang tepat bagi pemilik usaha. Usaha yang dilakukan dengan membuka toko penjualan *spare part*, atau membuka jasa pencucian motor dan mobil, atau perlengkapan *safety riding* seperti helm, jaket dan sarung tangan

berstandar SNI.

5. Usaha Agrobisnis Bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya.
6. Usaha Dibidang Teknologi Internet Usaha yang berbagai jenis informasi dan konten-konten yang informatif dan menghibur yang diperoleh melalui internet.
7. Usaha Kerajinan Tangan Usaha ini hanya membutuhkan modal kreatifitas dan inovasi.
8. Usaha Elektronik dan Gadget Jenis usaha dengan adanya perangkat canggih pendukung teknologi.

2.7. Analisis SWOT dan Matrix SWOT

2.7.1 Analisis SWOT

Analisa lingkungan internal dan eksternal memerlukan sebuah *framework*. *Framework* tersebut adalah analisis SWOT, yang berarti *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman). Ide besar dari SWOT adalah perusahaan mampu membangun kekuatan, mengatasi kelemahan, mengambil keuntungan dari peluang yang ada, melindungi perusahaan dari ancaman (Dess *et al*, 2019). Menurut Rangkuti (2016) Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT. Terdapat beberapa tahapan dalam SWOT, yaitu memutuskan tujuan dilakukan analisis SWOT, melakukan penelitian tentang bisnis, industri, dan pasar, membuat daftar kekuatan, membuat daftar kelemahan, membuat potensi peluang untuk bisnis, membuat potensi ancaman dalam bisnis, serta yang terakhir adalah menyusun prioritas dalam SWOT. Menurut Gürel & Tat (2017) SWOT membandingkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan ditinjau untuk mengetahui peluang dan ancaman pada saat ini dan masa depan. Semakin jelas pengetahuan akan *strength* dan *weakness*, semakin kecil *opportunities* yang tidak tercapai. Peluang yang baik dapat digunakan untuk melawan ancaman, selain itu kelemahan dapat diatasi melalui kekuatan perusahaan.

Uraian menurut para ahli diatas mengenai analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah metode analisis atau alat yang digunakan untuk mencari tahu bagaimana kekuatan dan kelemahan serta bagaimana peluang dan ancaman suatu organisasi untuk masa kini dan masa depan..

Pembuatan keputusan perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Dalam hal ini, analisis SWOT dipakai jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan pemaksimalan peranan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisir

kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan ancaman yang timbul dan harus dihadapi dengan tepat.

Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat melihat evaluasi keseluruhan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Tujuan fundamental analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi trend, kekuatan dan kondisi yang memiliki dampak potensial pada formulasi dan implementasi strategi pemasaran perusahaan. Ini merupakan langkah paling penting atas dasar dua alasan. Pertama, setiap perubahan dalam lingkungan eksternal bisa menimbulkan dampak serius pada pasar-pasar sebuah perusahaan. Dengan mengantisipasi dan melakukan tindakan, perusahaan akan mampu mengambil manfaat dari perubahan-perubahan ini. Kedua, langkah ini memberikan peluang untuk menyusun aspek-aspek terpenting untuk dievaluasi.

Tujuan utama Analisis SWOT adalah mengidentifikasi strategi perusahaan secara keseluruhan. Analisis SWOT bermanfaat apabila telah secara jelas ditentukan dalam bisnis perusahaan telah beroperasi dan arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya, dari hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran-sasaran perusahaan selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para stakeholder atau analisis SWOT berguna untuk menganalisa faktor-faktor di dalam perusahaan yang memberikan andil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.

2.7.2 Matrix SWOT

Aprilius, Pono, dan Munir (2018), matriks SWOT merupakan suatu kerangka penganalisan yang terintegrasi antara internal perusahaan dan lingkungan eksternal, dengan membangun pendekatan SWOT. Matriks SWOT dipilih karena merupakan alat yang cepat, efektif dan efisien dalam menemukan kemungkinan-kemungkinan yang berkaitan dengan pengembangan usaha. Pengambilan keputusan dan memperluas visi dan misi organisasi. Matriks SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Berikut adalah tabel Matrix SWOT.

Tabel 2.1 Matrix SWOT

EFAS	IFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>		STRATEGI SO strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i>		STRATEGI ST strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Data Sekunder Dharmawan, 2018

Setyorini, Effendi, dan Santoso (2016), Matriks SWOT ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksi-malkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan. Tahapan dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. Menyusun daftar peluang dan dan ancaman eksternal perusahaan serta perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan
2. Menyusun strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal.
3. Menyusun strategi WO (*Weakness -Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan in-ternal dan peluang-peluang eksternal.
4. Menyusun strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal.
5. Menyusun strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal.

2.8. *Analytical Hierarchy Process (AHP)*

Yulyantari et al (2019) *Analytical Hierarchy Process* merupakan proses dalam pengambilan keputusan dengan menggunakan perbandingan berpasangan (*Pairwise Comparisons*) untuk menjelaskan factor evaluasi dan faktor bobot dalam kondisi multi faktor. Menurut Nugeraha (2017), AHP adalah sebuah konsep untuk pembuatan keputusan berbasis *multicriteria* (kriteria yang banyak). Beberapa kriteria yang dibandingkan satu dengan lainnya (tingkat kepentingannya) adalah penekanan utama pada konsep AHP. Menurut Munthafa dan Mubarak (2017), hierarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multilevel dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya hingga level terakhir dari alternatif. Metode AHP sering digunakan dibandingkan dengan yang lainnya karena alasan-

alasan sebagai berikut.

- a. Struktur yang berhirarki, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, sampai pada subkriteria yang paling dalam.
- b. Memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh pengambil keputusan.
- c. Memperhitungkan daya tahan output analisis sensitivitas pengambilan keputusan..

Uraian menurut para ahli mengenai *Analytical Hierarchy Process* di atas dapat disimpulkan bahwa AHP merupakan suatu proses untuk mendapatkan keputusan dengan melakukan suatu perbandingan.

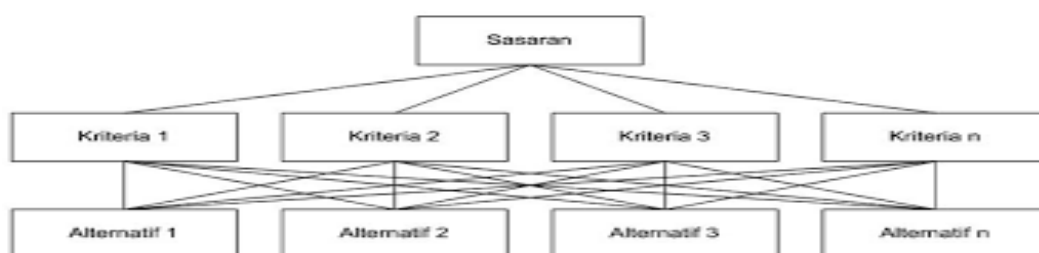
2.8.1. Prinsip dasar Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Analytic Hierarchy Process adalah suatu teori umum tentang pengukuran yang digunakan untuk menemukan skala rasio baik dari perbandingan berpasangan yang diskrit maupun kontinyu. AHP menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki. Hierarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multi level dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya ke bawah hingga level terakhir dari alternatif. Penggunaan hirarki dapat membuat suatu masalah yang kompleks dapat diuraikan ke dalam kelompok-kelompoknya yang kemudian diatur menjadi suatu bentuk hirarki sehingga permasalahan akan tampak terstruktur dan sistematis (Veza, 2017).

Menurut Frieyadie (2016), Secara detail terdapat empat prinsip dasar dalam metode AHP. Prinsip-prinsip dasar tersebut adalah sebagai berikut :

1) *Decomposition*

Decomposition yaitu memecah permasalahan yang utuh menjadi unsur-unsurnya. Pemecahan unsur-unsur harus dilakukan hingga tidak memungkinkan dilakukan pemecahan lebih lanjut supaya mendapat hasil yang akurat. Pemecahan tersebut akan menghasilkan beberapa tingkatan dari suatu persoalan. Oleh karena itu, proses ini disebut hirarki. Berikut adalah gambar susunan struktur hirarki dari metode AHP.



Sumber : Data Sekunder Jurnal Sains dan Teknologi (2020)

Gambar 2.1 Struktur Hierarki AHP

2) *Comparative Judgement*

Comparative Judgement ini membuat penilaian tentang kepentingan relatif dua elemen pada suatu tingkatan tertentu yang berkaitan dengan tingkat di atasnya. Langkah ini adalah inti dari penyelesaian metode AHP, karena sangat berpengaruh pada prioritas elemen–elemen dalam masalah yang akan diselesaikan. Hasil penilaian akan tampak lebih baik dan mudah dimengerti apabila disajikan dalam bentuk matriks perbandingan berpasangan.

3) *Synthesis of priority*

Prinsip ini dilakukan dengan menggunakan vektor eigen, untuk mendapatkan bobot relatif bagi unsur – unsur pengambilan keputusan. Hal-hal yang dilakukan dalam langkah ini adalah:

- a. Menjumlahkan nilai dari setiap kolom pada matriks.
- b. Membagi setiap nilai dari kolom dengan total total kolom yang bersangkutan untuk memperoleh normalisasi matriks.
- c. Menjumlahkan nilai dari setiap baris dan membagi dengan jumlah elemen untuk mendapatkan nilai rata-rata.

4) *Logical Consistency*

Prinsip ini merupakan karakteristik terpenting dalam AHP, cara mencapainya yaitu dengan meregresikan saluran vektor prioritas yang diperoleh dari berbagai tingkatan hirarki kemudian diperoleh urutan pengambilan keputusan.

Menurut Padmowati dalam (Mubarok & Rosmiati, 2016) mengemukakan bawa “Metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) merupakan salah satu metode dalam proses pengambilan keputusan, yang dibangun berdasarkan tiga prinsip, yaitu prinsip penyusunan hirarki, prinsip penetapan prioritas, dan prinsip konsistensi.”

a. Prinsip Penyusunan Hirarki

Tingkat teratas pada hirarki adalah fokus atau tujuan. Sedangkan tingkat dibawahnya adalah kriteria. Apabila masih bisa dipecah maka tingkat selanjutnya dinamakan sub kriteria, dan seterusnya sampai tingkatan akhir yang merupakan *alternative* yang akan dipilih.

b. Prinsip Penetapan Prioritas

Menurut Padmowati dalam (Mubarok & Rosmiati, 2016) menjelaskan bahwa “Penentuan prioritas dilakukan dengan cara membandingkan elemen yang satu dengan elemen yang lain kedalam bentuk matriks. Cara ini dapat disebut perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*). Ciri metode AHP adalah melakukan perbandingan antara sepasang objek.”

Tabel 2.2 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan

Tingkat	Definisi	Keterangan
1	Sama pentingnya	Kedua elemen memiliki pengaruh yang sama
3	Agak lebih penting yang satu atas yang lainnya	Pengalaman dan penilaian sangat memihak satu elemen dibandingkan dengan pasangannya
5	Cukup penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktivitas lebih dari yang lain.
7	Sangat Penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan yang kuat atas satu aktivitas lebih dari yang lain.
9	Mutlak Lebih Penting	Satu elemen mutlak lebih disukai dibandingkan dengan pasangannya, pada tingkat keyakinan tertinggi.
2, 4, 6, 8	Nilai tengah diantara dua yang berdekatan	Bila kompromi dibutuhkan

Sumber : Mubarak & Rusmiati, (2016)

c. Prinsip Konsistensi

Menurut Padmowati dalam (Mubarak & Rosmiati, 2016) menjelaskan bahwa Konsistensi metode AHP harus tetap terjaga, agar solusi yang dihasilkan optimal. Untuk mengetahui tingkat konsistensi tersebut, penggunaan metode AHP akan diukur dengan besarnya CR (*Consistency Ratio*). CR (*Consistency Ratio*) adalah hasil perbandingan antara Indeks Konsistensi (CI) dengan *Indeks Random* (RI). Apabila hasil CR adalah ≤ 0.10 maka derajat konsistensinya optimal. Sebaliknya, jika CR adalah > 0.10 maka terdapat ketidakkonsistenan dalam menentukan perbandingan, yang memungkinkan solusi yang dihasilkan dari metode AHP tidak berarti.

2.8.2. Pengolahan AHP

Berikut gambaran pengolahan AHP menurut Harpad dan Salmon (2018):

1. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan.
2. Menentukan Prioritas Kriteria:
 - a. Membuat matriks perbandingan berpasangan
 - b. Membuat matriks nilai kriteria

- c. Membuat matriks penjumlahan setiap baris
 - d. Penghitungan rasio konsistensi
3. Menentukan Prioritas Subkriteria:
- a. Membuat matriks perbandingan berpasangan
 - b. Membuat matriks nilai kriteria
 - c. Membuat matriks penjumlahan setiap baris

Penghitungan rasio konsistensi perhitungan subkriteria dilakukan terhadap sub-sub dari semua kriteria.

2.9. Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran

2.9.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan sebuah acuan bagi peneliti untuk lebih memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Telah banyak penelitian atau kajian dari para peneliti sebelumnya yang memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berikut adalah beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Objek yang diteliti sama-sama UMKM.
2. Metode yang digunakan memiliki kesamaan yaitu menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.
3. Memiliki fokus penelitian yang sama yaitu mengenai pengembangan UMKM disuatu daerah.

Sedangkan perbedaannya yaitu sebagai berikut :

1. Memiliki subjek penelitian yang berbeda-beda.
2. Memiliki perbedaan dalam lokasi penelitian.
3. Memiliki perbedaan mengenai teori atau tinjauan pustaka yang digunakan.

Penelitian terdahulu merupakan upaya mencari perbandingan untuk menemukan inspirasi baru bagi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan untuk memahami upaya Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) :

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Astry Asmaul Hijrya (2021). Kebijakan Perizinan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Sidenreng Rappang	-Perizinan Usaha	-Standar Operasional Prosedur -Standar waktu -Standar biaya	Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumen. Data	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: Pelaksanaan Kebijakan Perizinan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sidenreng Rappang belum

No.	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			-Standar moral	dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data dengan menggunakan model analisa interaktif	sepenuhnya maksimal. Hal ini didasarkan pada pengamatan terhadap Standar Operasional Prosedur, Standar Waktu dan Standar Moral dalam perizinan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Adapun standar Biaya tidak dipungut biaya untuk pembuatan izin Usaha Mikro Kecil Menengah.
2	Hafizh Mujahid Pattisahusiwa pada tahun (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Dinas Koperasi Kota Makassar	Independen : -Pengembangan dunia usaha Dependen : -Efektif dalam Mengembangkan UMKM di Kota Makassar	-Penciptaan Iklim Usaha yang baik -Pembuatan Informasi Terpadu -Pendirian Pusat Konsultasi -Pembuatan Sistem Pemasaran	Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara terhadap sejumlah informan. Analisis data dengan menggunakan model analisa interaktif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pengembangan Dalam Usaha, Mikro Kecil dan Menengah Kota Makassar belum sepenuhnya efektif, hal ini dilihat dari indikator (1) Penciptaan Iklim Usaha yang baik, penyaluran program bantuan presiden yang diharap mampu membantu UMKM dimasa pandemi dikatakan banyak yang salah sasaran. (2) Pembuatan Informasi Terpadu Sistem informasi di website itu

No.	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					biasanya masih bersifat umum karena websitenya taraf nasional. (3) Pendirian Pusat Konsultasi Pusat Konsultasi yang dilakukan dimedia sosial berupa Group WhatsApp atau chat secara person admin agar dapat diberikan solusi terkait masalah ataupun kendala, Dan (4) Pembuatan Sistem Pemasaran fasilitas galeri belum bisa diberikan untuk pelaku usaha yang masih baru bergabung karena syarat diberikan bantuan yaitu bergabung selama 1 tahun hingga dapat bantuan fasilitas tersebut
3	Mahmudi, a., & sodiq, f. (2020). Strategi pengembangan ukm menggunakan kombinasi metode ahp dan topsis .	Strategi Pengembangan UKM	-Pertumbuhan Iklm usaha -Pertumbuhan unit usaha -Pembinaan usaha	Analisis data dengan menggunakan SWOT, AHP dan TOPSIS	Hasil dari penelitian berdasarkan SWOT, AHP dan TOPSIS adalah pertama; Meningkatkan kemampuan daya saing UKM dengan produk dengan kualitas tetap namun dengan harga yang lebih ringan.preferensi sebesar 0.5176.Kedua; Terus mengikuti perkembangan

No.	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					<p>teknologiyang dapat menambah kualitas produk dan berusaha mengaplikasikan teknologi tersebut karena tingginya tingkat persaingan, maka UKM harus dapat berinovasi baik dalam produk maupun kinerja dengan nilai preferensi sebesar 0.5035. Ketiga; Terus mengikuti perkembangan teknologiyang dapat menambah kualitas produk dan berusaha mengaplikasikan teknologi tersebut karena tingginya tingkat persaingan, maka UKM harus dapat berinovasi baik dalam produk maupun kinerja dengan nilai preferensi sebesar 0.4985; Keempat; Pemanfaatan Digital marketing untuk mendukung pemasaran produk. dengan nilai preferensi sebesar 0.4706. Berdasarkan nilai preferensi alternatif tersebut dapat diketahui bahwa alternatif pertama sebagai usulan alternatif strategi pengembangan</p>

No.	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					terbaik karena memiliki nilai preferensi tertinggi.
4	Aminatul Maghfiroh dan Lilik Rahmawati pada tahun (2021). Pengembangan Umkm Melalui Peran Serta Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Jombang	<p>-Peran dan strategi Dinas Koperasi dan UMKM</p> <p>-Pengembangan UMKM</p>	<p>Peran :</p> <p>-Fasilitator</p> <p>-Katalisator</p> <p>-Regulator</p> <p>Pengembangan :</p> <p>-Pasar</p> <p>-SDM</p> <p>-Finansial</p>	Analisis data dengan menggunakan model analisa interaktif. Mengalisis keaslian data yang diperoleh.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Peran dan Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam mengembangkan UMKM. Peran Dinas Koperasi adalah agar para pelaku usaha dapat memperoleh pelatihan, pembinaan dan peningkatan pengetahuan dan kemampuan, membantu dalam hal keuangan, artinya dengan memberikan arahan kepada pelaku usaha untuk memperoleh dana bantuan dari berbagai pihak, serta membuat peraturan dan kebijakan sehingga pelaku usaha dapat mengoptimalkan usahanya. Sedangkan strategi yang digunakan melalui pasar pengembangannya adalah dengan melibatkan pelaku usaha pada pameran dan membantu mempromosikan produknya diberbagai akun media sosial,

No.	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					mengikuti kegiatan pelatihan dan pembinaan yang diadakan, dan bertambah kemampuan finansial dengan memberikan arahan kepada pelaku usaha untuk memperoleh pinjaman modal usaha.
5	Wardhana & Prastawa (2018) Analisis Pemilihan <i>Supplier</i> Dengan Menggunakan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (Studi Kasus : UMKM Diana Bakery)	Strategi Pemilihan <i>Supplier</i>	Strategi Pemilihan <i>Supplier</i> : 1. Kualitas 2. Biaya 3. Ketepatan pengiriman 4. Flexibilitas Responsibilitas	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Sampel ditentukan dengan <i>Judgement sampling</i> . Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>AHP</i> dengan <i>software Expert Choice 11</i> .	Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan <i>Expert choice</i> pada tingkat kedua (kriteria) dengan metode <i>AHP</i> , ternyata kriteria yang paling berpengaruh dalam pemilihan <i>supplier</i> tepung terigu untuk Diana Bakery adalah kualitas dengan bobot 0,471, karena menurut perhitungan <i>AHP</i> . Bobot kriteria ini lebih besar dari bobot kriteria lainnya. Alternatif pemilihan <i>supplier</i> tepung terigu yang tepat bagi Diana Bakery adalah PT Bogasari dengan bobot 0,480; PT Lumbung Nasional dengan bobot 0,191; PT Sriboga Baturaya dengan bobot 0,192; PT Bungasari dengan bobot

No.	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					0,137. Perusahaan pemasok dengan bobot terbesar adalah pemasok terbaik.

2.9.2. Kerangka Pemikiran

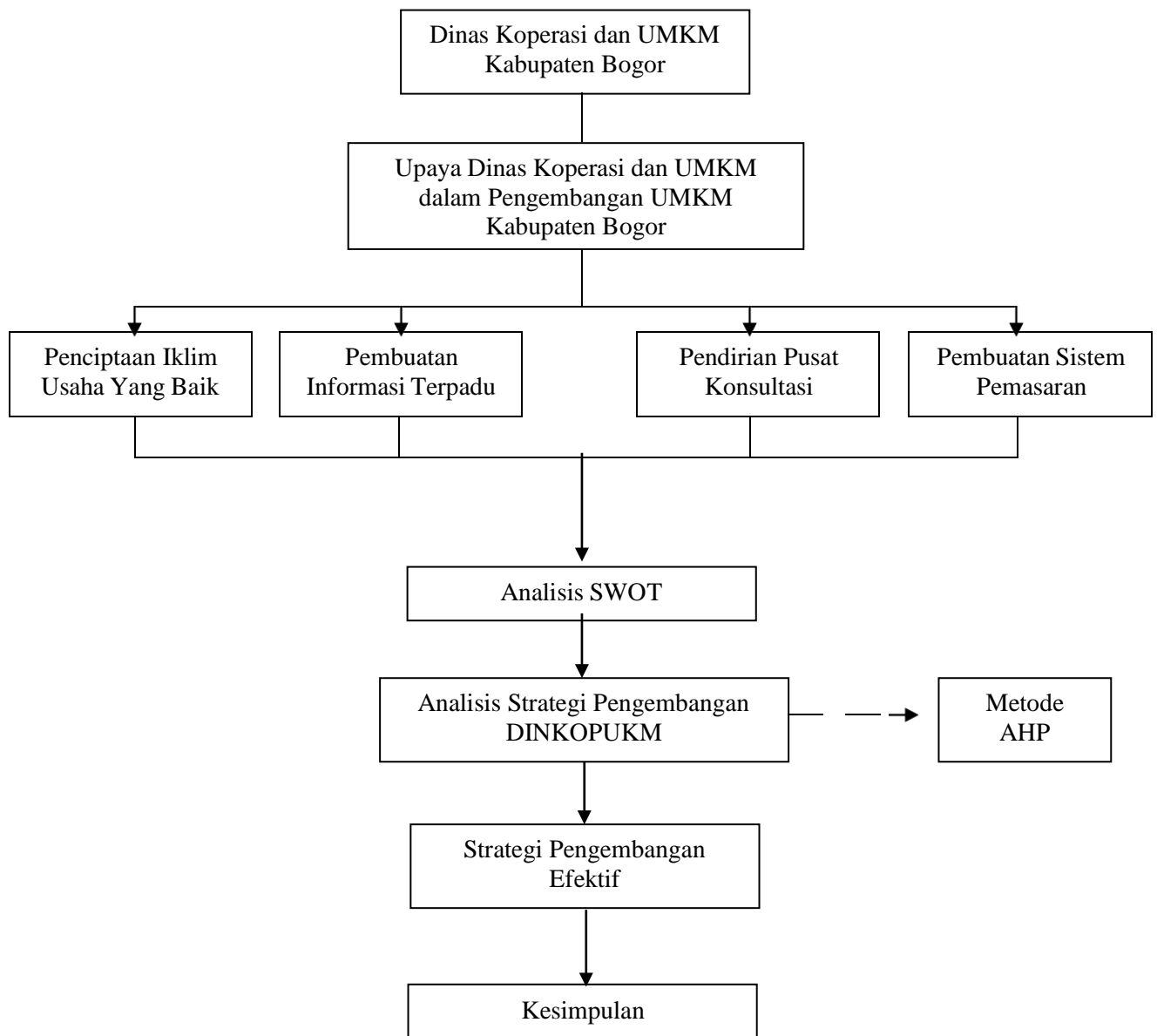
Kabupaten Bogor memiliki pelaku UMKM yang jumlahnya sangat banyak. Banyaknya jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Bogor ini menandakan bahwa pertumbuhan pelaku UMKM cukup signifikan. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Bupati Bogor Ade Yasin pada acara Seminar Interaktif Wirausaha Perempuan (Jumat, 3 Mei Agustus 2019) ia mengatakan “Pengusaha UMKM adalah pengusaha yang paling kuat, bisa dilihat dengan banyaknya usaha-usaha yang bermunculan tetapi UMKM tetap stabil dan selalu ada”.

Bupati Bogor Ade Yasin (Jumat, 3 Mei Agustus 2019) menambahkan “Kabupaten Bogor terkait UMKM cukup banyak, kita tahu produk unggulan seperti UMKM sepatu di Ciomas, UMKM sepatu di Ciampea, untuk makanan hampir setiap kecamatan mempunyai produk makanan unggulan daerahnya masing-masing. Daerah selatan Puncak kita sedang perkenalkan *Coffe Goes To Hotel*” dimana kopi-kopi produk lokal asli dari Kabupaten Bogor bisa masuk ke hotel dan di nikmati pengunjung, kedepannya saya ingin produk asli Kabupaten Bogor bisa *go international*”. Dari ungkapan tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM Kabupaten Bogor merupakan UMKM yang unggul dan juga mempunyai potensi untuk terus berkembang seiring berjalannya waktu.

Namun meskipun begitu bukan berarti UMKM yang ada di Kabupaten Bogor tidak memiliki kendala. Berdasarkan survey lapangan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor, masih banyak UMKM yang kesulitan dalam membangun usaha, kualitas SDM yang masih rendah, belum lengkapnya perizinan usaha, kesulitan dalam hal pemasaran produknya dan daya ketahanan pangan. Menyikapi hal tersebut, pemerintah melalui Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor perlu melakukan pergerakan untuk mengatasi kendala yang ada dan itu sudah menjadi tanggung jawab pemerintah. Langkah yang akan dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM yaitu merencanakan pembinaan dan pengembangan terhadap para pelaku UMKM dengan tujuan pembangunan dunia usaha menggunakan alat-alat pendukung menurut Arsyad (2011), antara lain penciptaan iklim usaha yang baik, pembuatan informasi terpadu, pendirian pusat konsultasi, dan pembuatan sistem pemasaran. Setelah menganalisis hal tersebut, selanjutnya adalah analisis SWOT dan melakukan perumusan kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman dengan menggunakan matriks SWOT, selanjutnya mengevaluasi strategi-strategi yang dihasilkan dengan menggunakan AHP (*Analytic Hierarchy Process*) untuk mendapatkan keputusan strategi prioritas yang paling tepat untuk dijalankan oleh DINKOPUKM.

Penelitian sebelumnya yang menggunakan metode AHP yaitu Mahmudi, a., & sodiq, f. (2020) dan Wardhana & Prastawa (2018) membuktikan bahwa dengan metode AHP, suatu masalah yang kompleks dapat dipecahkan ke dalam kelompok-kelompok yang kemudian diatur dalam bentuk hirarki, membuat masalah tampak lebih sistematis dan menghasilkan total nilai strategi prioritas yang dapat diterapkan.

Berdasarkan rencana tersebut diharapkan perencanaan yang dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM berjalan dengan baik dan lancar agar para pelaku UMKM berhasil melewati masa sulitnya dan terus mengembangkan usahanya hingga menjadi UMKM yang sejahtera. Adapun kerangka berpikir yang dituangkan dalam skema berikut ini :



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya Dinas Koperasi Dan UMKM Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Bogor. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif eksploratif dengan metode studi kasus dan menggunakan teknik penelitian dengan pendekatan kualitatif.

3.2. Objek, Unit analisis dan Lokasi Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Upaya Dinas Koperasi dan UMKM dalam merancang strategi pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor. Unit analisis dalam penelitian ini adalah salah satu instansi pemerintahan yaitu Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor.

Lokasi penelitian ini dilakukan di tempat pelaksanaan program pembinaan UMKM dan lokasi lainnya yaitu di kantor Dinas Koperasi Dan UMKM yang beralamat di Jl. KSR Dadi Kusmayadi, Tengah, Kec. Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16914.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi atas dua jenis yaitu sebagai berikut:

a. **Data Primer**

Menurut Sugiyono (2018) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti melakukan wawancara dengan responden untuk mendapat informasi yang relevan. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung ke lapangan mengenai situasi dan kondisi di lapangan.

b. **Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh melalui jurnal-jurnal terlebih dahulu dan buku-buku yang isinya berupa data dan teori pendukung yang berkaitan dengan penelitian.

3.4. Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Strategi Pengembangan	Penciptaan Iklim Usaha yang baik	1.Kemudahan usaha 2.Pembinaan Usaha 3.Menjalin kemitraan	Ordinal

	Pembuatan Informasi Terpadu	1.Informasi mudah dimengerti 2.Kemudahan mengakses informasi	Ordinal
	Pendirian Pusat Konsultasi	1.Menerima keluhan pelaku usaha 2.Memberikan solusi	Ordinal
	Pembuatan Sistem Pemasaran	1.Membantu Memasarkan produk 2.Pelatihan pemasaran 3.Daya Saing usaha	Ordinal

Sumber : Lincoln Arsyad (2011)

3.5. Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel dilakukan secara sengaja (*judgement sampling*) (proses pemilihan sample didasarkan atas pertimbangan pribadi). Metode ini mempertimbangkan pemilihan responden dari internal dan eksternal pasar yang memiliki keahlian, pengalaman, dan pengetahuan mengenai pengembangan UMKM yaitu sebagai berikut :

1. Sampel untuk analisis SWOT di berikan pada 4 orang ahli yakni Staff PNS dan Pegawai *Outsourcing* pada bidang UMKM.
2. Sampel untuk *Analthical Hierarchy Procces* diberikan pada 1 orang ahli yakni Kepala Dinas DINKOPUKM.
3. Sampel diberikan kepada 40 pelaku UMKM untuk mengetahui opini mereka tentang upaya DINKOPUKM.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan sistem tanya jawab antara peneliti dengan responden penelitian tujuan dari wawancara yaitu menghubungkan kajian yang terjadi dalam suatu kegiatan serta tuntutan yang diinginkan suatu organisasi.

b. Observasi

Teknik ini digunakan untuk melakukan serangkaian pengamatan dan penelitian terhadap objek yang diteliti secara langsung.Observasi dilakukan untuk mengetahui perkembangan UMKM dan pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi UMK di Kabupaten Bogor.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen dapat berupa gambar, karya-karya monumental dan tulisan. Dokumen yang

berbentuk tulisan bisa berupa sejarah hidup, biografi dan catatan harian. Dokumen yang berupa karya yaitu, karya seni yang berupa patung, film dan gambar (Sugiono 2014).

d. **Kuisisioner**

Kuisisioner merupakan cara pengumpulan data dengan menyebarkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan. Pada kuisisioner ini penulis menggunakan skala likert yaitu skala yang berhubungan dengan pernyataan sikap orang terhadap sesuatu.

3.7. Metode Analisis Data

Analisa data dalam penelitian kualitatif adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT dan *Analytical Hierarki Process*.

1. Analisis SWOT

Tahapan dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut:

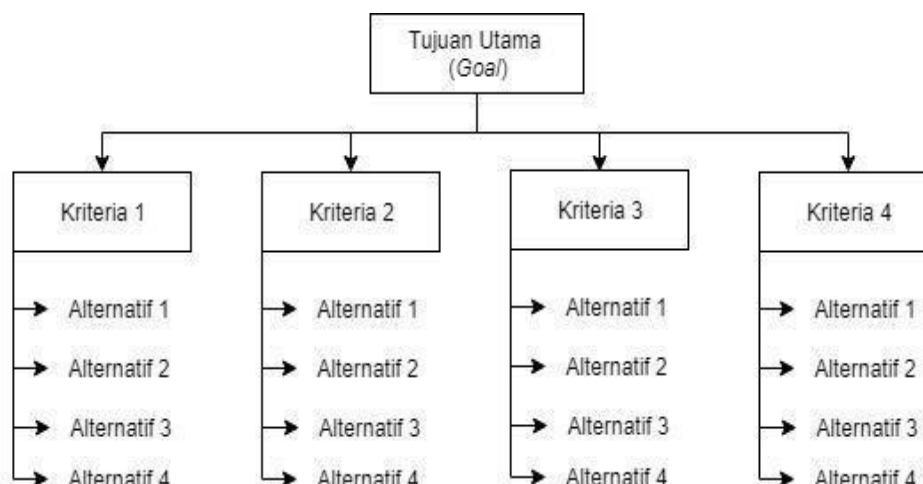
- 1) Menyusun daftar peluang dan dan ancaman eksternal perusahaan serta perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan
- 2) Menyusun strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal.
- 3) Menyusun strategi WO (*Weakness -Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal.
- 4) Menyusun strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal.
- 5) Menyusun strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal.

2. Analytical Hierarki Process (AHP)

Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan.
2. Membuat struktur hierarki yang diawali dengan tujuan utama.

Secara umum, struktur hierarki metode AHP dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Sumber: Data Sekunder Munthafa dan Mubarak, 2017.

Gambar 3.1 Struktur Hirarki AHP

3. Membuat matriks perbandingan berpasangan yang menggambarkan kontribusi relatif atau pengaruh setiap elemen terhadap tujuan atau kriteria yang setingkat di atasnya.

Tabel 3. 2 Matrix Perbandingan Berpasangan

	Kriteria-1	Kriteria-2	Kriteria-3	Kriteria-n
Kriteria-1	K11	K12	K13	K1n
Kriteria-2	K21	K22	K23	K2n
Kriteria-3	K31	K32	K33	K3n
Kriteria-m	Kn1	Kn2	Kn3	Kmn

Sumber: Data Sekunder Munthafa dan Mubarak, 2017.

4. Mendefinisikan perbandingan berpasangan sehingga diperoleh jumlah penilai seluruhnya sebanyak $n \times \left[\frac{(n-1)}{2} \right]$ buah, dengan n adalah banyaknya elemen yang dibandingkan. Skala perbandingan berpasangan yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Skala nilai perbandingan berpasangan

Tingkat	Definisi	Keterangan
1	Sama pentingnya	Kedua elemen memiliki pengaruh yang sama
3	Agak lebih penting yang satu atas yang lainnya	Pengalaman dan penilaian sangat memihak satu elemen dibandingkan dengan pasangannya
5	Cukup penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktivitas lebih dari yang lain.

7	Sangat Penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan yang kuat atas satu aktivitas lebih dari yang lain.
9	Mutlak Lebih Penting	Satu elemen mutlak lebih disukai dibandingkan dengan pasangannya, pada tingkat keyakinan tertinggi.
2, 4, 6, 8	Nilai tengah diantara dua yang berdekatan	Bila kompromi dibutuhkan

Sumber : Data Sekunder Mubarak & Rusmiati, (2016)

5. Menghitung nilai eigen dan menguji konsistensinya
6. Mengulangi langkah 3, 4, dan 5 untuk seluruh tingkat hierarki
7. Menghitung vektor eigen dari setiap matriks perbandingan berpasangan yang merupakan bobot setiap elemen untuk penentuan prioritas elemen-elemen pada tingkat hierarki terendah sampai mencapai tujuan.

Perhitungan dilakukan lewat cara menjumlahkan nilai setiap kolom yang bersangkutan untuk memperoleh normalisasi matriks, dan menjumlahkan nilai-nilai dari setiap baris dan membaginya dengan jumlah elemen untuk mendapatkan rata-rata.

Apabila A adalah matriks perbandingan berpasangan, maka vektor bobot yang berbentuk:

$$(A)(W^T) = (n)(W^T)$$

dapat didekati dengan cara:

- 1) Menormalkan setiap kolom j dalam matriks A sedemikian hingga:

$$\sum_i a(i, j) = 1$$

Sebut sebagai A

- 2) Hitung nilai rata-rata untuk setiap baris i dalam A :

$$W_i = \frac{1}{n} \sum_j a(i, j)$$

dengan w_i adalah bobot tujuan ke-i dari vektor bobot.

8. Memeriksa konsistensi hierarki.

Misal A adalah matriks perbandingan berpasangan dan w adalah vektor bobot, maka konsistensi dari vektor bobot w dapat diuji sebagai berikut :

- 1) Hitung: $(A)(w^T)$

$$t = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left(\begin{array}{c} \text{elemen ke - } i \text{ pada } (A)(w^T) \\ \text{elemen ke - } i \text{ pada } w^T \end{array} \right)$$

2) Hitung indeks konsistensi

$$CI = \frac{t - n}{n - 1}$$

3) Indeks random RIn adalah nilai rata-rata CI yang dipilih secara acak pada A dan diberikan sebagai berikut.

n	2	3	4	5	6	7	...
RIn	0	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	...

$$RI = \frac{1,98 (n - 2)}{n}$$

4) Hitung Rasio Konsistensi

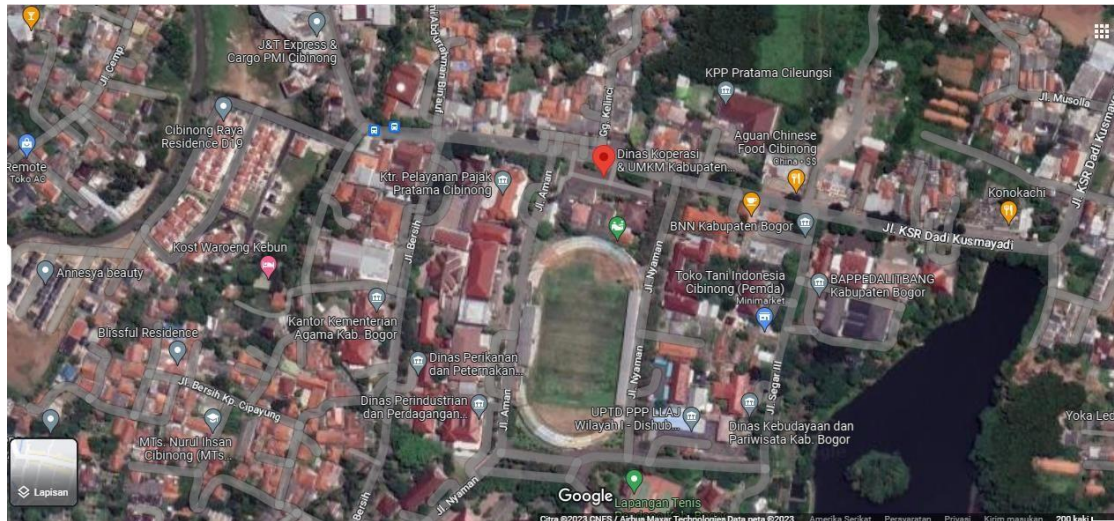
$$CR = \frac{CI}{RI_n}$$

- Jika $CI = 0$, maka hierarki konsisten
- Jika $CR \leq 0,1$, maka hierarki cukup konsisten
- Jika $CR > 0,1$, maka hierarki sangat tidak konsisten

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di tempat pelaksanaan program pembinaan UMKM dan lokasi lainnya yaitu di kantor Dinas Koperasi Dan UMKM yang beralamat di Jl. KSR Dadi Kusmayadi, Tengah, Kec. Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16914. Kantor Dinas Koperasi dan UMKM lokasinya mudah untuk diakses, berdekatan dengan Dinas Sosial dan juga Dinas Pendidikan lebih tepatnya bersampingan dengan Stadion Persikabo.



Sumber : GoggleMaps, 2023

Gambar 4.1 Lokasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor

4.1.1. Profile Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Bogor Nomor 12 Tahun 2016 tentang Pembentukan Dinas Daerah Kabupaten Bogor dan Peraturan Bupati Bogor Nomor 91 Tahun 2020 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bogor. Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bogor diberi kewenangan pengelolaan di Bidang Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati Bogor.

Sesuai dengan kedudukan tersebut di atas, tugas pokok dan fungsi Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah mempunyai tugas pokok membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi di bidang koperasi, usaha kecil menengah serta tugas pembantuan. Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bogor mempunyai fungsi, sebagai berikut :

- a. perumusan kebijakan bidang perkoperasian dan usaha mikro.

- b. pelaksanaan kebijakan bidang perkoperasian dan usaha mikro.
- c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan bidang perkoperasian dan usaha mikro.
- d. Pelaksanaan reformasi birokrasi.
- e. Pelaksanaan administrasi Dinas.
- f. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati sesuai bidang tugasnya.

A. Visi dan Misi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor

a. Visi

Visi merupakan pandangan jauh kedepan, kemana dan bagaimana instansi pemerintah harus dibawa dan berkarya agar konsisten dan dapat eksis, anitsipatif, inovatif serta produktif. Visi tidak lain adalah suatu gambaran dan cita-cita tentang keadaan masa depan yang ingin diwujudkan oleh instansi pemerintah, dengan mengacu pada batasan tersebut, Visi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor adalah sebagai berikut :

“Terwujudnya Masyarakat Kabupaten Bogor yang Termaju, Nyaman dan Berkeadaban”

b. Misi

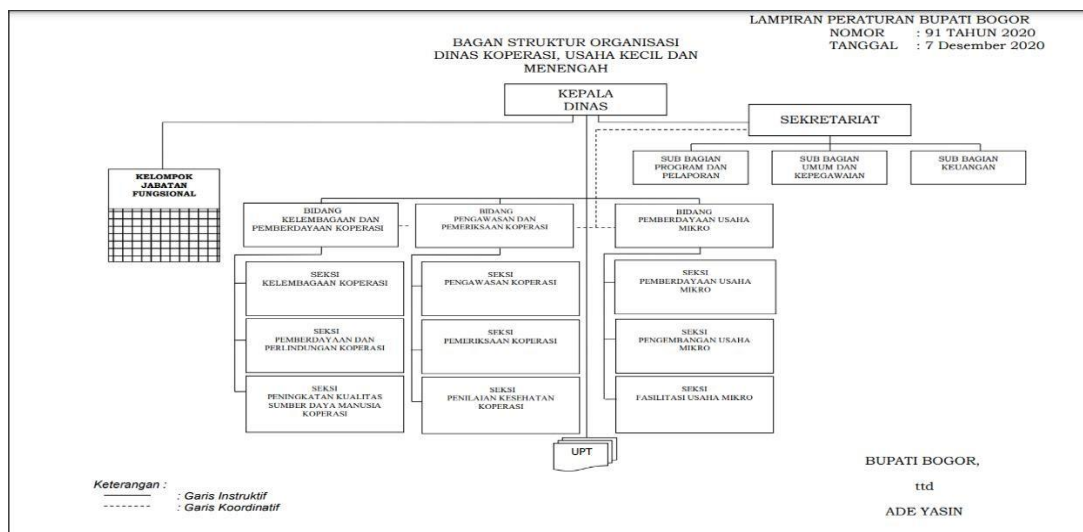
Untuk merealisasikan visi yang telah ditetapkan, maka misi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor yaitu sebagai berikut :

1. Mewujudkan masyarakat yang berkualitas.
2. Mewujudkan perekonomian daerah berdaya saing dan berkelanjutan.
3. Mewujudkan pembangunan daerah yang merata, berkeadilan, dan berkelanjutan.
4. Mewujudkan kesalehan sosial.
5. Mewujudkan tata Kelola pemerintahan yang baik.

4.1.2. Struktur Organisasi, Tugas dan Fungsi Jabatan

Setiap organisasi atau bisnis agar dapat berjalan sesuai tujuannya maka dibutuhkan sebuah struktur organisasi, struktur organisasi sangat penting bagi setiap organisasi atau perusahaan, dengan adanya struktur organisasi setiap posisi dan tugas atau pekerjaan dapat diketahui secara jelas. Struktur organisasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor adalah sebagai berikut:

1. Struktur Organisasi



Sumber: *diskopukm.bogorkab.go.id*, 2023

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor

2. Tugas dan Fungsi Jabatan

Adapun tugas pokok dan fungsi dari masing-masing sekretaris dan bidang yaitu sebagai berikut :

1) Sekretariat

Sekretariat mempunyai tugas membantu dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas dalam melaksanakan pengelolaan kesekretariatan Dinas. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Sekretariat mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan Bahan Penyusunan Program Kerja Sekretariat.
- b. Pengoordinasian Penyusunan Program, Monitoring, Evaluasi Dan Pelaporan.
- c. Pengelolaan Rumah Tangga, Tata Usaha Dan Kepegawaian Dinas.
- d. Pengoordinasian Penyusunan Rancangan Produk Hukum;
- e. Penyusunan Kebijakan Penataan Organisasi Dinas.
- f. Pengelolaan Keuangan Dinas.
- g. Pengelolaan Keuangan Dinas.
- h. Pelaksanaan Fungsi Lain Yang Diberikan Pimpinan Sesuai Bidang Tugasnya.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi Sekretaris dibantu oleh :

A. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Sub Bagian Umum dan Kepegawaian mempunyai tugas membantu Sekretaris. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan Bahan Penyusunan Program Kerja Sub Bagian Umum Dan

Kepegawaian.

- b. Pengelolaan Rumah Tangga Dan Tata Usaha Dinas.
- c. Pengelolaan Barang/Jasa Dinas.
- d. Penyiapan Bahan Penyusunan Rancangan Produk Hukum.
- e. Penyiapan Bahan Penyusunan Kebijakan Penataan Organisasi Dinas.
- f. Pengelolaan Layanan Administrasi Kepegawaian Dinas, dan
- g. Pelaksanaan Fungsi Lain Yang Diberikan Pimpinan Sesuai Bidang Tugasnya.

B. Sub Bagian Program dan Pelaporan

Sub Bagian Program dan Pelaporan mempunyai tugas membantu Sekretaris dalam melaksanakan pengelolaan dan penyusunan program dan pelaporan Dinas. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Sub Bagian Program dan Pelaporan mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan Bahan Penyusunan Program Kerja Sub Bagian Program Dan Pelaporan.
- b. Penyiapan Bahan Pengoordinasian Penyusunan Program, Monitoring, Evaluasi Dan Pelaporan Dinas
- c. Pelaksanaan Pengelolaan Hubungan Masyarakat.
- d. Pengelolaan Penyusunan Anggaran Dinas.
- e. Pengelolaan Situs Web Dinas, dan
- f. Pelaksanaan Fungsi Lain Yang Diberikan Oleh Pimpinan Sesuai Bidang Tugasnya.

C. Sub Bagian Keuangan

Sub Bagian Keuangan mempunyai tugas membantu Sekretaris dalam melaksanakan pengelolaan keuangan Dinas. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Sub Bagian Keuangan mempunyai fungsi

- a. Penyiapan Bahan Penyusunan Program Kerja Sub Bagian Keuangan.
- b. Penatausahaan Keuangan Dinas
- c. Penyusunan Pelaporan Keuangan Dinas
- d. Pengoordinasian Penyiapan Bahan Tanggapan Atas Laporan Pemeriksaan Keuangan, dan
- e. Pelaksanaan Fungsi Lain Yang Diberikan Oleh Pimpinan Sesuai Bidang Tugasnya.

2) Bidang Kelembagaan dan Pemberdayaan Koperasi

Bidang Kelembagaan dan Pemberdayaan Koperasi mempunyai tugas tugas membantu dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas dalam menyusun dan

melaksanakan kebijakan, evaluasi dan pelaporan kelembagaan dan pemberdayaan koperasi. Bidang Kelembagaan dan Pemberdayaan Koperasi mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan Bahan Penyusunan Program Kerja Bidang Kelembagaan dan Pemberdayaan Koperasi.
- b. Penyusunan, Pelaksanaan Dan Pengoordinasian Kebijakan Kelembagaan dan Pemberdayaan Koperasi.
- c. Analisis Verifikasi Data dan Jumlah Koperasi.
- d. Fasilitasi Pemenuhan Izin Usaha Simpan Pinjam Untuk Koperasi.
- e. Fasilitasi Pemenuhan Izin Pembukaan Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas.
- f. Fasilitasi Pembentukan Koperasi, Perubahan Anggaran Dasar Koperasi dan Pencatatan Perubahan Perangkat Koperasi dan Pembubaran Koperasi.
- g. Pelaksanaan Pemasyarakatan Koperasi.
- h. Analisis dan Verifikasi Data Koperasi.
- i. Bimbingan Dalam Penyusunan Laporan Tahunan Koperasi.
- j. Pemberdayaan, Peningkatan Produktivitas dan Nilai Tambah Koperasi.
- k. Pelaksanaan Perlindungan Koperasi.
- l. Penyusunan Konsep Kemitraan Antar Koperasi dan Koperasi Dengan Badan Usaha Lainnya.
- m. Pengembangan Perluasan Akses Pembiayaan/Permodalan Bagi Koperasi dan Pengembangan Akses Pasar Bagi Produk Koperasi Di Dalam Dan Luar Negeri.
- n. Penguatan Kelembagaan, Penataan Manajemen, Standarisasi, Restrukturisasi Usaha dan Perlindungan Koperasi.
- o. Pelaksanaan Pengembangan Dan Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Bagi Perangkat Organisasi Koperasi.
- p. Pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi Serta Penyusunan Pelaporan Bidang Kelembagaan Dan Pemberdayaan Koperasi, dan
- q. Melaksanakan Fungsi Lain Yang Diberikan Oleh Pimpinan Sesuai Tugas Dan Fungsinya.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi tersebut dibantu oleh :

A. Seksi Pemberdayaan dan Perlindungan Koperasi

Seksi Kelembagaan dan Perlindungan Koperasi mempunyai tugas membantu membantu Kepala Bidang Kelembagaan dan Pemberdayaan Koperasi dalam

menyiapkan bahan penyusunan dan melaksanakan kebijakan, evaluasi dan pelaporan pemberdayaan dan perlindungan koperasi. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Seksi Kelembagaan dan Pemberdayaan mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Seksi Seksi Pemberdayaan dan Perlindungan Koperasi.
- b. Penyiapan bahan penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian Seksi Pemberdayaan dan Perlindungan Koperasi.
- c. Pemberdayaan dan peningkatan produktivitas dan nilai tambah koperasi.
- d. Pengembangan dan/atau perluasan akses pembiayaan/permodalan bagi koperasi.
- e. Pengembangan akses pasar bagi produk koperasi di dalam dan luar negeri.
- f. Penguatan kelembagaan, penataan manajemen, standarisasi, dan restrukturisasi usaha koperasi.
- g. Pelaksanaan perlindungan koperasi.
- h. Penyusunan konsep kemitraan antar koperasi dan koperasi dengan badan usaha lainnya.
- i. Penyiapan bahan pelaksanaan reformasi birokrasi Seksi Pemberdayaan dan Perlindungan Koperasi.
- j. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Seksi Pemberdayaan dan Perlindungan Koperasi, dan
- k. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai bidang tugasnya.

B. Seksi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Koperasi

Seksi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Koperasi mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Kelembagaan dan Pemberdayaan Koperasi menyiapkan bahan penyusunan dan melaksanakan kebijakan, evaluasi dan pelaporan peningkatan kualitas sumber daya manusia koperasi. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Seksi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Koperasi mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Seksi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Koperasi.
- b. Penyiapan bahan penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian peningkatan kualitas sumber daya manusia koperasi.
- c. Pelaksanaan pengembangan pendidikan dan pelatihan bagi perangkat organisasi koperasi.
- d. Pelaksanaan evaluasi penyerapan pendidikan dan pelatihan terhadap perangkat organisasi koperasi.

- e. Penyiapan bahan pelaksanaan reformasi birokrasi Seksi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Koperasi.
- f. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Seksi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Koperasi, dan
- g. Melaksanakan Fungsi Lain yang Diberikan Oleh Pimpinan Sesuai Tugas dan Fungsinya.

C. Seksi Kelembagaan Koperasi

Seksi Kelembagaan Koperasi mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Kelembagaan dan Pemberdayaan Koperasi menyiapkan bahan penyusunan dan melaksanakan kebijakan, evaluasi dan pelaporan kelembagaan koperasi. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Seksi Kelembagaan Koperasi mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Seksi Kelembagaan Koperasi.
- b. Penyiapan bahan penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian kelembagaan koperasi.
- c. Fasilitasi pemenuhan izin usaha simpan pinjam.
- d. Fasilitasi pemenuhan izin pembukaan kantor cabang, cabang pembantu dan kantor kas.
- e. Analisis berkas pembentukan koperasi, perubahan anggaran dasar koperasi dan pencatatan perubahan perangkat koperasi.
- f. Analisis pembubaran koperasi.
- g. Analisis dan verifikasi data koperasi.
- h. Pelaksanaan pembinaan dan bimbingan teknis anggota koperasi.
- i. Pelaksanaan pemasyarakatan koperasi.
- j. Perencanaan bimbingan dan penyuluhan dalam pembuatan laporan tahunan koperasi.
- k. Penyiapan bahan pelaksanaan reformasi birokrasi Seksi Kelembagaan Koperasi.
- l. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Seksi Kelembagaan Koperasi.

3) Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi

Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi mempunyai tugas membantu dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas dalam menyusun dan melaksanakan kebijakan, evaluasi dan pelaporan pengawasan dan pemeriksaan koperasi. Untuk

menyelenggarakan tugas tersebut, Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi.
- b. Penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian kebijakan pengawasan dan pemeriksaan koperasi.
- c. Pengawasan dan pemeriksaan kekuatan, kemandirian dan ketangguhan koperasi dan/atau usaha simpan pinjam oleh koperasi.
- d. Pengawasan dan pemeriksaan kepatuhan koperasi terhadap peraturan perundang undangan.
- e. Pengawasan dan pemeriksaan kepatuhan kelembagaan serta usaha koperasi.
- f. Penerapan sanksi kepada koperasi.
- g. Penciptaan iklim usaha simpan pinjam yang sehat melalui penilaian koperasi.
- h. Penilaian kesehatan koperasi simpan pinjam dan/atau usaha simpan pinjam oleh koperasi.
- i. Pemberian penghargaan kesehatan koperasi simpan pinjam dan/atau usaha simpan pinjam oleh koperasi.
- j. Penyiapan pelaksanaan reformasi birokrasi Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi.
- k. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi, dan
- l. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai bidang tugasnya.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi tersebut, Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi dibantu oleh :

A. Seksi Pengawasan Koperasi

Seksi Pengawasan Koperasi mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi dalam menyiapkan bahan penyusunan dan melaksanakan kebijakan, evaluasi dan pelaporan pengawasan koperasi.. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Seksi Pengawasan Koperasi mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Seksi Pengawasan Koperasi.
- b. Penyiapan bahan penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian pengawasan koperasi.
- c. Pengawasan kekuatan, kemandirian dan ketangguhan koperasi dan/atau usaha simpan pinjam koperasi.

- d. Pengawasan akuntabilitas koperasi.
- e. Pengawasan kelembagaan dan usaha koperasi.
- f. Pencegahan dan pengawasan terhadap praktek-praktek yang mengatasnamakan koperasi.
- g. Penyiapan bahan pelaksanaan reformasi birokrasi Seksi Pengawasan Koperasi.
- h. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Seksi Pengawasan Koperasi, dan
- i. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai bidang tugasnya.

B. Seksi Pemeriksaan Koperasi

Seksi Pemeriksaan Koperasi mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi dalam menyiapkan bahan penyusunan dan melaksanakan kebijakan, evaluasi dan pelaporan pemeriksaan koperasi., Pemeriksaan Koperasi mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Seksi Pemeriksaan Koperasi.
- b. Penyiapan bahan penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian pemeriksaan koperasi.
- c. Pemeriksaan kepatuhan kelembagaan dan usaha koperasi.
- d. Pemeriksaan kepatuhan koperasi terhadap penerapan peraturan perundang-undangan koperasi.
- e. Penerapan sanksi kepada koperasi.
- f. Penyiapan bahan pelaksanaan reformasi birokrasi Seksi Pemeriksaan Koperasi.
- g. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Seksi Pemeriksaan Koperasi, dan
- h. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai bidang tugasnya.

C. Seksi Penilaian Kesehatan Koperasi

Seksi Pengembangan SDM Koperasi mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi dalam menyiapkan bahan penyusunan dan melaksanakan kebijakan, evaluasi dan pelaporan penilaian kesehatan koperasi. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Seksi Penilaian Kesehatan Koperasi mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Seksi Penilaian Kesehatan

Koperasi.

- b. Penyiapan bahan penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian penilaian kesehatan koperasi.
- c. Penciptaan iklim usaha simpan pinjam yang sehat melalui penilaian koperasi.
- d. Penilaian kesehatan koperasi simpan pinjam dan/atau usaha simpan pinjam oleh koperasi.
- e. Pemberian penghargaan hasil penilaian kesehatan koperasi simpan pinjam dan/atau usaha simpan pinjam oleh koperasi.
- f. Penyiapan bahan pelaksanaan reformasi birokrasi seksi penilaian kesehatan koperasi.
- g. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan seksi penilaian kesehatan koperasi, dan
- h. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai bidang tugasnya.

4) Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro

Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro mempunyai tugas membantu dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas dalam menyusun dan melaksanakan kebijakan, evaluasi dan pelaporan bidang pemberdayaan usaha mikro.. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro.
- b. Penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian kebijakan pemberdayaan usaha mikro.
- c. Pemberdayaan penguatan kelembagaan dan perlindungan usaha mikro; d) Verifikasi data dan potensi usaha mikro.
- d. Koordinasi dan sinkronisasi pemberdayaan usaha mikro.
- e. Pengembangan, penguatan dan peningkatan usaha mikro menjadi usaha Kecil.
- f. Pengembangan, penguatan dan peningkatan usaha mikro menjadi usaha Kecil.
- g. Fasilitasi pengembangan sumber daya manusia, peningkatan kualitas produksi dan pengolahan.
- h. Fasilitasi pengembangan dan peningkatan kualitas kemasan, tampilan desain dan teknologi produk usaha mikro.

- i. Fasilitasi pengembangan dan promosi akses pasar produk usaha mikro di dalam dan luar negeri.
- j. Penyiapan pelaksanaan reformasi birokrasi Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro.
- k. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro, dan
- l. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi tersebut Bidang Pemberdayaan Usaha Kecil dipimpin oleh seorang Kepala Bidang dan dibantu oleh :

A. Seksi Pemberdayaan Usaha Mikro

Seksi Pemberdayaan Usaha Mikro mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro dalam menyiapkan bahan penyusunan dan melaksanakan, evaluasi dan pelaporan kebijakan pemberdayaan usaha mikro. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Seksi Pemberdayaan Usaha Mikro mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Seksi Pemberdayaan Usaha Mikro.
- b. Penyiapan bahan penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian pemberdayaan usaha mikro.
- c. Verifikasi data dan potensi usaha mikro.
- d. Pemberdayaan dan penguatan kelembagaan usaha mikro.
- e. Koordinasi dan sinkronisasi pemberdayaan usaha mikro.
- f. Koordinasi dan sinkronisasi pemberdayaan usaha mikro.
- g. Penyiapan bahan pelaksanaan reformasi birokrasi Seksi Pemberdayaan Usaha Mikro.
- h. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Seksi Pemberdayaan Usaha Mikro, dan
- i. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Seksi Pemberdayaan Usaha Mikro.

B. Seksi Pengembangan Usaha Mikro

Seksi Pengembangan Usaha Mikro mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro dalam menyiapkan bahan penyusunan dan melaksanakan, evaluasi dan pelaporan Pengembangan Usaha Mikro. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Seksi Pengembangan Usaha Mikro mempunyai fungsi :

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Seksi Pengembangan Usaha Mikro.
- b. Penyiapan bahan penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian pengembangan usaha mikro.
- c. Fasilitasi pengembangan, penguatan dan peningkatan usaha mikro menjadi usaha Kecil.
- d. Fasilitasi pengembangan produksi, pengolahan dan pemasaran usaha mikro.
- e. Fasilitasi menumbuhkembangkan wirausaha baru.
- f. Fasilitasi pengembangan sumber daya manusia, peningkatan kualitas produksi dan pengolahan.
- g. Fasilitasi pengembangan dan peningkatan kualitas kemasan, tampilan desain dan teknologi produk usaha mikro.
- h. Penyiapan bahan pelaksanaan reformasi birokrasi Seksi Pengembangan Usaha Mikro.
- i. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Seksi Pengembangan Usaha Mikro, dan
- j. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai bidang tugasnya.

C. Seksi Fasilitasi Usaha Mikro

Seksi Fasilitasi Usaha Mikro mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro dalam menyiapkan bahan penyusunan dan melaksanakan, evaluasi dan pelaporan fasilitasi usaha mikro. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Seksi Fasilitasi Usaha Mikro mempunyai fungsi

- a. Penyiapan bahan penyusunan program kerja Seksi Fasilitasi Usaha Mikro
- b. Penyiapan bahan penyusunan, pelaksanaan dan pengoordinasian fasilitasi usaha mikro.
- c. Fasilitasi pengembangan dan promosi akses pasar produk usaha mikro di dalam dan luar negeri.
- d. Fasilitasi kemudahan perizinan usaha mikro.
- e. Fasilitasi kemitraan usaha mikro dengan usaha lainnya.
- f. Penyiapan bahan pelaksanaan reformasi birokrasi Seksi Fasilitasi Usaha Mikro.
- g. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi serta penyusunan pelaporan Seksi Fasilitasi Usaha Mikro.
- h. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai bidang tugasnya.

4.2. Analisis dan Bahasan

Bagian awal dimulai dengan menganalisis pengembangan usaha menurut Arsyad (2011), setelah itu dilakukan identifikasi terhadap lingkungan internal dan eksternal yang terbagi dalam empat faktor yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*. Keempat faktor tersebutlah yang nantinya akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan atau suatu perumusan strategi.

4.2.1. Analisis Upaya DINKOPUKM dalam Membantu Perizinan, Pengolahan Produk dan Pemasaran Produk Pelaku UMKM

Eksistensi UMKM di kota makassar mempunyai potensi untuk dapat lebih tumbuh dan berkembang. Terlihat dari data dan fakta yang menunjukkan adanya tingkat perkembangan jumlah umkm dari waktu ke waktu. Sektor UMKM menjadi alternatif pemenuhan kesempatan kerja bagi sekian banyak tenaga kerja yang ada. Usaha dan upaya yang dilakukan untuk pengembangan UMKM, pada umumnya mengalami berbagai hambatan-hambatan antarlain seperti kualitas SDM yang masih rendah, keterbatasan biaya, terbatasnya kemampuan dalam hal pemasaran dan lain sebagainya. Maka dari itu, sangat dibutuhkan adanya suatu usaha untuk lebih mengembangkan potensi sektor UMKM baik dari sisi kuantitas maupun kualitasnya. Pemerintah melalui dinas koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor mempunyai tanggung jawab teknis bagi perkembangan UMKM.

1. Perizinan Usaha

Perizinan usaha adalah suatu bentuk izin yang diberikan oleh pemerintah kepada pemilik bisnis untuk menjalankan usahanya secara legal. Dengan memiliki izin usaha, konsumen maupun pihak lain menganggap bahwa bisnismu sah secara hukum. Hal ini juga memiliki keterkaitan dengan teori pengembangan usaha menurut Abraham Lincoln pada *point* Penciptaan Iklim Usaha yang Baik. Berdasarkan hasil survey lapangan dan wawancara dengan Kepala Bidang UMKM yang berkaitan dengan Perizinan Usaha dapat disimpulkan bahwa DINKOPUKM mengupayakan hal mengenai legalitas dengan memfasilitasi kemudahan perizinan usaha bagi pelaku UMKM melalui berbagai akses seperti melalui kegiatan pelatihan dan melalui kegiatan Rebo Keliling (BOLING) yang merupakan kegiatan rutin setiap bulannya untuk menyapa warga Bogor di setiap kecamatan sekaligus memfasilitasi stand untuk para pelaku usaha yang ingin membuat legalitas usahanya. Legalitas yang perlu dipenuhi atau dilengkapi oleh pelaku usaha juga cukup beragam salah satunya yaitu legalitas halal, maka dalam hal tersebut DINKOPUKM berupaya menyelenggarakan kegiatan pelatihan sertifikasi halal dengan menjalin kemitraan dengan perwakilan LPPOM MUI guna membantu pelaku usaha dalam memperoleh legalitas halal untuk produknya. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor sudah berupaya memberi kemudahan bagi para pelaku usaha dengan membantu perizinan atau legalitas usaha yang mereka miliki. Perizinan suatu usaha memang sangat perlu diperhatikan karena dengan perizinan usaha yang lengkap akan memperluas pangsa pasar UMKM tersebut dan juga akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap sebuah

produk yang dihasilkan oleh UMKM.

2. Pengolahan Produk

Menurut Assauri (2011) proses produksi adalah cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan, dana) yang ada. Hal ini juga memiliki keterkaitan dengan teori pengembangan usaha menurut Abraham Lincoln pada *point* Penciptaan Iklim Usaha yang Baik. Berdasarkan hasil survey lapangan dan wawancara dengan Kepala Bidang UMKM yang berkaitan dengan pengolahan produk dapat disimpulkan bahwa perihal pengolahan produk DINKOPUKM menyelenggarakan pelatihan diversifikasi produk yang mana dalam pelatihan tersebut akan berlangsung selama tiga hari. Hari pertama para pelaku UMKM akan diberikan materi-materi mengenai bagaimana cara mengolah produk dengan benar. Kemudian hari kedua para pelaku UMKM akan diberikan praktek secara langsung mengenai proses pengolahan produk oleh ahli narasumber yang datang dan hari ketiga merupakan acara penutup sekaligus pembagian uang saku yang diberikan kepada pelaku UMKM yang telah mengikuti program pelatihan tersebut. Melalui kegiatan ini tentu memberikan banyak benefit bagi pelaku UMKM yang mengikuti karena selain mendapatkan ilmu yang bermanfaat juga mendapat uang saku yang telah disediakan DINKOPUKM selaku penyelenggara. Maka dari itu diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam mengolah produknya. Proses pengolahan produk yang baik merupakan faktor kunci yang akan mempengaruhi kualitas dari produk yang dihasilkan.

3. Pemasaran Produk

Kotler & Keller (2017) mendefinisikan bahwa: Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Hal ini juga memiliki keterkaitan dengan teori pengembangan usaha menurut Abraham Lincoln pada *point* Pembuatan Sistem Pemasaran. Berdasarkan hasil survey lapangan dan wawancara dengan Kepala Bidang UMKM yang berkaitan dengan pemasaran produk dapat disimpulkan bahwa dalam membantu pemasaran para pelaku usaha DINKOPUKM mempunyai kegiatan rutin setiap bulannya yaitu Rebo Keliling (Boling) yang merupakan kegiatan menyapa warga di setiap kecamatan. Acara tersebut menjadi kesempatan bagi pelaku UMKM setempat untuk memasarkan produknya karena DINKOPUKM memfasilitasi *stand* bazaar untuk UMKM. DINKOPUKM juga menyelenggarakan pelatihan kemasan dengan tujuan agar para pelaku usaha memiliki kemasan produk yang menarik dan mempunyai ciri yang khas untuk menarik minat konsumen. Selain pelatihan kemasan, ada pula pelatihan *digital marketing* agar para pelaku UMKM mempunyai keterampilan dan dapat mengikuti perkembangan zaman karena pemasaran melalui *online* merupakan hal yang penting saat ini. DINKOPUKM juga sering mengikuti *event-event* dalam kota maupun luar kota untuk mempromosikan produk UMKM Kabupaten Bogor. Keseriusan DINKOPUKM dalam membantu

pengembangan pemasaran semakin terlihat dengan menjalin kerja sama dengan beberapa instansi seperti Mall Borobudur Cibinong dan kantor BPN untuk menyelenggarakan bazaar UMKM serta menjalin kerjasama juga dengan Indomaret untuk memasukan produk UMKM Kabupaten Bogor dalam setiap cabangnya.

4.2.2. Analisis Upaya DINKOPUKM Mengevaluasi Upaya yang dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM Terkait Penyampaian Informasi dan Keterbatasan Kuota Peserta Pelatihan

Informasi merupakan suatu keterangan atau pernyataan yang mengandung data dan fakta yang penjelasannya dapat dibaca, dilihat, dan didengar oleh si penerima informasi. Sebuah informasi harus tersampaikan secara jelas dan meluas agar semua masyarakat dapat mengetahui dan memahami isi dari informasi tersebut. Kemudian mengenai kuota peserta pelatihan pihak DINKOPUKM melalui Bapak Yudi Taufik selaku Kepala Bidang UMKM mengakui memang dengan jumlah UMKM yang sangat banyak pihak dinas merasa kesulitan untuk menambah jumlah kuota peserta pelatihan. Maka dari itu Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor harus membuat sistem informasi terpadu yang dapat memudahkan masyarakat untuk berhubungan dengan aparat pemerintah daerah terkait dengan penyampaian informasi serta penambahan kuota peserta dalam rencana pembangunan ekonomi di Kabupaten Bogor. Hal ini juga memiliki keterkaitan dengan teori pengembangan usaha menurut Abraham Lincoln pada *point* Pendirian Pusat Konsultasi dan Pembuatan Sistem Informasi Terpadu. Peneliti melakukan penelusuran lebih dalam mengenai indikator ini dengan melakukan survey lapangan secara langsung dan juga melakukan wawancara dengan Kepala Bidang UKM pada Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bogor.

1. Penyampaian Informasi

Berdasarkan hasil survey lapangan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Kepala Bidang UMKM yang berkaitan dengan penyampaian informasi dapat disimpulkan bahwa Dinas Koperasi dan UMKM menyediakan berbagai platform informasi yang dapat diakses oleh masyarakat seperti website, media sosial Instagram dan grup whatsapp. Informasi yang bersifat umum seperti dokumentasi kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan akan disampaikan melalui media sosial Instagram dan website resmi DINKOPUKM sehingga siapapun bisa mengakses informasi tersebut. Selain itu, untuk informasi yang lebih formal DINKOPUKM juga menyediakan grup whatsapp yang anggotanya hanya terdiri dari pelaku UMKM yang sudah menjadi binaan DINKOPUKM. DINKOPUKM juga membentuk forum UMKM disetiap kecamatannya yang bertujuan untuk mempermudah penyebaran informasi ke daerah-daerah setempat agar tidak terjadi kesalahpahaman antar kedua belah pihak yakni pihak dinas dan pelaku UMKM.

4.2.1. Kuota Peserta Pelatihan

Berdasarkan hasil survey lapangan dan wawancara dengan Kepala Bidang UMKM yang berkaitan dengan terbatasnya kuota peserta pelatihan dapat

disimpulkan menurut Bapak Yudi Taufik selaku Kepala Bidang UMKM memberi penjelasan bahwa pelatihan ini diselenggarakan tiga sampai lima angkatan dalam setiap tahunnya yang dimana dalam setiap angkatannya dapat diikuti oleh 40 orang peserta. Beliau pun mengakui memang dengan jumlah UMKM yang sangat banyak dan peserta pelatihan yang terbatas membuat pihak dinas merasa kesulitan untuk menambah jumlah kuota peserta pelatihan. Maka dari itu pihak Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor melakukan upaya seperti misalnya dengan penyaluran dana program bantuan dari pemerintah untuk para pelaku UMKM sekaligus memberikan pelatihan dan pembinaan untuk para pelaku usaha dengan mengundang narasumber terpercaya dengan harapan dapat membantu mereka dalam mengembangkan usahanya. DINKOPUKM juga terus melakukan upaya seperti dengan menjalin kerjasama dengan pihak lain salah satunya yaitu dengan anggota DPR yang bernama Tommy Kurniawan untuk mengadakan program pelatihan menggunakan dana beliau dan pesertanya diikuti oleh pelaku UMKM yang menjadi binaan dari DINKOPUKM. Selain itu upaya lain yang dilakukan oleh DINKOPUKM yaitu dengan mengajukan permintaan dana kepada pihak APBD setempat guna mengadakan pelatihan tambahan agar semakin banyak pelaku usaha yang dapat menjadi peserta dalam mengikuti kegiatan ini.

4.2.3. Analisis SWOT Pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor

Penelitian ini akan dilakukan penilaian pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor berdasarkan analisis SWOT. Faktor-faktor tersebut ditentukan dari hasil wawancara dan survey lapangan yang dilakukan oleh peneliti pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor, dimana pegawai pada instansi dinas tersebut juga diminta untuk memberikan penilaian yang menggambarkan keseluruhan baik dari segi *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman).

Strength yang dimaksud adalah kekuatan yang dimiliki oleh Dinas Koperasi dan UMKM dalam upaya mengembangkan UMKM di Kabupaten Bogor, sedangkan *weakness* yang dimaksud adalah kekurangan dalam hal teknis yang membuat proses upaya pengembangan UMKM mengalami hambatan. *Opportunity* yang dimaksud adalah peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan UMKM. Peluang tersebut antarlain seperti tekad pelaku usaha yang kuat untuk memiliki usaha yang berkembang, perubahan teknologi yang dapat membantu proses produksi dan promosi pelaku UMKM, dan tersedianya banyak *event-event* bazaar yang dapat DINKOPUKM dalam membantu pelaku usaha untuk memasarkan serta memperluas pangsa pasar dari produknya. Sementara *Threat* adalah faktor-faktor lingkungan yang kurang menguntungkan yang mana bisa menjadi penghambat DINKOPUKM dalam upaya pengembangan UMKM usaha jika tidak segera diatasi. Faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang telah didapatkan melalui pengamatan peneliti pada lingkungan kerja Dinas Koperasi dan UMKM lalu dirumuskan sebagai berikut.

Tabel 4.1 Faktor-Faktor *Strengths* Dinas Koperasi dan UMKM

S1	Terfasilitasinya program pembinaan melalui pelatihan pengembangan bagi para pelaku UMKM.
S2	Terfasilitasinya kemudahan perizinan usaha mikro.
S3	Adanya dukungan yang dari pemerintah melalui kebijakannya untuk mengembangkan UMKM.
S4	Tersedianya ruang pemasaran untuk berbagai produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM.
S5	Adanya forum UMKM untuk mengelola UMKM di setiap wilayah kecamatan.
S6	Terjalinnnya kerjasama atau kemitraan dengan instansi lain.

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 4. 2 Faktor-Faktor *Weakness* Dinas Koperasi dan UMKM

W1	Kesulitan dalam membangun komitmen dengan pelaku UMKM..
W2	Kuota peserta pembinaan melalui pelatihan UMKM cukup terbatas.
W3	Terkadang terjadi <i>miss</i> informasi antara pihak Dinas dengan pelaku UMKM.
W4	Kesulitan dalam membantu pengelolaan usaha seperti proses produksi dan sistem pemasaran pelaku UMKM melalui <i>online marketing</i> .
W5	Anggaran dana yang terbatas

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 4. 3 Faktor-Faktor *Opportunity* Dinas Koperasi dan UMKM

O1	Adanya beragam dana bantuan yang diberikan oleh pemerintah bagi UMKM.
O2	Kuatnya tekad dari para pelaku UMKM untuk meembangkan usahanya dan berkompetisi dengan UMKM lainnya.
O3	Tersedianya sarana dan prasarana penunjang dalam pengembangan UMKM.
O4	Tersedia banyak <i>event-event</i> pemasaran untuk para pelaku UMKM.
O5	Teknologi yang modern dapat memberi kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 4.4 Faktor-Faktor *Threat* Dinas Koperasi dan UMKM

T1	Pelaku usaha yang belum memahami digitalisasi pemasaran
T2	Pelaku UMKM belum percaya diri dalam mengembangkan usahanya
T3	Kurangnya kesadaran pelaku UMKM mengenai perizinan usaha.
T4	Kota lain memiliki UMKM yang lebih maju.
T5	Pelaku usaha belum memahami cara pengolahan produk dengan baik

Sumber: Data primer diolah, 2023

4.2.4. Matrix SWOT

Pada tahap ini digunakan matriks SWOT yang dapat menggunakan strategi apa saja yang dapat dilakukan oleh Kepala Dinas Koperasi dan UMKM, setelah melakukan analisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Dinas Koperasi dan UMKM, disusun matriks SWOT yang akan menghasilkan empat tipe strategi yaitu SO-WO-ST-WT. Berikut adalah penjelasan matriks SWOT pada Dinas Koperasi dan UMKM.

Tabel 4. 5 Matrix SWOT

	<p style="text-align: center;">STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terasilitasinya program pembinaan melalui pelatihan pengembangan bagi para pelaku UMKM. 2. Terasilitasinya kemudahan perizinan usaha mikro. 3. Adanya dukungan yang dari pemerintah melalui kebijakannya untuk mengembangkan UMKM. 4. Tersedianya ruang pemasaran untuk berbagai produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM. 5. Adanya forum UMKM untuk mengelola UMKM di setiap wilayah kecamatan. 6. Terjalannya kerjasama atau kemitraan dengan instansi lain. 	<p style="text-align: center;">WEAKNES (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesulitan dalam membangun komitmen dengan pelaku UMKM.. 2. Kuota peserta pembinaan melalui pelatihan UMKM cukup terbatas. 3. Terkadang terjadi <i>miss</i> informasi antara pihak Dinas dengan pelaku UMKM. 4. Kesulitan dalam membantu pengelolaan usaha seperti proses produksi dan sistem pemasaran pelaku UMKM melalui <i>online marketing</i>. 5. Anggaran dana yang terbatas
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITY (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya beragam dana bantuan yang diberikan oleh pemerintah bagi UMKM. 2. Kuatnya tekad dari para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha dan berkompetisi dengan UMKM lainnya. 3. Tersedianya sarana dan prasarana penunjang dalam pengembangan UMKM. 4. Tersedia banyak event-event konvensional pemasaran untuk para pelaku UMKM. 5. Teknologi yang modern dapat memberi kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. 	<p style="text-align: center;">STRATEGI S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan antusiasme pelaku usaha serta sarana dan prasarana yang tersedia untuk menyelenggarakan program pelatihan bagi para pelaku UMKM. (S1,S2,S5,O2,O3) 2. Memberikan akses kepada UMKM untuk bisa mengikuti berbagai program bantuan dari pemerintah maupun kementerian. (S3,O1,O2,O3) 3. Mengikuti <i>event-event</i> pemasaran dan memanfaatkan teknologi modern guna meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran melalui media digital untuk para pelaku UMKM. (S3,S4,S6,O4) 	<p style="text-align: center;">STRATEGI W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan event konvensional serta teknologi modern melalui media online memperluas jangkauan pemasaran. (W4, O2, O3, O4, O5) 2. Menjalin hubungan yang harmonis dengan pelaku UMKM guna membangun komitmen yang kuat untuk memajukan serta mengembangkan UMKM. (W1, W2, O2, O3, O5) 3. Menambah kuota peserta dalam pelatihan agar para pelaku usaha mempunyai kesempatan yang besar untuk mengikutinya. (W3, O2, O3)

	4. Mempererat hubungan kerjasama dengan instansi lain guna meningkatkan kualitas UMKM Kabupaten Bogor dari aspek legalitas dan sistem pemasarannya (S1,S2,S3,S4,S6,O4)	4. Meningkatkan sistem informasi agar informasi yang diberikan mudah diakses dan dimengerti. (W4, O2, O5) 5. Memanfaatkan anggaran dana sebaik mungkin untuk kegiatan pengembangan pelaku UMKM. (W5, O1, O2, O3)
<p style="text-align: center;">THREAT (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaku usaha yang belum memahami digitalisasi pemasaran 2. Pelaku UMKM belum percaya diri dalam mengembangkan usahanya 3. Kurangnya kesadaran pelaku UMKM mengenai perizinan usaha. 4. Kota lain memiliki UMKM yang lebih maju. 5. Pelaku usaha belum memahami cara pengolahan produk dengan baik 	<p style="text-align: center;">STRATEGI S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu untuk melengapi perizinan usaha untuk menjaga kepatuhan hukum dan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen (S2, S3, T3) 2. Memaksimalkan peran forum UMKM di setiap kecamatan serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha melalui pelatihan agar mampu memanfaatkan teknologi dengan baik (S1, S3, S5, T1, T2, T4, T5) 3. Menjalin kerjasama dengan instansi luar untuk mengikuti event-event nasional guna mempromosikan dan memperluas pangsa pasar produk-produk UMKM Kabupaten Bogor agar mampu bersaing dengan UMKM yang lainnya. (S3, S4, S6, T4) 	<p style="text-align: center;">STRATEGI W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sosialisasi informasi dan pendampingan pengelolaan usaha kepada para pelaku UMKM di setiap daerahnya melalui forum UMKM (W1, W3, W4, T1, T2, T3, T5) 2. Menyisihkan anggaran untuk melakukan sosialisasi pemahaman dalam hal membangun mental usaha melalui seminar yang dapat diikuti oleh banyak pelaku UMKM (W1, W2, W5, T2, T4).

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui strategi yang dapat dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor dalam upaya pengembangan UMKM dengan memaksimalkan kekuatan, memanfaatkan peluang dan meminimalkan kelemahan serta mengatasi ancaman yang ada, diantaranya yaitu sebagai berikut :

A. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*) merupakan perumusan strategi dengan memanfaatkan kombinasi antara kekuatan dan peluang, dalam hal ini Dinas Koperasi dan UMKM berusaha menggunakan kekuatan yang dimilikinya untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berikut adalah rekomendasi strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan oleh DINKOPUKM, antara lain :

1. Memanfaatkan antusiasme pelaku usaha serta sarana dan prasarana yang tersedia untuk menyelenggarakan program pelatihan bagi para pelaku UMKM. (S1,S2,S5,O2,O3).

Strategi ini bertujuan untuk mengembangkan UMKM dengan memberikan fasilitas berupa sarana program pelatihan untuk menunjang para pelaku usaha yang memiliki antusiasme tinggi untuk memajukan usahanya. DINKOPUKM bisa berupaya memberikan program yang terbaik untuk pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor namun akan terasa percuma bila tidak ada sarana dan prasarana yang menunjang dan pelaku usaha tidak antusias dalam mengikutinya. Antusiasme atau kesungguhan dari pelaku usaha merupakan salah satu faktor penting untuk mempermudah proses pengembangan UMKM, maka dari itu pihak dinas perlu memanfaatkan *moment* yang tepat.

2. Memberikan akses kepada UMKM untuk bisa mengikuti berbagai program bantuan dari pemerintah maupun kementerian. (S3,O1,O2,O3)

Strategi ini bertujuan untuk memberikan akses yang mudah untuk para pelaku usaha dalam menerima program dana bantuan dari pemerintah. Pelaku usaha tentu memerlukan dana untuk modal dalam membangun usahanya, maka dari itu dengan adanya strategi ini diharapkan program dana bantuan pemerintah dapat diterima langsung oleh pelaku usaha dan tepat sasaran.

3. Mengikuti event-event pemasaran dan memanfaatkan teknologi modern guna meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran melalui media digital untuk para pelaku UMKM. (S4,O3,O4,O5)

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran para pelaku UMKM. Berdasarkan survey peneliti dan pihak diketahui memang pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam proses produksi masih belum mumpuni seperti produk tidak tahan lama dan lain sebagainya. Begitu juga dengan sistem pemasaran, pelaku usaha yang diketahui cukup kesulitan dalam memasarkan produknya seperti promosi yang kurang menarik, pangsa pasar yang belum luas, keterbatasan ilmu dalam hal *digital*

marketing dan lain sebagainya. Maka dari itu, dengan strategi ini diharapkan dapat memberikan *impact* yang baik bagi para pelaku usaha.

4. Mempererat hubungan kerjasama dengan instansi lain guna meningkatkan kualitas UMKM Kabupaten Bogor dari aspek legalitas dan sistem pemasarannya (S1,S2,S3,S4,S6,O4).

Strategi mempererat hubungan kerjasama dengan instansi lain ini tujuannya tentu untuk memperluas jaringan dan untuk mempermudah upaya pengembangan yang dilakukan oleh DINKOPUKM dengan adanya bantuan dari instansi lain tersebut. Dalam aspek legalitas, ada beberapa perizinan yang harus dimiliki para pelaku usaha salah satu contohnya yaitu sertifikat halal. Maka dari itu DINKOPUKM perlu bermitra dan menjalin hubungan yang erat dengan perwakilan MUI guna membantu pelaku usaha dalam memperoleh legalitas halal untuk produknya. Jika dalam aspek pemasaran, pelaku UMKM masih merasa kesulitan dalam memperluas pangsa pasarnya, maka dari itu perlu melakukan kemitraan dengan instansi lain salah satu contohnya yaitu dengan Indomaret untuk memasukan produk-produk UMKM di setiap cabangnya.

B. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*) adalah strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan yang selalu muncul dalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang menguntungkan. DDinas Koperasi dan UMKM harus memanfaatkan peluang untuk menutupi kelemahan yang dimiliki. Berikut ini rekomendasi strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan oleh DINKOPUKM, antara lain:

1. Memanfaatkan *event* konvensional serta teknologi modern melalui media online memperluas jangkauan pemasaran. (W4, O2, O3, O4, O5)

Strategi ini dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah para pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Maka dari itu DINKOPUKM memberikan sosialisasi tentang media online yang bisa dimanfaatkan untuk memasarkan produk serta memanfaatkan segala peluang dengan mengikuti *event-event* konvensional seperti pameran dan bazaar yang diadakan di *mall* dan hotel agar pelaku usaha dapat mempromosikan produknya melalui *event* tersebut.

2. Menjalinkan hubungan yang harmonis dengan pelaku UMKM guna membangun komitmen yang kuat untuk memajukan serta mengembangkan UMKM. (W1, W2, O2, O3, O5)

Komitmen merupakan salah satu unsur penting dari sebuah proses pengembangan yang diupayakan oleh DINKOPUKM. Komitmen menjadi hal yang penting karena bila pihak dinas terus berupaya mengembangkan UMKM namun tidak ada komitmen yang kuat dari pelaku usaha untuk berkembang maka proses pengembangan akan terhambat. Maka dari itu strategi ini dilakukan untuk menciptakan komitmen kuat antara pihak dinas

dan pelaku usaha agar UMKM di Kabupaten Bogor terus maju dan berkembang.

3. Menambah kuota peserta dalam pelatihan agar para pelaku usaha mempunyai kesempatan yang besar untuk mengikutinya. (W3, O2, O3)

Pihak Dinas Koperasi dan UMKM mengakui bahwa memang benar kuota yang tersedia untuk pelatihan itu cukup terbatas. Perkiraan jumlah peserta UMKM yang dapat mengikuti pelatihan hanya mencapai seratus hingga lima ratus pelaku usaha saja sedangkan jumlah UMKM di Kabupaten Bogor disinyalir sudah mencapai tujuh ratusan ribu. Hal ini diakui oleh pihak dinas sebagai kelemahan yang cukup terasa, meskipun begitu strategi ini perlu diupayakan dengan tujuan agar lebih banyak lagi para pelaku usaha yang bisa mengikuti kegiatan pelatihan tersebut.

4. Meningkatkan sistem informasi agar informasi yang diberikan mudah diakses dan dimengerti. (W4, O2, O5)

Kelemahan yang dirasakan oleh DINKOPUKM salah satunya yaitu terkait masalah sistem informasi karena terkadang terjadi *miss* informasi dengan pelaku UMKM. Maka dari itu, strategi meningkatkan sistem informasi ini bertujuan agar para pelaku UMKM bisa dengan mudah untuk mengakses serta memahami informasi yang disampaikan oleh DINKOPUKM.

5. Memanfaatkan anggaran dana sebaik mungkin untuk kegiatan pengembangan pelaku UMKM. (W5, O1, O2, O3).

Anggaran dana milik DINKOPUKM pribadi ataupun anggaran dan bantuan dari pemerintah memang cukup terbatas. Namun melalui strategi ini DINKOPUKM berupaya untuk memanfaatkan dana sebaik-baiknya dengan besar harapan dengan dana yang ada ini mampu membuat UMKM di Kabupaten UMKM semakin berkembang menjadi UMKM yang unggul.

C. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Strategi S-T (*Strengths-Threats*) merupakan strategi yang digunakan dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk mencegah segala bentuk ancaman yang ada. Berikut ini rekomendasi strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UMKM antara lain:

1. Membantu untuk melengkapi perizinan usaha untuk menjaga kepatuhan hukum dan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen (S2, S3, T3).
Perizinan usaha merupakan suatu hal yang penting dalam menjalankan usaha, namun terkadang para pelaku usaha lalai dan luput akan hal tersebut sehingga masih banyak UMKM di Kabupaten Bogor yang belum memiliki perizinan usaha yang lengkap. Maka dari itu, strategi ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam melengkapi perizinan usahanya dengan harapan kepercayaan konsumen terhadap produk dapat meningkat sehingga usaha yang dijalani pelaku UMKM dapat berkembang.
2. Memaksimalkan peran forum UMKM di setiap kecamatan serta meningkatkan

pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha melalui pelatihan agar mampu memanfaatkan teknologi dengan baik (S1, S3, S5, T1, T2, T4, T5)

Sumber daya manusia pelaku usaha memang masih terbilang rendah dalam hal menggunakan teknologi yang semakin modern. Perkembangan zaman yang cepat melahirkan beragam teknologi canggih yang dapat membantu pekerjaan manusia dalam segala bidangnya termasuk dalam dunia bisnis UMKM. Pelaku UMKM dapat menggunakan teknologi untuk keperluan produksi, pemasaran atau apapun dalam menjalankan usahanya. Maka dari itu, strategi ini dilakukan dengan tujuan memberi pengetahuan serta melatih keterampilan pelaku usaha agar mampu memanfaatkan dan menggunakan dengan baik teknologi yang tersedia.

3. Menjalin kerjasama dengan instansi luar untuk mengikuti event-event nasional guna mempromosikan dan memperluas pangsa pasar produk-produk UMKM Kabupaten Bogor agar mampu bersaing dengan UMKM yang lainnya. (S3, S4, S6, T4).

Strategi ini perlu diupayakan oleh DINKOPUKM dengan tujuan untuk memperluas jejaring sosial antar wilayah dengan menjalin Kerjasama dengan instansi luar kota agar Kabupaten Bogor dapat mengikuti *event-event* pemasaran dikota lain. Hal ini tentu menjadi kesempatan bagi DINKOPUKM untuk mempromosikan produk-produk UMKM agar banyak orang yang mengetahui bahwa produk yang dihasilkan oleh UMKM Kabupaten Bogor itu cukup unggul dan bisa bersaing di pasaran.

D. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)

Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*) merupakan strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman yang bisa saja terjadi. Berikut ini rekomendasi strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UMKM, antara lain:

1. Melakukan sosialisasi informasi dan pendampingan pengelolaan usaha kepada para pelaku UMKM di setiap daerahnya melalui forum UMKM (W1, W3, W4, T1, T2, T3).

Strategi ini bertujuan untuk mempermudah pekerjaan DINKOPUKM dalam upaya pengembangan UMKM yakni dengan adanya forum UMKM. Forum UMKM ini tersedia disetiap kecamatan yang ada di Kabupaten Bogor yang bertugas sebagai perantara DINKOPUKM untuk memberikan informasi *ter-update* dan mengawasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh UMKM di kecamatan setempat.

2. Menyisihkan anggaran untuk melakukan sosialisasi pemahaman dalam hal membangun mental usaha melalui seminar yang dapat diikuti oleh banyak pelaku UMKM (W1, W2, W5, T2, T4).

Strategi ini bertujuan untuk membangun mental usaha yang kuat bagi para pelaku UMKM. Pelaku usaha terkadang memiliki mental yang masih lemah

sehingga merasa takut untuk melangkah yang bisa membuat perkembangan usahanya terhambat. Maka dari itu, dengan mengadakan sosialisasi melalui pemahaman dan motivasi yang diberikan oleh narasumber dalam kegiatan seminar ini besar harapan dapat meningkatkan mental pelaku usaha sehingga mempunyai keberanian untuk melangkah kedepan.

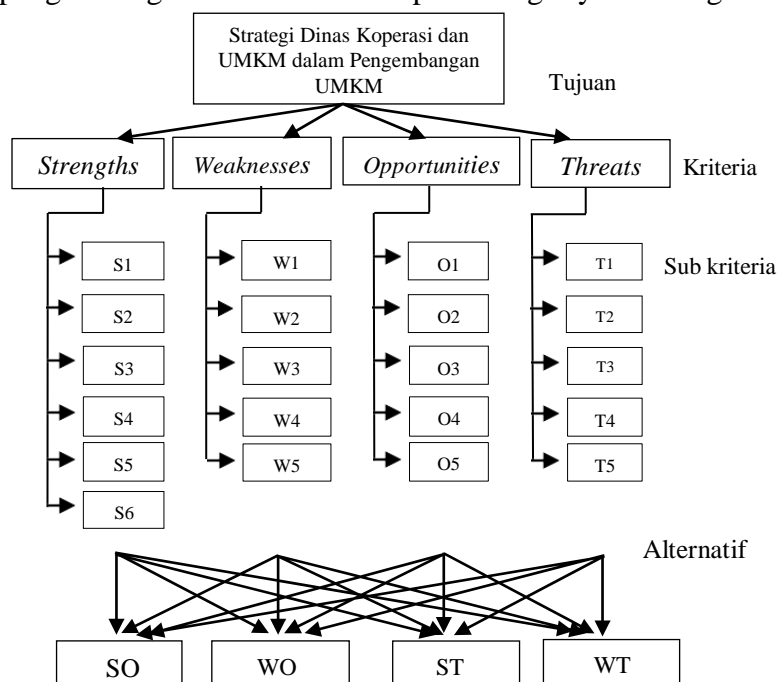
4.2.5. Prioritas Alternatif Strategi SWOT Menggunakan AHP

1. Menyusun Hierarki dalam Bagan Struktur Hierarki AHP

Berdasarkan alternatif strategi yang dirumuskan melalui analisis SWOT langkah selanjutnya adalah menentukan alternatif terbaik yang dapat diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UMKM dengan menggunakan AHP. AHP merupakan metode yang digunakan untuk mencari alternatif dari berbagai pilihan alternatif yang diperoleh dari analisis SWOT dengan menggunakan perspektif *expert* dalam pemberian bobot bagi masing-masing kriteria.

Penyusunan hirarki dilakukan dengan cara mengidentifikasi pengetahuan atau informasi yang sedang diamati, yang dimulai dari permasalahan yang kompleks dengan menguraikan menjadi elemen-elemen pokok dalam struktur hirarki. Penyusunan struktur hirarki ini didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner dengan narasumber yang paling mengerti dan paham terhadap permasalahan pada perusahaan berdasarkan pengalaman dan narasumber yang telah dipilih peneliti adalah Bapak Asep Mulyana Sudrajat selaku Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor.

Adapun bagan struktur AHP untuk strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor yaitu sebagai berikut.

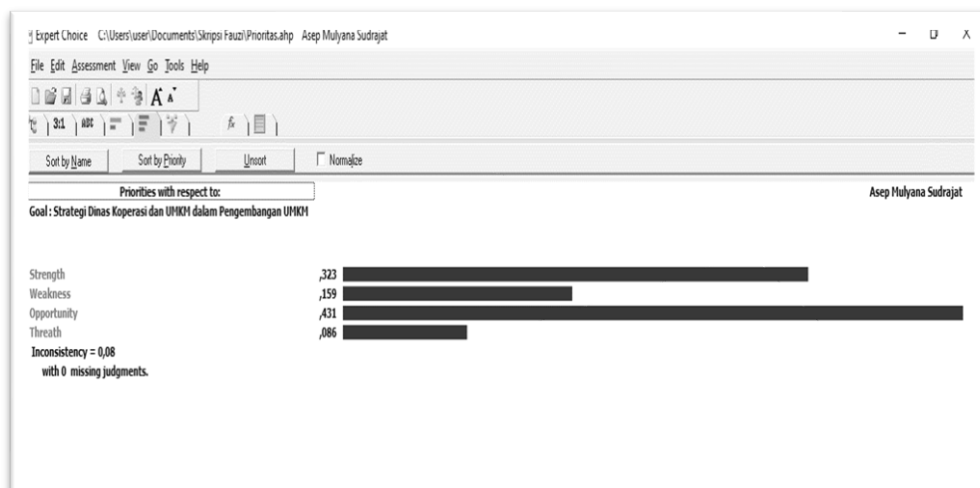


Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4.3 Struktur Hierarki Alternatif Strategi

2. Implementasi dengan *Software Expert Choice 11*

Hasil-hasil dari pengolahan SWOT kemudian dijadikan sebagai kuesioner untuk menentukan prioritas. Kuesioner yang sudah diisi kemudian diinput dan diolah menggunakan software expert choice 2011:

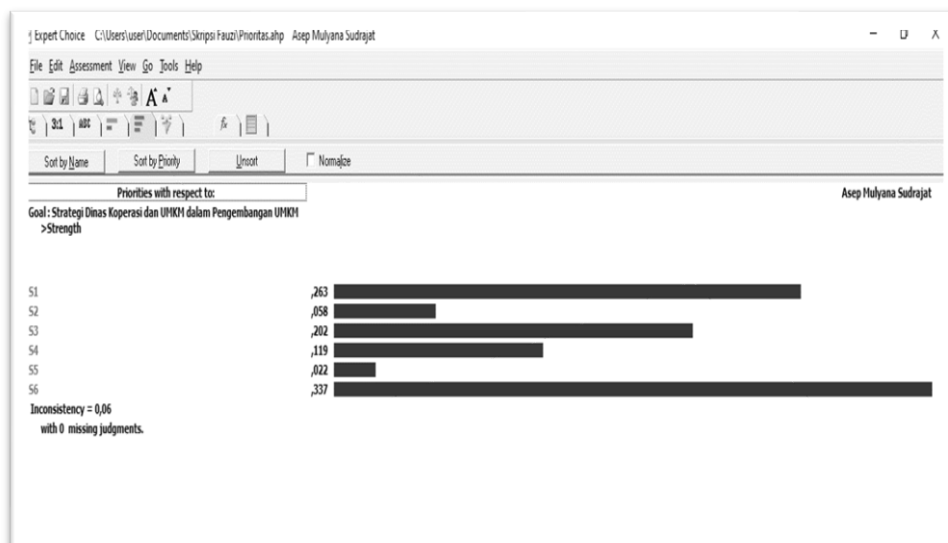


Sumber: *Data Primer Diolah, 2023*

Gambar 4.4 Grafik Hasil Input Responden Antar Kriteria

Pada gambar di atas menjelaskan bahwa sasaran dari penelitian ini strategi pengembangan UMKM. Kriteria keputusan yang dipakai adalah Strengths (S), Weaknesses (W), Opportunities (O) dan Threats (T). Sub kriteria yang digunakan untuk Strengths (S) adalah S1, S2, S3, S4, S5, S6. Sub kriteria yang digunakan untuk Weaknesses (W) adalah W1, W2, W3, W4, W5. Sub kriteria yang digunakan untuk Opportunities (O) adalah O1, O2, O3, O4, O5. Sedangkan sub kriteria yang digunakan Threats (T) adalah T1, T2, T3, T4, T5. Alternatif-alternatif strategi Pengembangan UMKM yang dihasilkan berupa strategi Strengths-Opportunities (SO), Weaknesses-Opportunities (WO), Strengths-Threats (ST) dan Weaknesses-Threats (WT).

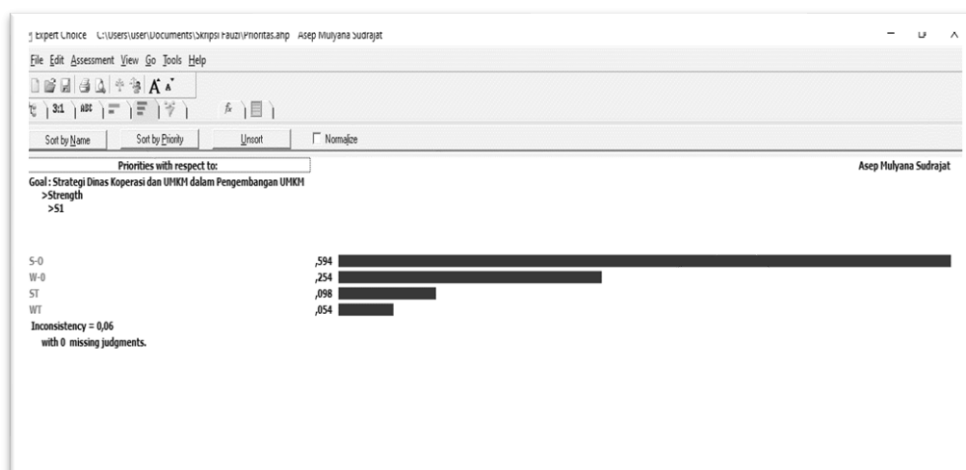
Berdasarkan gambar tersebut, bahwa kriteria untuk Strategi Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah kriteria Opportunities (0,431), Strengths (0,323), Weaknesses (0,159), dan Threats (0,086), hal ini menunjukkan bahwa kriteria paling tinggi adalah kriteria Opportunities dengan nilai sintesis sebesar 0,431 dengan tingkat Inconsistency Ratio (IR) sebesar 0,08. Jika $CR < 0,1$ maka preferensi responden tersebut dinyatakan konsisten atau tidak perlu diulangi.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 5 Grafik Hasil Input Responden untuk Kriteria (S)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa dalam kriteria *Strengths* (S) untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah kriteria S6 (0,337), S1 (0,263), S3 (0,202), S4 (0,119), S2 (0,058), dan S5 (0,022) hal ini menunjukkan bahwa kriteria paling tertinggi diperoleh oleh sub kriteria S6 dengan nilai sebesar 0,337 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,06. Terpilihnya S6 sebagai sub kriteria dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa Dinas Koperasi dan UMKM sangat mementingkan relasi dengan menjalin kemitraan dengan tujuan untuk memperluas jejaring dalam proses pengembangan UMKM.

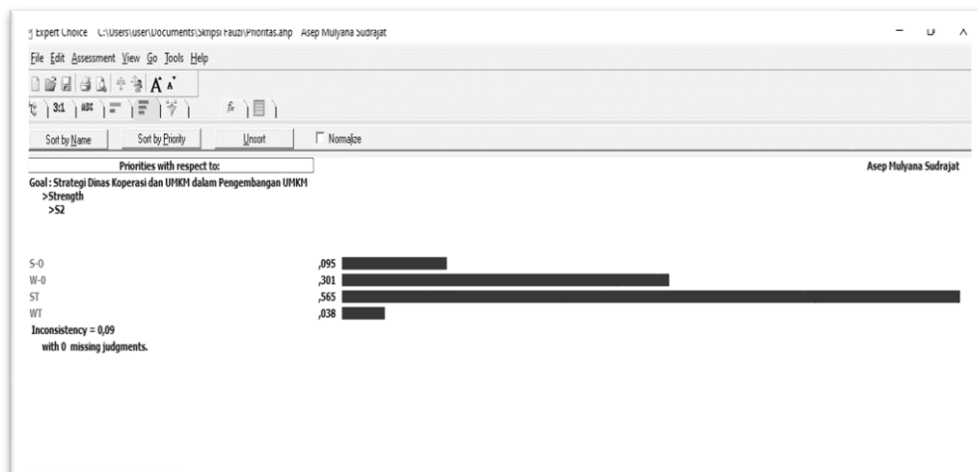


Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4.6 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S1)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria S1 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-O (0,594), W-O (0,254), ST (0,098), dan W-T

(0,054). Alternatif strategi S-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,594 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,06. Terpilihnya S-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria S1, S-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4.7 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S2)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria S1 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-T (0,565), W-O (0,301), S-O (0,095), dan W-T (0,038). Alternatif strategi S-T merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,565 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,09. Terpilihnya S-T sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria S2, S-T merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 8 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S3)

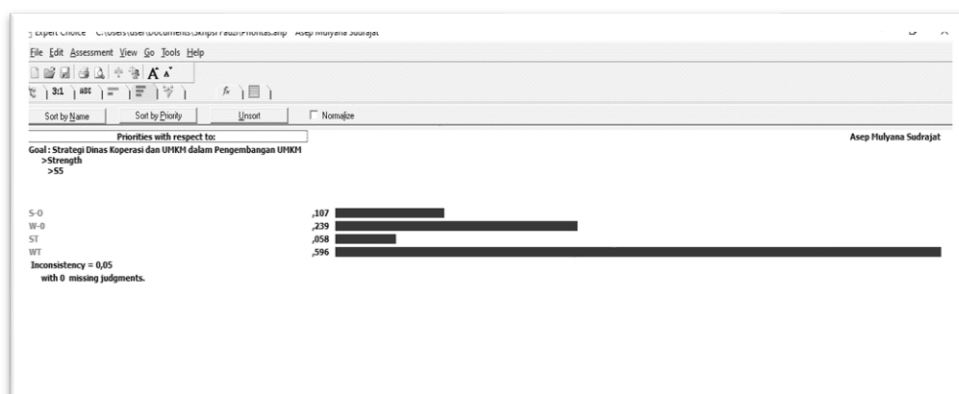
Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria S1 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-O (0,713), S-T (0,153), W-O (0,078), dan W-T (0,056). Alternatif strategi S-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,565 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,08. Terpilihnya S-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria S3, S-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 9 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S4)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria S1 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-O (0,566), S-T (0,311), W-O (0,080), dan W-T (0,042). Alternatif strategi S-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,566 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,09. Terpilihnya S-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria S4, S-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 10 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S5)

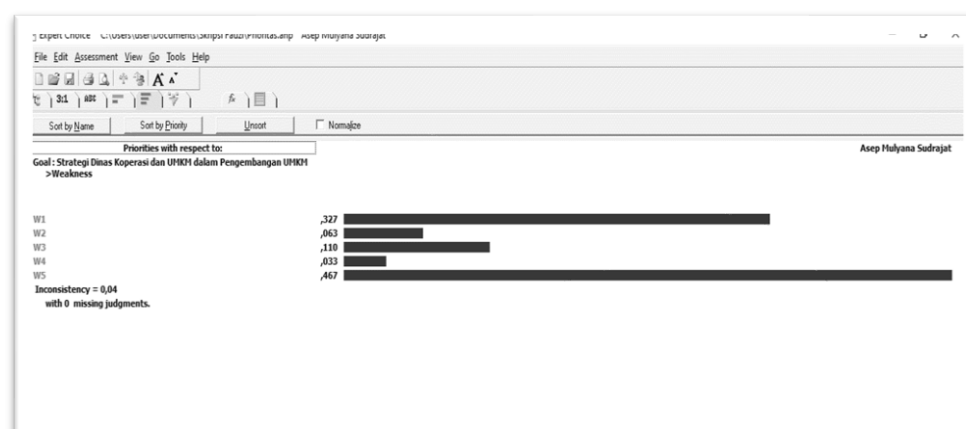
Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria S1 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi W-T (0,596), W-O (0,239), S-O (0,107), dan W-T (0,058). Alternatif strategi W-T merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,596 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,05. Terpilihnya W-T sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria S5, W-T merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 11 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (S6)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria S1 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-O (0,574), S-T (0,316), W-O (0,065), dan W-T (0,045). Alternatif strategi S-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,574 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,07. Terpilihnya S-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria S6, S-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

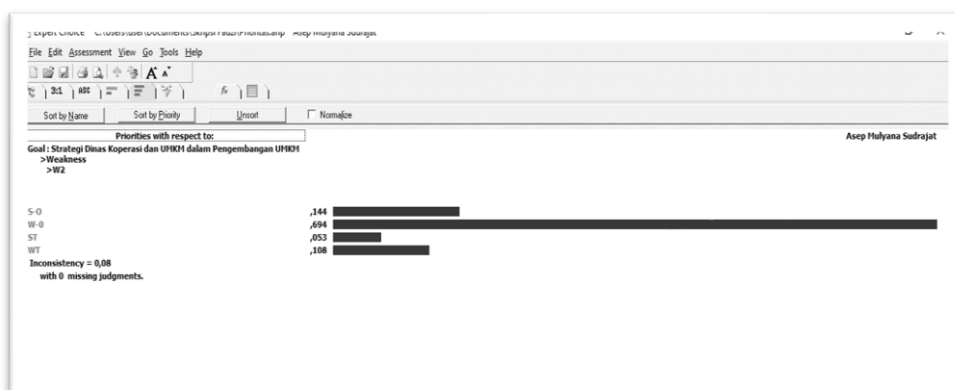
Gambar 4.12 Grafik Hasil Input Responden untuk Kriteria (W)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa dalam kriteria *Weakness* (W) untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah kriteria W5 (0,467), W1 (0,327), W3 (0,110), W2 (0,063), dan W4 (0,033) hal ini menunjukkan bahwa kriteria paling tertinggi diperoleh oleh sub kriteria W5 dengan nilai sebesar 0,467 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,04. Terpilihnya W5 sebagai sub kriteria dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa dalam proses pengembangan UMKM kelemahan yang paling dirasakan Dinas Koperasi dan UMKM yaitu mengenai anggaran dana yang terbatas.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 13 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (W1) Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria W1 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi W-O (0,600), W-T (0,246), S-O (0,103), dan S-T (0,051). Alternatif strategi W-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,600 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,04. Terpilihnya W-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria W1, W-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 14 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (W2)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria W2 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi W-O (0,694), S-O (0,144), W-T (0,108), dan S-T (0,053). Alternatif strategi W-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,694 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,08. Terpilihnya W-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria W2, W-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 15 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (W3) Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria W1 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi W-O (0,593), W-T (0,284), S-O (0,081), dan S-T (0,042). Alternatif strategi W-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,593 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,06. Terpilihnya W-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria W3, W-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 16 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (W4)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria W4 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi W-T (0,546), S-O (0,300), S-T (0,092), dan W-O (0,062). Alternatif strategi W-T merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,546 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,07. Terpilihnya W-T sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria W4, W-T merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 17 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (W5)
Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria W5 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi W-O (0,575), W-T (0,326), S-T (0,50), dan S-O (0,049). Alternatif strategi W-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,575 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,06. Terpilihnya W-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria W5, W-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 18 Grafik Hasil Input Responden untuk Kriteria (O)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa dalam kriteria *Opportunity* (O) untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah kriteria O2 (0,647), O5 (0,161), O3 (0,108), O4 (0,049), dan O1 (0,034) hal ini menunjukkan bahwa kriteria paling tertinggi diperoleh oleh sub kriteria O2 dengan nilai sebesar 0,647 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,09. Terpilihnya O2 sebagai sub kriteria dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa dalam proses pengembangan UMKM peluang yang harus dimanfaatkan oleh Dinas Koperasi dan UMKM dengan sebaik mungkin yaitu mengenai tekad, kemauan dan daya juang yang tinggi dari pelaku UMKM untuk berkembang.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 19 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (O1)

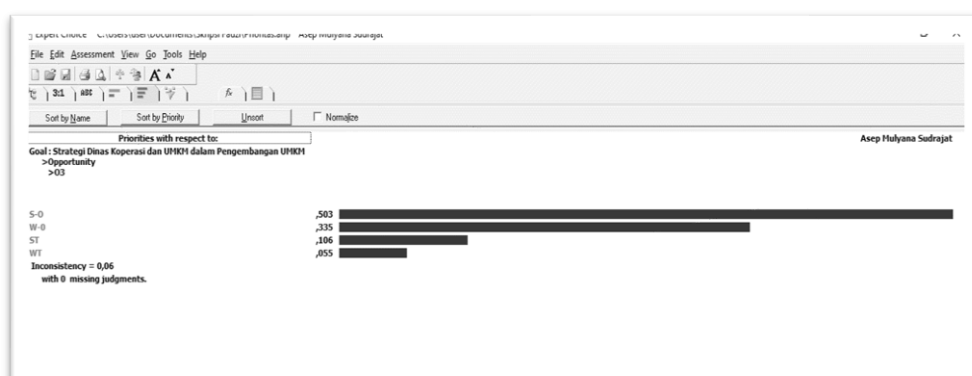
Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria O1 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-O (0,539), W-O (0,285), W-T (0,135), dan S-T (0,041). Alternatif strategi S-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,539 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,07. Terpilihnya S-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria O1, S-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 20 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (O2)

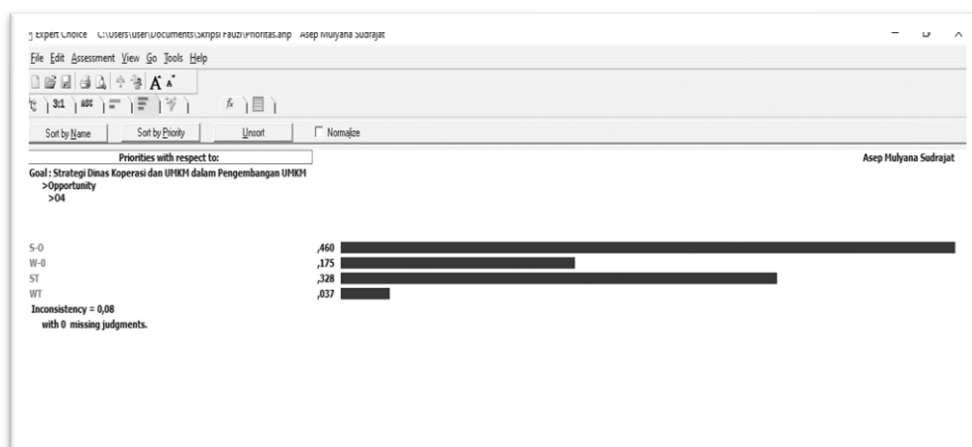
Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria O2 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-O (0,581), W-O (0,293), S-T (0,074), dan W-T (0,051). Alternatif strategi S-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,581 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,06. Terpilihnya S-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria O2, S-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Gambar 4. 21 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (O3)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria O3 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-O (0,503), W-O (0,335), S-T (0,106), dan W-T (0,055). Alternatif strategi S-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,503 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,06. Terpilihnya S-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria O3, S-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 22 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (O4)

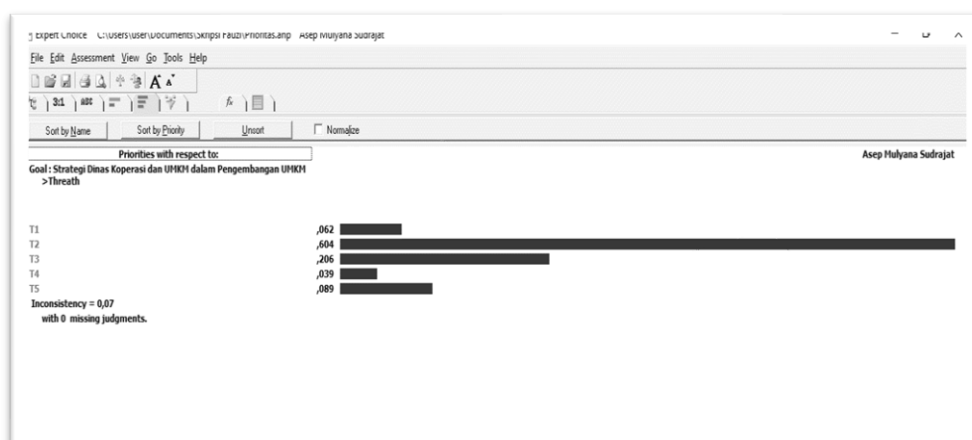
Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria O4 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-O (0,460), S-T (0,328), W-O (0,175), dan W-T (0,037). Alternatif strategi S-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,460 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,08. Terpilihnya S-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria O4, S-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 23 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (O5)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria O5 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-O (0,466), W-O (0,299), S-T (0,156), dan W-T (0,078). Alternatif strategi S-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,466 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,05. Terpilihnya S-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria O5, S-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 24 Grafik Hasil Input Responden untuk Kriteria (T)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa dalam kriteria *Threats* (T) untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah kriteria T2 (0,604), T3 (0,206), T5 (0,089), T1 (0,062), dan T4 (0,039) hal ini menunjukkan bahwa kriteria paling tertinggi diperoleh oleh sub kriteria T2 dengan nilai sebesar 0,604 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,07. Terpilihnya T2 sebagai sub kriteria dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa dalam proses pengembangan UMKM ancaman yang harus diantisipasi oleh Dinas Koperasi dan UMKM dengan sebaik mungkin yaitu mengenai kurangnya kepercayaan diri atau mentalitas dari pelaku UMKM karena hal tersebut bila terjadi dapat menghambat proses pengembangan.



Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Gambar 4. 25 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (T1) Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria T1 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi W-O (0,549), S-O (0,248), S-T (0,129), dan W-T (0,074). Alternatif strategi W-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,549 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,07. Terpilihnya W-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria T1, W-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 26 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (T2)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria T2 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi W-T (0,547), W-O (0,260), S-T (0,125), dan S-O (0,068). Alternatif strategi W-T merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,547 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,07. Terpilihnya W-T sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria T2, W-T merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 27 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (T3)

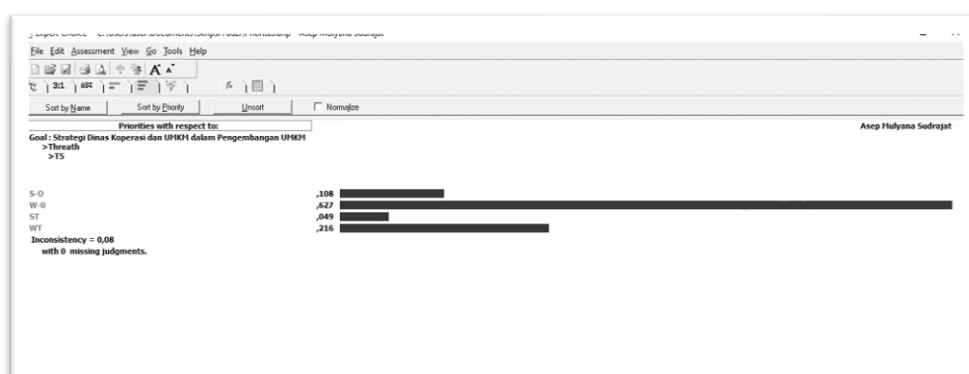
Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria T3 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-T (0,621), W-T (0,262), W-O (0,070), dan S-O (0,047). Alternatif strategi S-T merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,621 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,07. Terpilihnya S-T sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria T3, S-T merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 28 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (T4)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria T4 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi S-O (0,439), S-T (0,382), W-O (0,122), dan W-T (0,057). Alternatif strategi S-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,439 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,08. Terpilihnya S-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria T4, S-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.

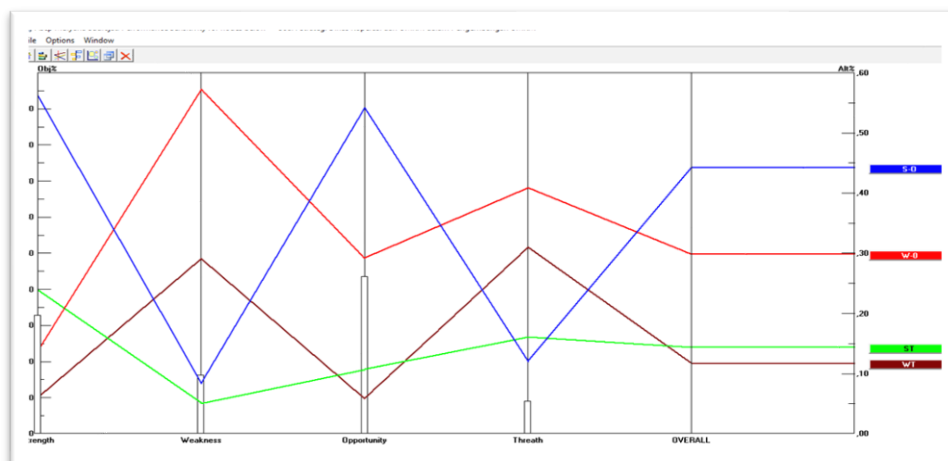


Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 29 Grafik Hasil Input Responden untuk Sub Kriteria (T5)

Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan bahwa alternatif strategi dalam sub kriteria T5 untuk Pengembangan UMKM yang paling penting secara berurutan adalah strategi W-O (0,627), W-T (0,216), S-O (0,108), dan S-T (0,049). Alternatif strategi W-O merupakan yang terpenting dengan memperoleh nilai sebesar 0,549 dan tingkat *Inconsistency Ratio* (IR) sebesar 0,07. Terpilihnya W-O sebagai alternatif strategi dengan nilai terbesar dapat disimpulkan bahwa berdasarkan sub kriteria T5, W-O merupakan alternatif strategi yang dirasa paling tepat untuk direalisasikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.

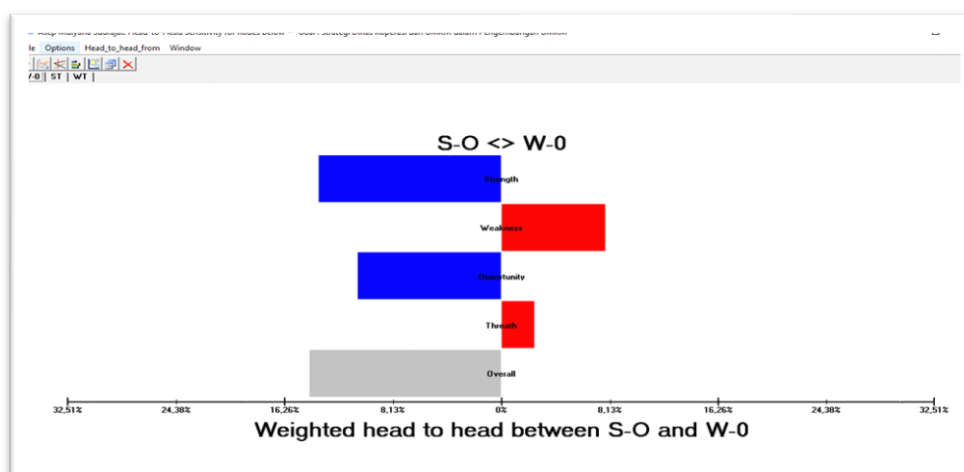
Software Expert Choice 11 menyediakan fitur analisis sensitivitas yang memperlihatkan berbagai model grafik dari alternatif strategi yang telah ada. Tentu dengan adanya fitur sensitivitas ini pengambil keputusan akan merasa lebih terbantu untuk melihat bagaimana bobot yang dimiliki setiap kriteria dapat mempengaruhi hasil dari model grafik. Berikut adalah beberapa model analisis sensitivitas dengan menggunakan *Expert Choice 11* untuk melihat prioritas alternatif strategi pengembangan yang diupayakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 30 Grafik Performance

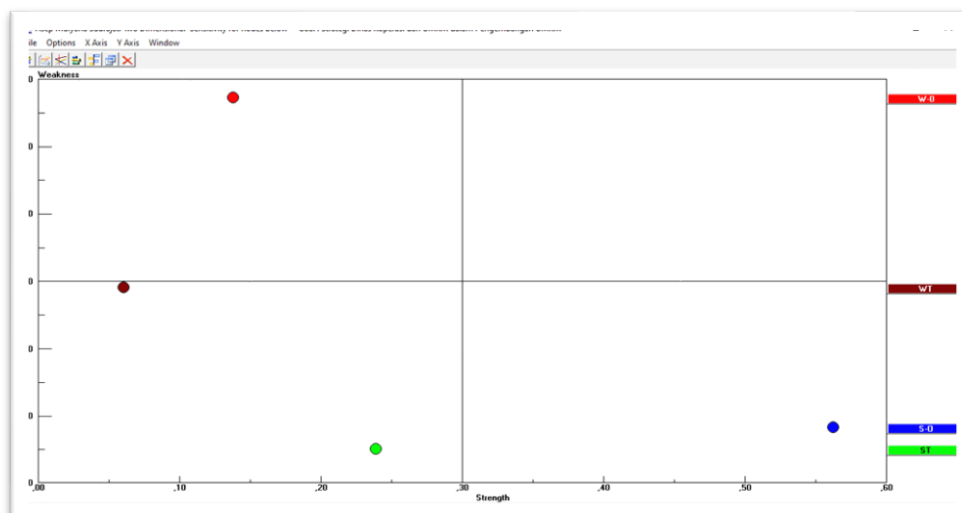
Gambar tersebut merupakan hasil dari pengolahan data menggunakan *Expert Choice 11* dengan model *sensitivity performance* yang memperlihatkan interaksi antar kriteria utama dan secara keseluruhan. Berdasarkan hasil tersebut terlihat bahwa alternatif strategi SO menunjukkan performa tertinggi yang diikuti WO, ST dan WT diurutkan setelahnya.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 31 Grafik Head To Head

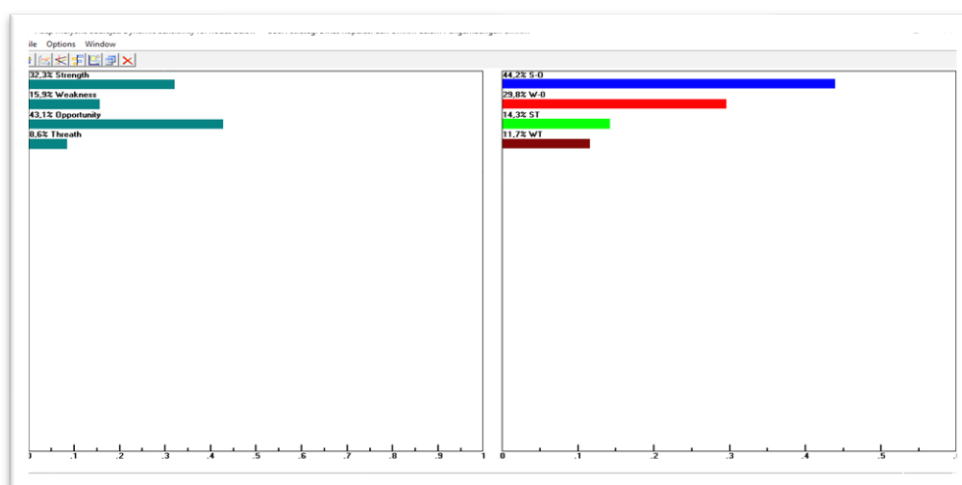
Gambar tersebut menunjukkan bagaimana dua alternatif dibandingkan satu sama lain terhadap kriteria dalam suatu keputusan, salah satu alternatif yang tercantum disisi kiri grafik dan satu lainnya terdaftar disebelah kanan. Berdasarkan hasil *head to head* terlihat bahwa arahnya lebih didominasi oleh sisi kiri yang artinya *expert* lebih menyukai alternatif SO.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 32 Grafik *Two Dimensional*

Gambar tersebut menunjukkan dua grafik sensitivitas dimensi, grafik ini menunjukkan seberapa baik alternatif melakukan sehubungan dengan dua kriteria. Alternatif yang paling menguntungkan seperti yang didefinisikan oleh kriteria dan penilaian dalam model akan ditampilkan dikuadrannya kanan atas (lebih dekat ke atas pojok kanan) dan dalam hal ini alternatif strategi terbaik adalah SO.



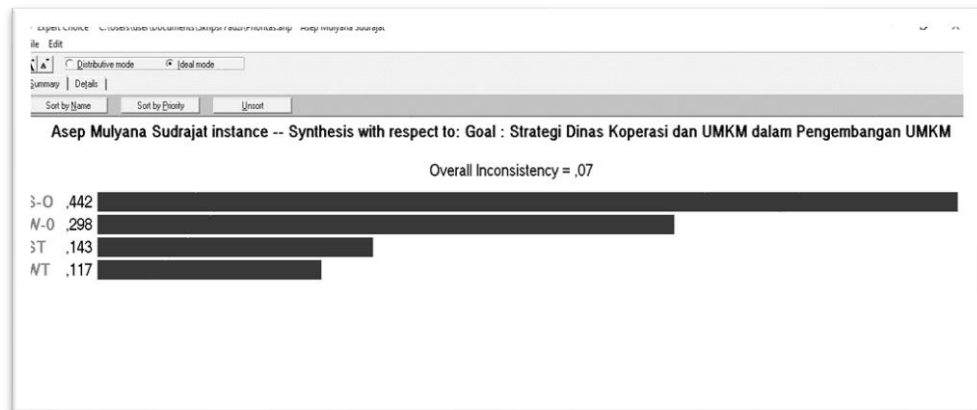
Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 33 Grafik *Dynamic*

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan *Expert Choice 11*, diagram ini menunjukkan bahwa peluang (*Opportunity*) paling berperan penting dalam menentukan pemilihan strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam upayanya mengembangkan UMKM di Kabupaten Bogor yaitu sebesar 43,1%, kemudian kriteria kekuatan (*Strengths*) sebesar 32,3%, kriteria kelemahan (*Weaknesses*) sebesar 15,9% dan kriteria ancaman (*Threats*) 8,6%. Kemudian urutan prioritas alternatif yang dianggap paling penting adalah SO sebesar 44,2%, WO sebesar 29,8%, ST sebesar 14,3% dan WT sebesar 11,7%.

3. Hirarki Keputusan Hasil Pengolahan Strategi Prioritas Dinas Koperasi dan UMKM dalam Upaya Pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor

Berdasarkan implementasi pengolahan data menggunakan *Expert Choice* diatas maka didapat hasil untuk menentukan nilai prioritas strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam Upaya Pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor yaitu sebagai berikut.

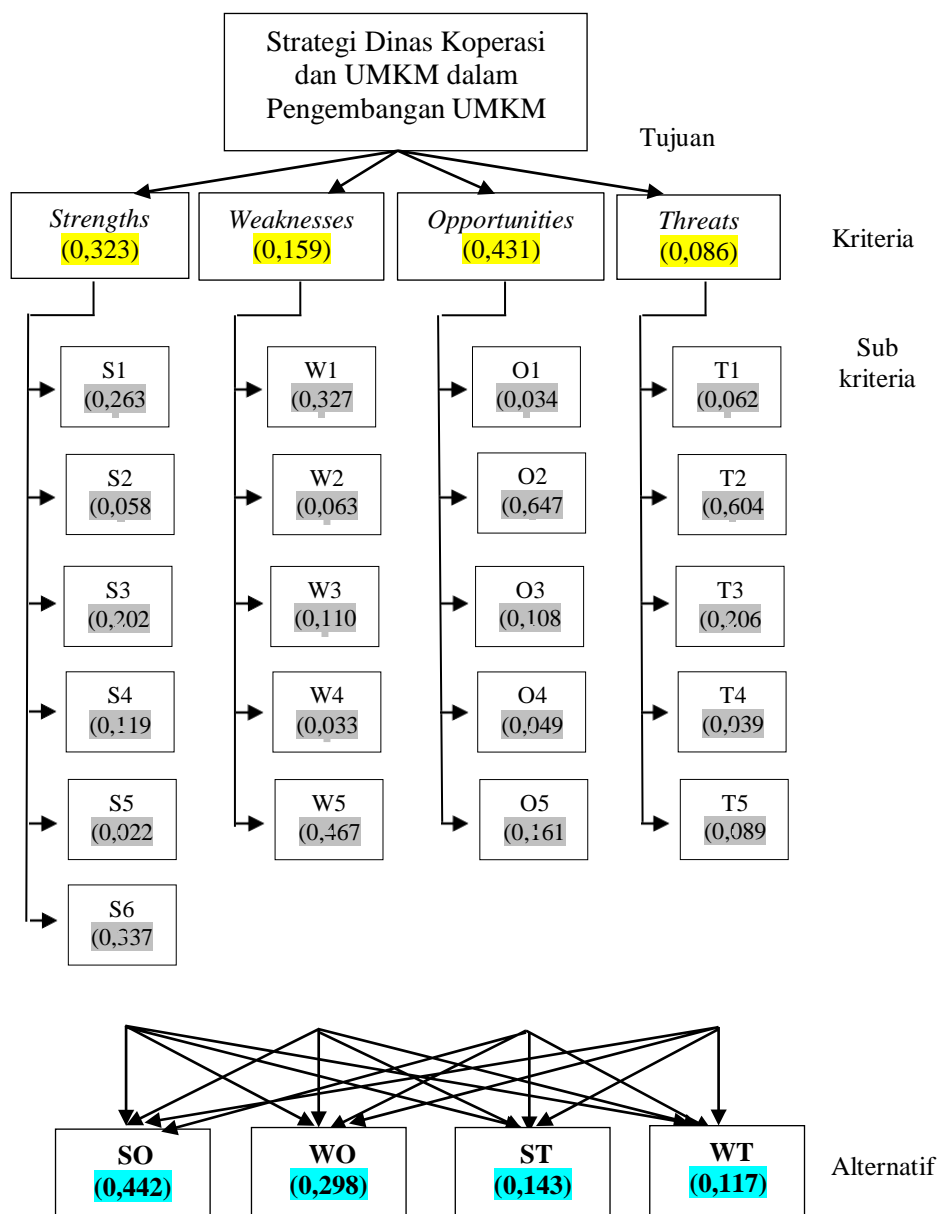


Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 34 Grafik *Synthesis Summary*

Berdasarkan gambar diatas, grafik *sensitivity analysis* dilakukan untuk mengetahui variasi kriteria dan mengamati sejauh mana efeknya terhadap prioritas alternatif. Hasilnya ini diharapkan akan memberikan keputusan mengenai alternatif strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam Upaya Pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor. Berdasarkan hasil pembobotan seluruh faktor dalam perumusan strategi didapatkan untuk alternatif SO menjadi prioritas paling penting dengan nilai sebesar (0,442), kemudian diikuti dengan alternatif WO dengan nilai sebesar (0,298). Selanjutnya prioritas ketiga ditempati oleh alternatif strategi ST dengan nilai sebesar (0,143) dan untuk prioritas terakhir dalam kasus ini yaitu alternatif strategi WT dengan nilai sebesar (0,117).

Berdasarkan hasil pembobotan dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi **SO** menjadi faktor utama dan yang paling penting untuk mendapat perhatian lebih dari Dinas Koperasi dan UMKM dalam penyusunan strategi pengembangan UMKM. Alternatif strategi SO memiliki nilai sintesis sebesar 0,442. Nilai *Inconsistency Ratio* secara keseluruhan adalah 0,07. Jika $CR < 0,10$ maka dinyatakan jawaban responden konsisten dan tidak perlu dilakukan pengulangan.



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Gambar 4. 35 Hierarki Keputusan Alternatif Strategi

Berdasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa bentuk hirarki secara keseluruhan untuk mendapatkan keputusan alternatif strategi dan alternatif prioritas utama berdasarkan hasil pembobotan AHP adalah alternatif strategi **SO** dengan nilai (0,442). Maka dari itu yang harus dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM adalah memfokuskan diri kedalam strategi **SO** yang menekankan kepada empat atribut utama yaitu sebagai berikut:

1. Memanfaatkan antusiasme pelaku usaha serta sarana dan prasarana yang tersedia untuk menyelenggarakan program pelatihan bagi para pelaku UMKM.

Strategi ini bertujuan untuk mengembangkan UMKM dengan memberikan

fasilitas berupa sarana program pelatihan untuk menunjang para pelaku usaha yang memiliki antusiasme tinggi untuk memajukan usahanya. Melalui Matrix SWOT teridentifikasi bahwa dari segi *strength* dan *opportunity* DINKOPUKM didukung dengan adanya fasilitas sarana dan prasarana penunjang yang cukup memadai seperti tersedianya anggaran dana yang akan digunakan untuk program pelatihan, tersedia hotel sebagai tempat berlangsungnya program pelatihan, tersedianya alat-alat atau teknologi modern sebagai alat bantu atau pendukung berjalannya program pelatihan serta antusiasme yang tinggi dari para pelaku usaha yang bertekad kuat untuk berkembang dan memajukan usahannya.

DINKOPUKM berupaya memberikan program yang terbaik untuk pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor dengan sarana prasarana yang telah tersedia namun akan terasa percuma bila tidak Antusiasme atau kesungguhan dari pelaku usaha dalam mengikuti programnya. Selain itu disisi lain juga terdapat ancaman berupa rendahnya kualitas SDM dari para pelaku usaha seperti kurang memahami cara pengolahan produk dengan benar, kurang memahami digitalisasi pemasaran, kurang percaya diri dalam melakukan sesuatu dan lain sebagainya. Hal itu tentunya dapat menghambat proses berjalannya upaya pengembangan yang dilakukan oleh DINKOPUKM. Maka dari itu dengan diterapkannya strategi SO ini diharapkan kondisi ancaman tersebut dapat diatasi dan juga diharap peluang yang ada dapat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh DINKOPUKM untuk melakukan sebuah upaya pengembangan terhadap pelaku UMKM di Kabupaten Bogor.

2. Memberikan akses kepada UMKM untuk bisa mengikuti berbagai program dan bantuan dari pemerintah maupun kementerian.

Strategi ini bertujuan untuk memberikan akses yang mudah untuk para pelaku usaha dalam menerima program dana bantuan dari pemerintah. Pelaku usaha tentu memerlukan dana untuk modal dalam membangun usahanya seperti untuk biaya produksinya, biaya pengemasan produknya, biaya pemasaran produk dan lain sebagainya. Namun pelaku usaha terkadang ada saja yang belum memahami bagaimana alur penerimaan bantuan yang diberikan oleh pemerintah sehingga dirinya tidak dapat menerima bantuan dana tersebut.

Selain itu adapun kasus yang sering kali terjadi ketika sedang berlangsungnya pembagian dana bantuan yaitu salah sasaran dan tidak menyeluruh, banyak yang bukan pelaku UMKM namun mereka mendapat bagian dari bantuan tersebut. Maka dari itu dengan adanya strategi ini diharapkan kasus-kasus yang merugikan para pelaku usaha tidak terulang lagi dan diharap juga program dana bantuan pemerintah ini tepat sasaran dan dapat diterima langsung oleh pelaku usaha.

3. Mengikuti event-event pemasaran dan memanfaatkan teknologi modern guna meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran melalui media digital untuk para pelaku UMKM.

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran para pelaku UMKM. Berdasarkan survey peneliti dan pihak DINKOPUKM diketahui memang pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam proses produksi masih belum mumpuni seperti produk tidak tahan lama dan lain sebagainya. Begitu juga dengan sistem pemasaran, pelaku usaha yang diketahui cukup kesulitan dalam memasarkan produknya seperti promosi yang kurang menarik, pangsa pasar yang belum luas, keterbatasan ilmu dalam hal *digital marketing* dan lain sebagainya.

Maka dari itu dalam konteks pengolahan produk, dengan strategi ini DINKOPUKM berupaya membantu dengan mengadakan program pelatihan Diversifikasi Produk dengan tujuan agar pelaku usaha dapat memperoleh ilmu tentang bagaimana cara mengolah produk, bahan apa saja yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan untuk dituangkan dalam proses produksi, bagaimana cara agar produk yang dihasilkan bisa tahan lama dan lain sebagainya.

Selain itu jika dalam ruang lingkup pemasaran, DINKOPUKM berupaya membantu para pelaku usaha melalui program pelatihan *digital marketing* dengan tujuan agar para pelaku UMKM mendapat ilmu tentang bagaimana cara memasarkan produk secara online di era digitalisasi ini. DINKOPUKM juga membantu memasarkan produk UMKM dengan mengikuti atau menyelenggarakan *event-event* konvensional untuk mempromosikan produk-produk UMKM Kabupaten Bogor. Berdasarkan Upaya-upaya tersebut diharapkan dengan strategi ini mampu mengembangkan serta mengangkat derajat para pelaku UMKM di Kabupaten Bogor.

4. Mempererat hubungan kerjasama dengan instansi lain guna meningkatkan kualitas UMKM Kabupaten Bogor dari aspek legalitas dan sistem pemasarannya.

Strategi mempererat hubungan kerjasama dengan instansi lain ini tujuannya tentu untuk memperluas jaringan dan untuk mempermudah upaya pengembangan yang dilakukan oleh DINKOPUKM dengan adanya bantuan dari instansi lain tersebut. Dalam aspek legalitas, para pelaku UMKM memang terbilang masih lalai akan hal tersebut sehingga cukup banyak jumlah pelaku UMKM yang legalitas atau perizinan usahanya belum lengkap. Hal ini diutarakan sendiri oleh Bapak Yudi Taufik selaku Kepala Bidang UMKM bahwa memang betul kendala yang dirasakan pelaku UMKM adalah dari segi legalitasnya yang mengakibatkan ruang pemasaran terhadap produknya menjadi terbatas. Maka dari itu, DINKOPUKM mengupayakan hal tersebut dengan memfasilitasi kemudahan perizinan usaha bagi pelaku UMKM melalui berbagai akses salah satunya yaitu melalui kegiatan

pelatihan. Legalitas yang perlu dipenuhi atau dilengkapi oleh pelaku usaha juga cukup beragam salah satunya yaitu legalitas halal, maka dalam hal tersebut DINKOPUKM berupaya menyelenggarakan kegiatan pelatihan sertifikasi halal dengan menjalin kemitraan dengan perwakilan LPPOM MUI guna membantu pelaku usaha dalam memperoleh legalitas halal untuk produknya.

Sedangkan berdasarkan aspek pemasaran, pelaku UMKM masih merasa kesulitan dalam memasarkan produknya karena terbatasnya ruang pemasaran, kesulitan mempromosikan produk kepada konsumen, belum memahami digitalisasi pemasaran dan lain sebagainya. Maka dari itu DINKOPUKM berupaya membantu mengatasi kesulitan yang dialami pelaku usaha ini dengan menyelenggarakan BOLING untuk menyapa masyarakat Kabupaten Bogor di setiap kecamatannya sekaligus menyediakan stand bazaar bagi para pelaku UMKM setempat untuk mempromosikan produknya. Selain itu, secara konvensional DINKOPUKM juga melakukan Upaya lain dengan menjalin kemitraan dengan beberapa instansi seperti bermitra dengan ITC Borobudur Cibinong, IKEA, AEON Mall, BPN (Badan Pertanahan Nasional) untuk membuka bazaar UMKM guna mempromosikan serta memperdagangkan produk-produk UMKM serta menjalin kemitraan dengan salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yaitu Indomaret menjual dengan memasukan produk-produk UMKM di setiap cabangnya. Kemudian secara digital, DINKOPUKM melakukan kemitraan dengan telkomsel untuk memasarkan produk UMKM di *market place* yang ia miliki yaitu Akulaku. Maka dari itu dengan strategi mempererat jalinan kerjasama diharapkan dapat memberi dampak positif terhadap perkembangan sistem produksi dan pemasaran para pelaku UMKM.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Upaya Dinas Koperasi dan UMKM dalam membantu pelaku usaha melengkapi perizinan usahanya, proses pengolahan produk dan pemasaran yaitu dengan memberikan pelatihan dan pembinaan untuk para pelaku usaha dengan mengundang narasumber terpercaya dengan harapan dapat membantu mereka dalam mengembangkan usahanya. Perihal pengolahan produk DINKOPUKM menyelenggarakan pelatihan diversifikasi produk yang mana dalam pelatihan tersebut para pelaku UMKM akan diberikan materi sekaligus praktek mengenai pengolahan produk yang dibimbing langsung oleh narasumber ahli yang datang. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam mengolah produknya.

DINKOPUKM juga mengupayakan hal mengenai legalitas dengan memfasilitasi kemudahan perizinan usaha bagi pelaku UMKM melalui berbagai akses seperti melalui kegiatan pelatihan dan melalui kegiatan Rebo Keliling (BOLING) yang merupakan kegiatan rutin setiap bulannya untuk menyapa warga Bogor di setiap kecamatan sekaligus memfasilitasi stand untuk para pelaku usaha yang ingin membuat legalitas usahanya. Legalitas yang perlu dipenuhi atau dilengkapi oleh pelaku usaha juga cukup beragam salah satunya yaitu legalitas halal, maka dalam hal tersebut DINKOPUKM berupaya menyelenggarakan kegiatan pelatihan sertifikasi halal dengan menjalin kemitraan dengan perwakilan LPPOM MUI guna membantu pelaku usaha dalam memperoleh legalitas halal untuk produknya.

Kemudian untuk sistem pemasaran DINKOPUKM melalui kegiatan yang serupa yaitu Rebo Keliling (BOLING) yang juga memfasilitasi *stand bazaar* untuk pelaku UMKM setempat yang ingin memasarkan produknya. DINKOPUKM juga menyelenggarakan pelatihan kemasan dan pelatihan digital marketing. DINKOPUKM juga sering mengikuti *event-event* dalam kota maupun luar kota, menjalin kerja sama dengan beberapa instansi seperti Mall Borobudur Cibinong dan kantor BPN untuk menyelenggarakan bazaar UMKM serta menjalin kerjasama juga dengan Indomaret untuk memasukan produk UMKM Kabupaten Bogor dalam setiap cabangnya.

2. Upaya evaluasi yang dilakukan DINKOPUKM mengenai penyampaian informasi dan keterbatasan kuota peserta kegiatan pelatihan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa memang benar dua hal tersebut memang suatu kelemahan yang cukup terasa bagi

DINKOPUKM. Terkadang terjadi kesalahpahaman antara pihak dinas dan pelaku UMKM yang diakibatkan oleh penyampaian informasi yang kurang efektif. Maka dari itu untuk mengatasi hal tersebut, DINKOPUKM berusaha melakukan upaya dengan menyediakan berbagai platform informasi yang dapat diakses oleh masyarakat seperti website, media sosial Instagram dan grup whatsapp. Informasi yang bersifat umum seperti dokumentasi kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan akan disampaikan melalui media sosial Instagram dan website resmi DINKOPUKM sehingga siapapun bisa mengakses informasi tersebut. Selain itu, untuk informasi yang lebih formal DINKOPUKM juga menyediakan grup whatsapp yang anggotanya hanya terdiri dari pelaku UMKM yang sudah menjadi binaan DINKOPUKM. DINKOPUKM juga membentuk forum UMKM disetiap kecamatannya untuk mempermudah penyebar luasan informasi yang disampaikan. Sementara itu untuk masalah mengenai terbatasnya kuota peserta pelatihan, pihak DINKOPUKM terus melakukan upaya dengan menjalin kerjasama dengan pihak lain salah satunya yaitu dengan anggota DPR yang bernama Tommy Kurniawan untuk mengadakan program pelatihan menggunakan dana beliau dan pesertanya diikuti oleh pelaku UMKM yang menjadi binaan dari DINKOPUKM. Selain itu upaya lain yang dilakukan oleh DINKOPUKM yaitu dengan mengajukan permintaan dana kepada pihak APBD setempat guna mengadakan pelatihan tambahan agar semakin banyak pelaku usaha yang dapat menjadi peserta dalam mengikuti kegiatan ini.

4.2.5. Strategi prioritas berdasarkan alternatif strategi yang disarankan oleh matrix SWOT dengan pembobotan metode AHP menggunakan *software expert choice 11* menunjukkan bahwa alternatif strategi yang paling tinggi nilainya adalah strategi (SO) yaitu 0,442 dengan menghasilkan alternatif strategi diantaranya : Memanfaatkan antusiasme pelaku usaha serta sarana dan prasarana yang tersedia untuk menyelenggarakan program pelatihan bagi para pelaku UMKM, memberikan akses kepada UMKM untuk bisa mengikuti berbagai program dan bantuan dari pemerintah maupun kementerian, mengikuti event-event pemasaran dan memanfaatkan teknologi modern guna meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran melalui media digital untuk para pelaku UMKM, mempererat hubungan kerjasama dengan instansi lain guna meningkatkan kualitas UMKM Kabupaten Bogor dari aspek legalitas dan sistem pemasarannya.

5.2. Saran

Berdasarkan beberapa simpulan tersebut, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dinas Koperasi dan UMKM harus lebih memperhatikan legalitas pelaku usaha karena masih cukup banyak UMKM di Kabupaten Bogor yang

legalitas usahanya belum lengkap. DINKOPUKM bisa lebih memaksimalkan lagi kinerja yang sudah dijalankan seperti kegiatan BOLING, pelatihan serta meningkatkan kemitraan dengan instansi lain misalnya bermitra dengan Universitas Pakuan untuk menyelenggarakan pelatihan sertifikasi legalitas untuk para pelaku UMKM di Kabupaten Bogor. Perizinan usaha itu sangat penting dalam menjalankan suatu usaha. Sebagai contoh yaitu Indomaret, walaupun sudah menjalin kemitraan tetapi produk bisa saja tidak dapat memasuki Indomaret karena perizinannya yang belum lengkap. Hal tersebut mengindikasikan bahwa legalitas itu penting karena selain dapat memperluas pangsa pasar, kepercayaan konsumen pun akan meningkat.

2. Berdasarkan wawancara pihak dinas mengakui bahwa salah satu kesulitan yang cukup terasa yaitu masalah informasi. Sering terjadinya *miss* informasi dapat memunculkan kesalahpahaman antara pihak DINKOPUKM dengan pihak pelaku usaha. Langkah yang dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM seperti menyediakan berbagai platform informasi seperti website, media sosial Instagram dan grup whatsapp sudah cukup bagus hanya perlu dimaksimalkan lagi seperti sering *update* informasi terkini diberbagai platform agar pelaku usaha terus mendapat informasi yang *up to date*. sistem informasi dengan tujuan agar pelaku usaha dapat memahami informasi yang diberikan dengan jelas sehingga terjadinya kesalahpahaman dapat di minimalisir.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan kajian dan referensi penelitian, serta sebagai bahan pemikiran untuk tambahan memperluas eksplorasi lebih lanjut mengenai strategi pengembangan UMKM dengan metode lain sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Absah, e. (2016). Dalam peran pembinaan dinas koperasi dan umkm dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di kabupaten sumbawa. Skripsi muhamadiyah mataram .
- Ade Yasin,. (2019). Acara Seminar interaktif wirausaha perempuan. Jum'at 3 Mei Agustus 2019. RadarBogor.id (2019).
- Al-Kadri, H. (2019). Hubungan Komitmen Dengan Kinerja Guru. Bahana Manajemen.
- Aprilius, pono, munir, & razak, a. (2018). Strategi pengembangan usaha restoran menggunakan analisis swot dan qspm (*quantitatif strategic planning matrik*) di restoran la pizza makasar. Jurnal ilmu ekonomi & sosial. Vol.9
- Arsyad, I. (2011). Ekonomi pembangunan. Ghalia indonesia: analisis empiris.
- Artini, Aryawan, Astawa. (2019). Pengaruh Modal Sendiri Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Kabupaten Tabanan. Majalah Ilmiah Untab. Vol. 16. No. 1.
- Asep Mulyana Sudrajat (2023). Jumlah legalitas UMKM Kabupaten Bogor. Kompas.com (2023)
- Assauri, s. (2018). Manajemen pemasaran (dasar, konsep & strategi). Depok: pt raja grafindo persada.
- Assauri, s. (2019). Strategic management *stainable competitive advantage*. Depok: pt rajagrafindo persada.
- David, R. Fred. (2016). Manajemen Strategis: Konsep, Edisi Duabelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Dess, mcnamara, eisner, & lee. (2019). *Strategic management : text & cases*. New york: mcgraw-hill education. Jurnal pemberdayaan komunitas mh thamrin
- Friyadie. (2016). *Analytical hierarchy process*. Friyadie.web.id.
- Hamdani. Mengenal usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) lebih dekat. Jawa Timur : Uwais Inspirasi Indonesia. 2020
- Hijrya, a. A. (2021). Kebijakan perizinan usaha mikro kecil menengah di kabupaten sidenreng rapping. Skripsi departemen ilmu pertahanan .
- Johnson, Scholes dan Whittington. (2016). *Exploring Corporate Strategy-Text and Cases*. Hemel Hempstead: Prentice-Hall.
- Kemenkopukm.go.id (2021). Jumlah umkm indonesia tahun 2015-2021.
- Kemenkopukm.go.id (2019). Jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah.
- Krisnadi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). Pengantar Manajemen. Jakarta: LPU-UNAS.
- Lestari, D. A. (2020). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR), Modal Sendiri, Lama Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal. Skripsi. Universitas Pancasakti Tegal.
- Maghfiroh, A., & Rahmawati, L. (2021). Pengembangan Umkm Melalui Peran

Serta Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Jombang. Jurnal Inovasi Penelitian,

- Mahmudi, a., & sodiq, f. (2020). Strategi pengembangan ukm menggunakan kombinasi metode ahp dan topsis . *Computer science or informatic journal*
- Mubarok, & rosmiati. (2016). Sistem penunjang keputusan prioritas perbaikan jalan menggunakan metode *analytical hierarchy process*. Jurnal informatika, vol.3 .
- Munthafa, a. E., & mubarok, h. (2017). Penerapan metode analytical hierarki process dalam sistem pendukung keputusan penentuan mahasiswa berprestasi. Jurnal siliwangi seri sains dan teknologi 3, no. 2 .
- Musanef. 2016. Manajemen Kepegawaian di Indonesia. Gunung Agung: Jakarta.
- Ningrum, Widiyanto, Yuliyanti pada tahun (2020) . Peran Dinas Koperasi Dan UMKM Dalam Pemberdayaan UMKM Di Kota Surabaya. Jurnal Surabaya : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. 2020
- Opendatajabarprov. (2021). Jumlah umkm di kabupaten bogor tahun 2018-2023.
- Opendatajabarprov. (2021). Jumlah jenis umkm di kabupaten bogor tahun 2019-2021.
- Pattisahusiwa, h. M. (2021). Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di dinas koperasi kota makassar. *Skripsi uinversitas muhammadiyah*
- Peraturan pemerintah republik indonesia no.20 pasal 6. (2008). Tentang kriteria umkm
- Peraturan pemerintah republik indonesia no.20. (2008). Tentang usaha mikro kecil dan menengah (umkm).
- Rangkuti, f. (2016). Teknik membedakan kasus bisnis analisis swot. Jakarta : pt gramedia .
- Siregar, A. U. (2018). Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Setelah Memperoleh Pembiayaan Mudharabah (Studi Kasus: Koperasi Syariah Mitra Niaga Aceh Besar). Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono, 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Thoha, Miftah. 2017. “Kepemimpinan dalam Manajemen”. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ulfah, I. F. (2016). Akuntansi Untuk UMKM. Surakarta. Penerbit CV Kekata Group.
- Veza, O., & Ropianto, M. (2017). *Perancangan Sistem Informasi Inventory Data Barang Pada PT. Andalas Berlian Motor*. Jurnal Teknik Ibnu Sina (JT-IBSI), 2(2), 121-134.
- Wardhana, d. A., & prastawa, h. (2018). Analisis pemilihan suplier dengan menggunakan metode analytical hierarchy process (studi kasus : umkm

diana bakery). *Industrial engineering online journal* .

Widaningsih, & Ariyanti. (2018). *Aspek Hukum Kewirausahaan*. Malang: Polinema Press.

Yulyantari, L. M. dan Wijaya ADH, IGKG Puritan. (2019). *Manajemen Model Pada Sistem Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Yunus, E (2016). *Buku Manajemen strategi*. Yogyakarta : CV Andi Offset. ISBN : 978-979-29-6200-00

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Nur Fauzi

Alamat : Karanggan Muda RT 001/004, Gunung Putri, Bogor.

Tempat dan Tanggal Lahir : Bogor, 03 April 2002

Agama : Islam

Pendidikan

- SD : SD NEGERI 03 CIKUDA
- SMP : SMP NEGERI 1 GUNUNG PUTRI
- SMA : SMA NEGERI 1 GUNUNG PUTRI
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Juli 2023

Peneliti,

(Muhammad Nur Fauzi)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

UPAYA DINAS KOPERASI DAN UMKM DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN BOGOR

Oleh:
Muhammad Nur Fauzi
NPM : 021119196

Yth. Bapak/Ibu

Staff PNS dan Pegawai *Outsourcing* Dinas Koperasi dan UMKM

Kabupaten Bogor

Dengan Hormat,

Saya Muhammad Nur Fauzi mahasiswa program studi Manajemen Universitas Pakuan Bogor. Sehubungan dengan penelitian Skripsi yang sedang saya susun saat ini, dengan segala hormat saya meminta kesediaan waktu dari Bapak/Ibu untuk dapat mengisi kuisisioner berikut guna memberikan informasi yang jelas terkait dengan upaya pengembangan yang dilakukan oleh DINKOPUKM Kabupaten Bogor. Skripsi yang sedang saya susun ini memerlukan data yang valid dan akurat, maka dari itu peneliti berharap Bapak/Ibu dapat mengisinya secara objektif. Atas kesediaan waktu dan kesungguhan Bapak/Ibu dalam memberi informasi melalui jawaban kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

a. Identitas Responden

Nama Responden :
 Hari/Tanggal :
 Divisi Bagian :
 Email dan nomor HP :

b. Petunjuk Pengisian

Dibawah ini disajikan beberapa pertanyaan, mohon diisi dengan cara memberi tanda ceklis (√) pada pilihan yang tersedia.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju
 TS = Tidak Setuju
 S = Setuju
 SS = Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	Skor Penilaian			
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS
<i>Strength</i>					
1.	Terfasilitasinya program pembinaan melalui pelatihan pengembangan bagi para pelaku UMKM.				
2.	Terfasilitasinya kemudahan perizinan usaha mikro.				
3.	Adanya dukungan yang dari pemerintah melalui kebijakannya untuk mengembangkan UMKM.				
4.	Tersedianya ruang pemasaran untuk berbagai produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM.				
5.	Adanya forum UMKM untuk mengelola UMKM di setiap wilayah kecamatan.				
6.	Terjalannya kerjasama atau kemitraan dengan instansi lain.				

No.	Pertanyaan	Skor Penilaian			
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS
Weakness					
1.	Kesulitan dalam membangun komitmen dengan pelaku UMKM..				
2.	Kuota peserta pembinaan melalui pelatihan UMKM cukup terbatas.				
3.	Terkadang terjadi <i>miss</i> informasi antara pihak Dinas dengan pelaku UMKM.				
4.	Kesulitan dalam membantu pengelolaan usaha seperti proses produksi dan sistem pemasaran pelaku UMKM melalui <i>online marketing</i> .				
5.	Anggaran dana yang terbatas				

No.	Pertanyaan	Skor Penilaian			
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS
Opportunity					
1.	Adanya beragam dana bantuan yang diberikan oleh pemerintah bagi UMKM.				
2.	Kuatnya tekad dari para pelaku UMKM untuk meembangkan usahanya dan berkompetisi dengan UMKM lainnya.				
3.	Tersedianya sarana dan prasarana penunjang dalam pengembangan UMKM.				
4.	Tersedia banyak <i>event-event</i> pemasaran untuk para pelaku UMKM.				
5.	Teknologi yang modern dapat memberi kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.				

No.	Pertanyaan	Skor Penilaian			
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS
<i>Threats</i>					
1.	Pelaku usaha yang belum memahami digitalisasi pemasaran				
2.	Pelaku UMKM belum percaya diri dalam mengembangkan usahanya				
3.	Kurangnya kesadaran pelaku UMKM mengenai perizinan usaha.				
4.	Kota lain memiliki UMKM yang lebih maju.				
5.	Pelaku usaha belum memahami cara pengolahan produk dengan baik				

Lampiran 2 Kuisisioner UMKM

UPAYA DINAS KOPERASI DAN UMKM DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN BOGOR

Oleh:
Muhammad Nur Fauzi
NPM : 021119196

Yth. Bapak/Ibu
Pelaku UMKM Kabupaten Bogor
Di tempat

Dengan Hormat,

Saya Muhammad Nur Fauzi mahasiswa program studi Manajemen Universitas Pakuan Bogor. Sehubungan dengan penelitian Skripsi yang sedang saya susun saat ini, dengan segala hormat saya meminta kesediaan waktu dari Bapak/Ibu untuk dapat mengisi kuisisioner berikut guna memberikan informasi yang jelas terkait dengan upaya pengembangan yang dilakukan oleh DINKOPUKM Kabupaten Bogor. Skripsi yang sedang saya susun ini memerlukan data yang valid dan akurat, maka dari itu peneliti berharap Bapak/Ibu dapat mengisinya secara objektif. Atas kesediaan waktu dan kesungguhan Bapak/Ibu dalam memberi informasi melalui jawaban kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

c. Identitas Responden

Nama Responden :
Hari/Tanggal :
Jenis usaha :
Email dan nomor HP :

d. Petunjuk Pengisian

Dibawah ini disajikan beberapa pertanyaan, mohon diisi dengan cara memberi tanda ceklis (√) pada pilihan yang tersedia.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju
TS = Tidak Setuju
S = Setuju
SS = Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	Skor Penilaian			
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS
A.	Penciptaan Iklim Usaha yang baik				
1	DINKOPUKM memberi kemudahan bagi pelaku usaha mikro				

	dalam mengelola usahanya.				
2	DINKOPUKM menggandeng beberapa instansi dalam melakukan pembinaan terhadap para pelaku usaha mikro.				
3	Pemerintah melalui DINKOPUKM memberi bantuan dana bagi para pelaku UMKM.				
B.	Pembuatan Informasi Terpadu				
1	Informasi yang disampaikan DINKOPUKM jelas dan mudah dimengerti.				
2	Informasi yang disampaikan DINKOPUKM mudah untuk di akses.				
3	Informasi yang disampaikan DINKOPUKM tersebar secara luas.				
C.	Pendirian Pusat Konsultasi				
1	DINKOPUKM menerima dengan baik keluhan-keluhan yang disampaikan para pelaku usaha,				
2	DINKOPUKM memberi solusi atas masalah atau kendala yang dialami pelaku usaha.				
3	DINKOPUKM menyediakan berbagai cara untuk pelaku usaha yang ingin melakukan konsultasi.				
D.	Pembuatan Sistem Pemasaran				
1	DINKOPUKM menyediakan bazaar/pameran dalam rangka membantu memasarkan produk para pelaku usaha mikro.				
2	DINKOPUKM menyelenggarakan pelatihan <i>digital marketing</i> bagi para pelaku usaha.				
3	DINKOPUKM berupaya mengikuti berbagai event UMKM guna meningkatkan daya saing dengan UMKM kota lain.				

Lampiran 3 Kuisisioner Kepala Bidang UMKM

UPAYA DINAS KOPERASI DAN UMKM DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN BOGOR

Oleh:
Muhammad Nur Fauzi
NPM : 021119196

Yth. Bapak/Ibu

Kepala Bidang UMKM Dinas Koperasi dan UMKM

Kabupaten Bogor

Dengan Hormat,

Saya Muhammad Nur Fauzi mahasiswa program studi Manajemen Universitas Pakuan Bogor. Sehubungan dengan penelitian Skripsi yang sedang saya susun saat ini, dengan segala hormat saya meminta kesediaan waktu dari Bapak/Ibu untuk dapat mengisi kuesioner berikut guna memberikan informasi yang jelas terkait dengan upaya pengembangan yang dilakukan oleh DINKOPUKM Kabupaten Bogor. Skripsi yang sedang saya susun ini memerlukan data yang valid dan akurat, maka dari itu peneliti berharap Bapak/Ibu dapat mengisinya secara objektif. Atas kesediaan waktu dan kesungguhan Bapak/Ibu dalam memberi informasi melalui jawaban kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

a. Identitas Responden

Nama :
Hari/Tanggal :
Jabatan :

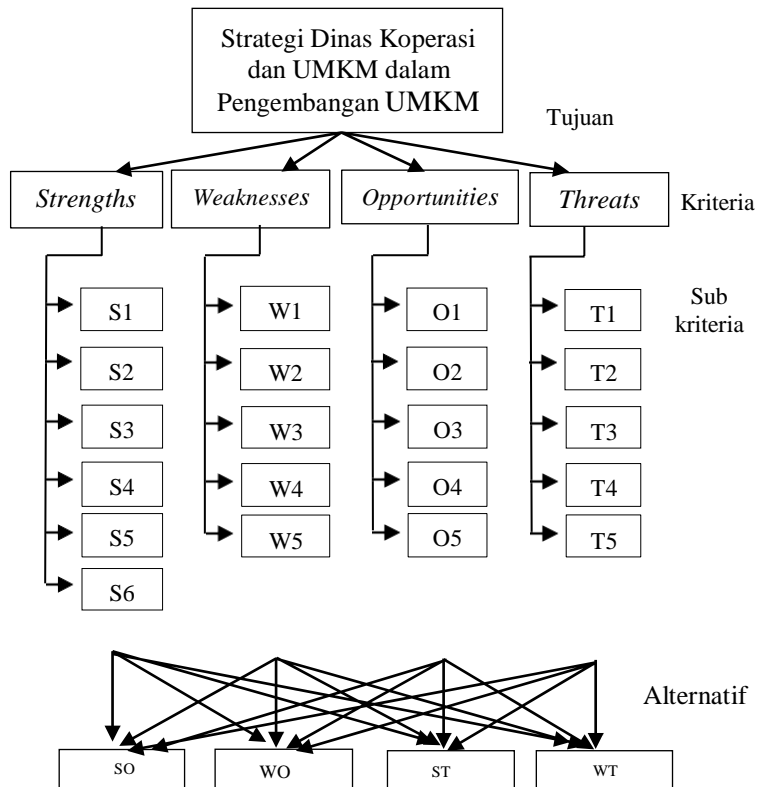
1. Menurut anda, bagaimana perkembangan UMKM yang ada di Kabupaten Bogor saat ini?
2. Bagaimana upaya DIKOPUKM dalam membantu proses pengolahan produksi para pelaku usaha?
3. Bagaimana upaya DINKOPUKM dalam membantu pelaku UMKM dalam melengkapi legalitas usahanya?
4. Bagaimana upaya DINKOPUKM membantu para pelaku usaha dalam memasarkan produknya?
5. Bagaimana sistematis pelatihan yang diselenggarakan oleh DINKOPUKM ?
6. Apakah DINKOPUKM melakukan kemitraan dengan instansi lain dalam upaya pengembangan UMKM?
7. Penyampaian informasi yang disampaikan DINKOPUKM disinyalir kurang relevan dan tidak tersebar secara luas. Bagaimana tanggapan anda mengenai issue tersebut?
8. Bagaimana cara DINKOPUKM dalam menerima dan memberi solusi terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelaku UMKM?

Lampiran 4 Kuisisioner AHP

a. Identitas Responden

Nama :
 Jabatan :
 Jenis Kelamin :

b. Kuesioner perbandingan berpasangan untuk pemilihan strategi prioritas pada *Analytical Hierarchy Process* dan hasil perhitungan AHP



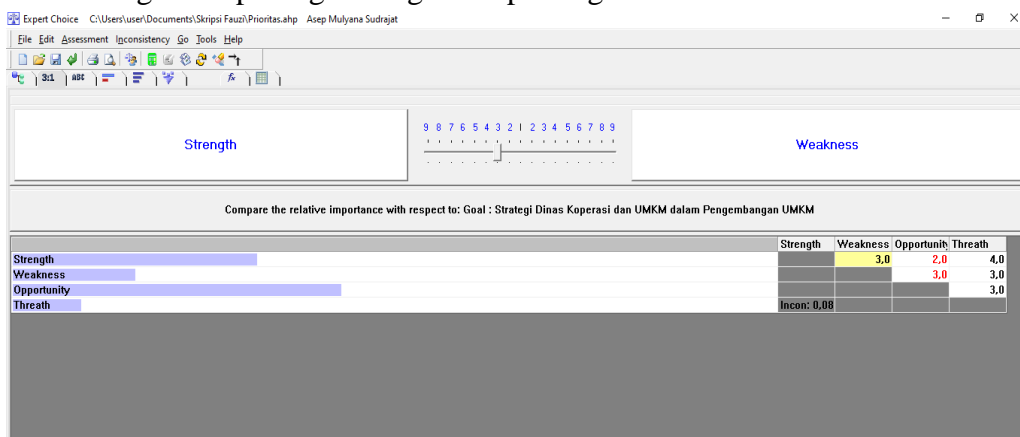
c. Petunjuk Pengisian

Berikan tanda ceklis (√) Pada Kolom di Bawah Sesuai dengan Penilaian Saudara
 Pilihan penilaian bagi responden adalah sebagai berikut:

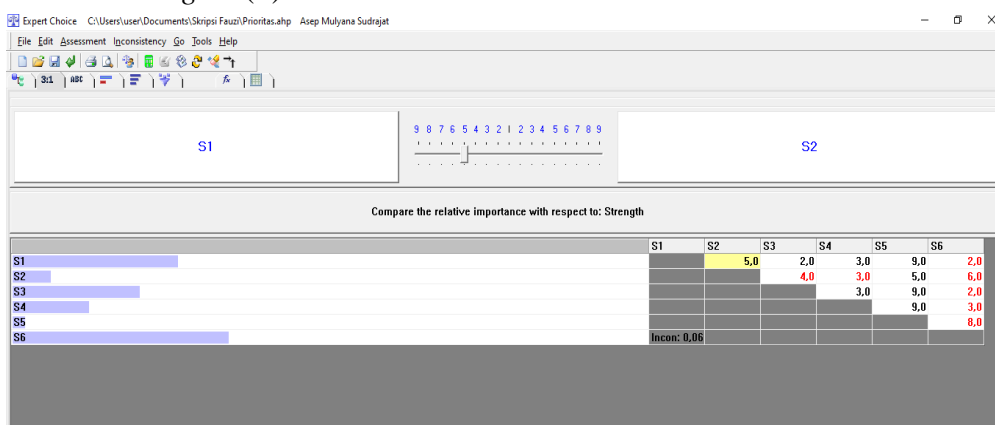
Keterangan :

- 1 = Biasa
- 2 = Antara biasa dan penting
- 3 = Penting
- 4 = Antara penting dan sangat penting
- 5 = Sangat penting
- 6 = Antara sangat penting dan sangat penting sekali
- 7 = Sangat penting sekali
- 8 = Antara sangat penting dan sangat begitu penting sekali
- 9 = Sangat begitu penting sekali

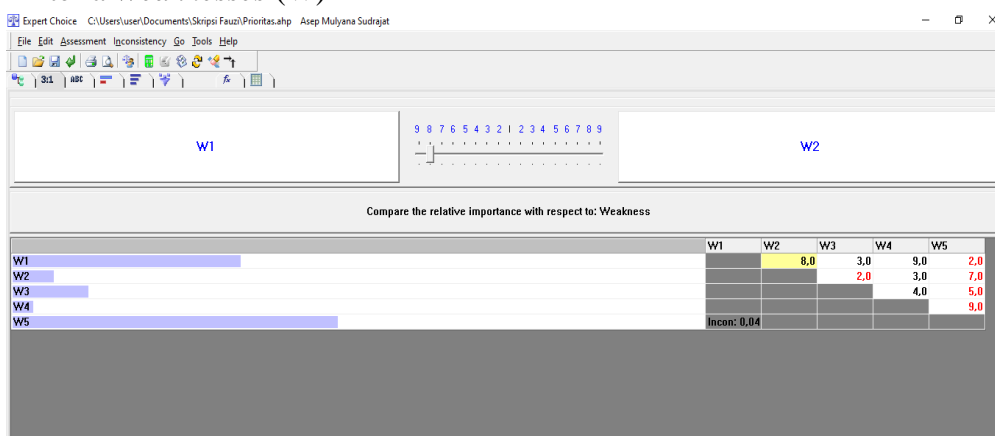
1. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Kriteria



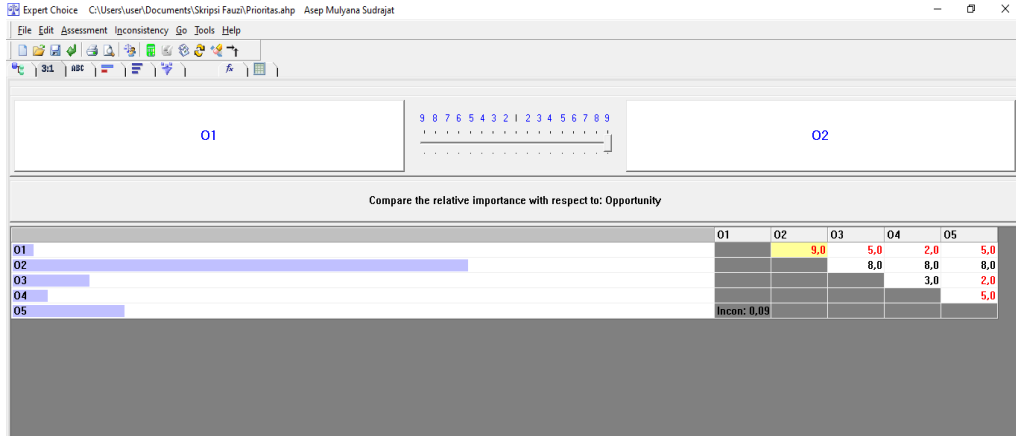
2. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Strengths (S)



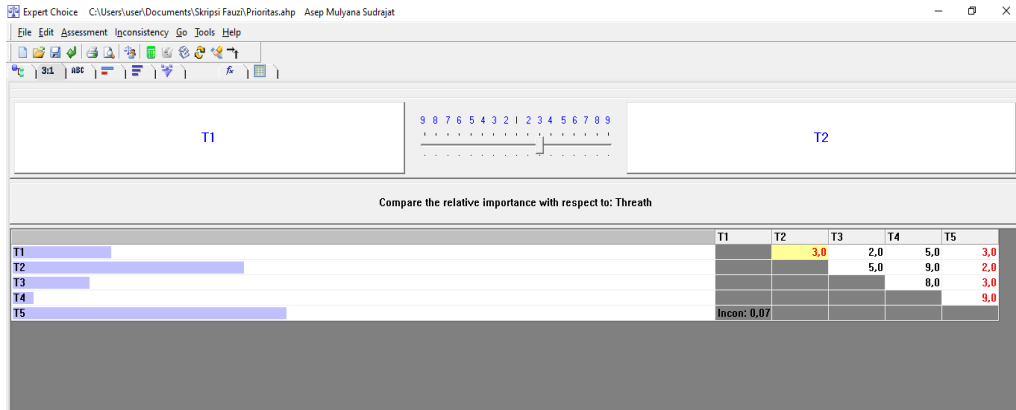
3. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Weaknesses (W)



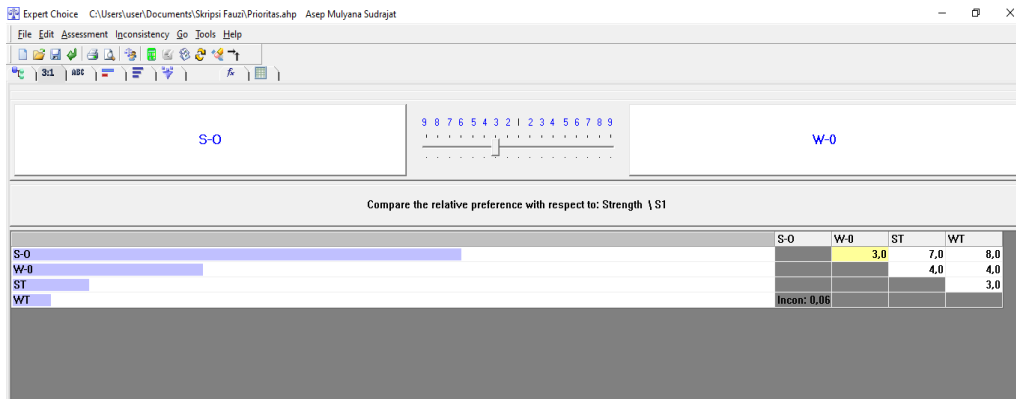
4. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria *Opportunities* (O)



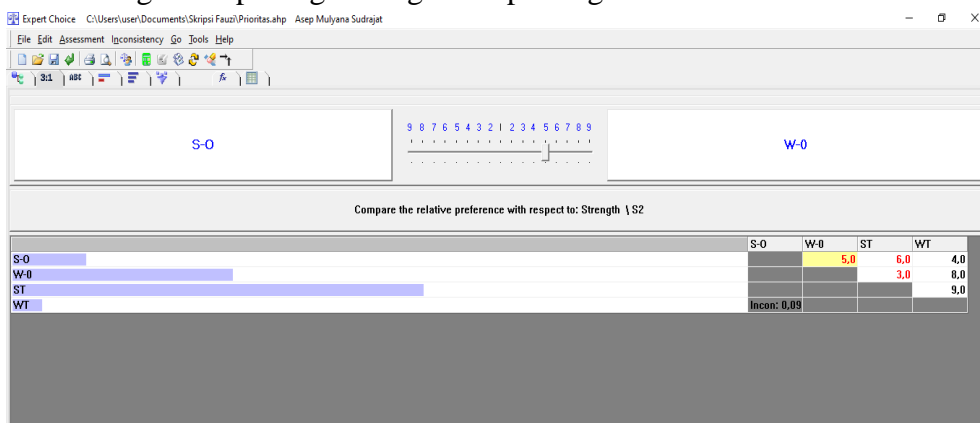
5. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria *Threats* (T)



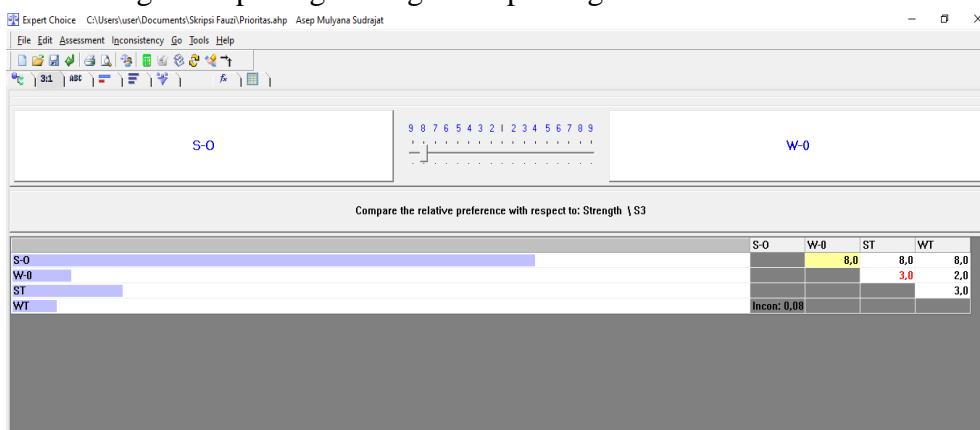
6. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria S1



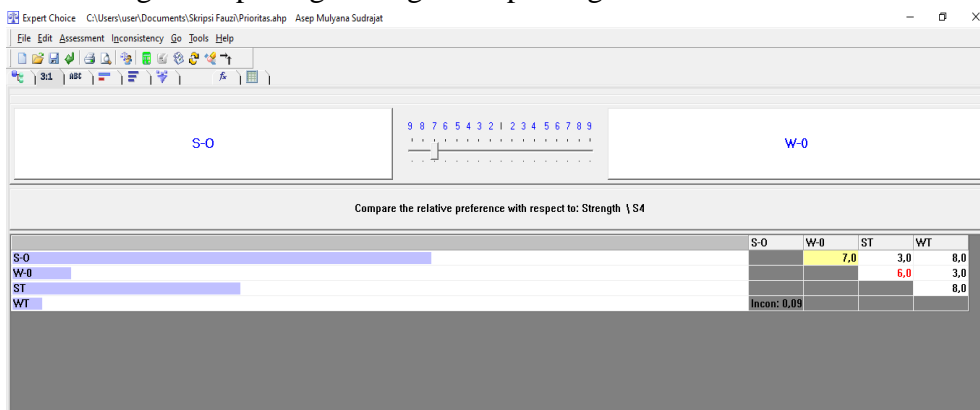
7. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria S2



8. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria S3



9. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria S4



10. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria S5

Compare the relative preference with respect to: Strength | S5

	S-O	W-O	ST	WT
S-O		3,0	3,0	7,0
W-O			4,0	3,0
ST				7,0
WT				
Incon: 0,05				

11. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria S6

Compare the relative preference with respect to: Strength | S6

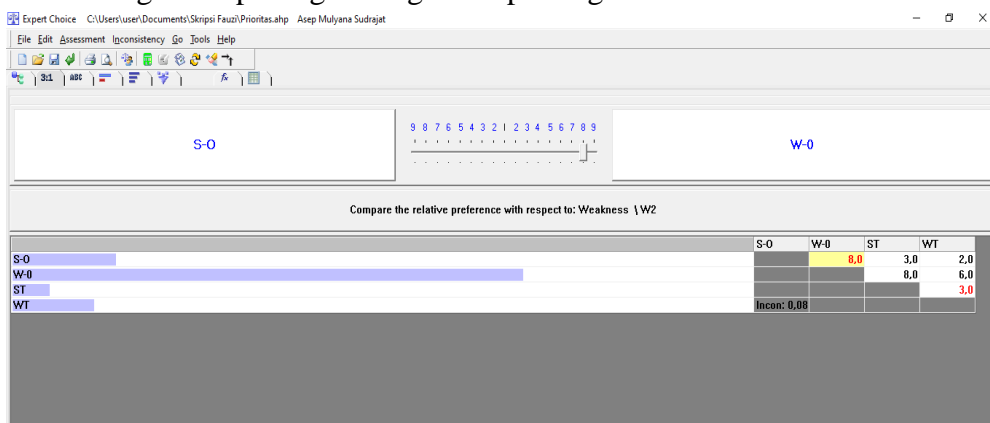
	S-O	W-O	ST	WT
S-O		8,0	3,0	8,0
W-O			7,0	2,0
ST				8,0
WT				
Incon: 0,07				

12. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria W1

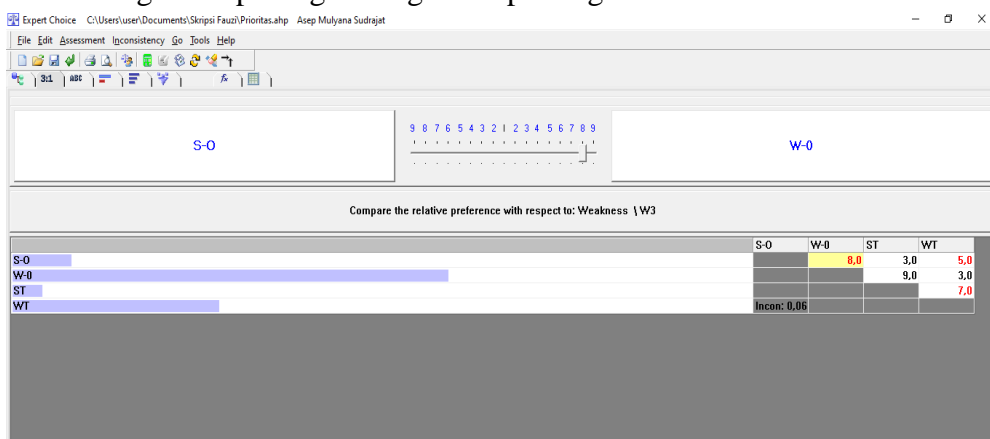
Compare the relative importance with respect to: Weakness | W1

	S-O	W-O	ST	WT
S-O		7,0	3,0	3,0
W-O			8,0	3,0
ST				5,0
WT				
Incon: 0,04				

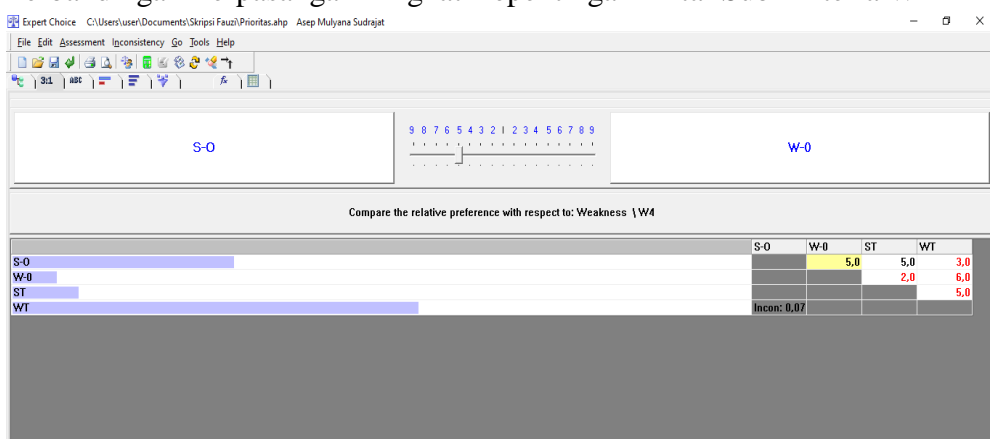
13. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria W2



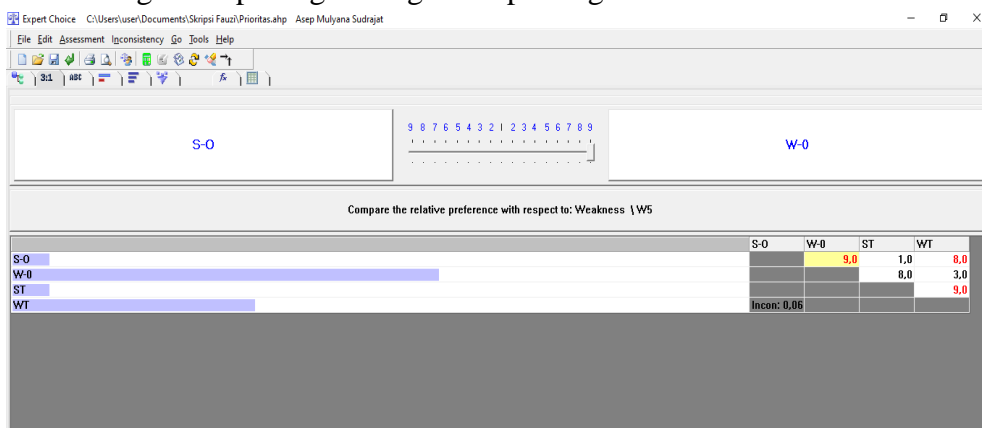
14. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria W3



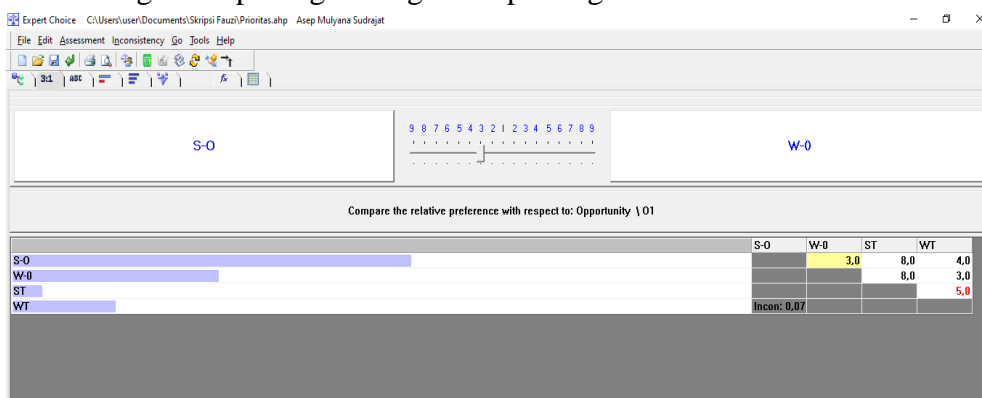
15. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria W4



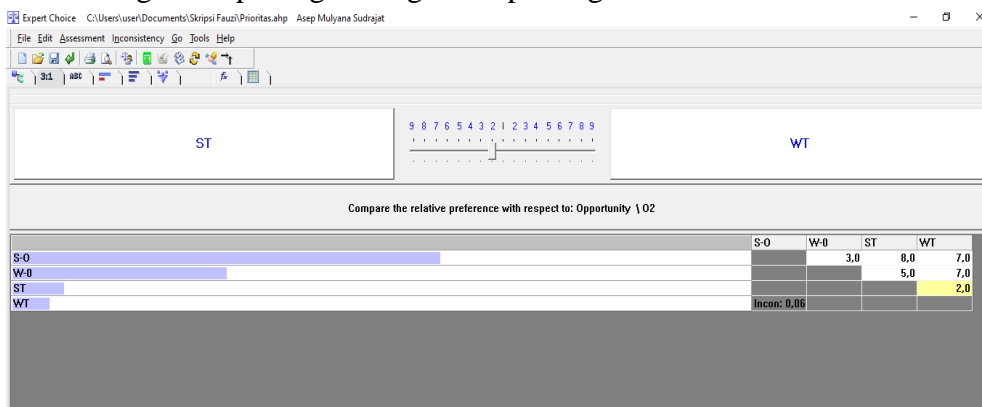
16. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria W5



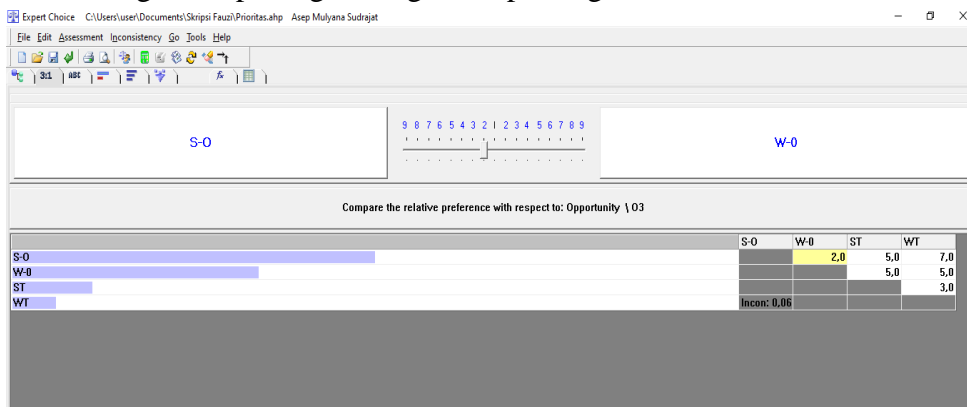
17. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria O1



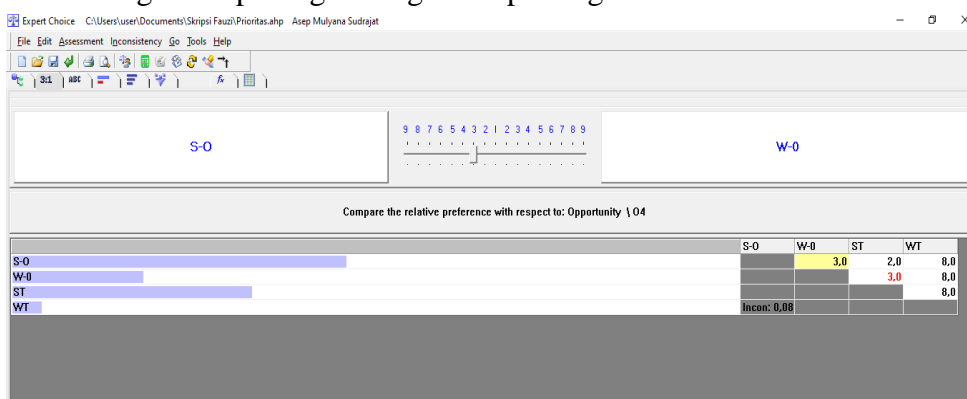
18. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria O2



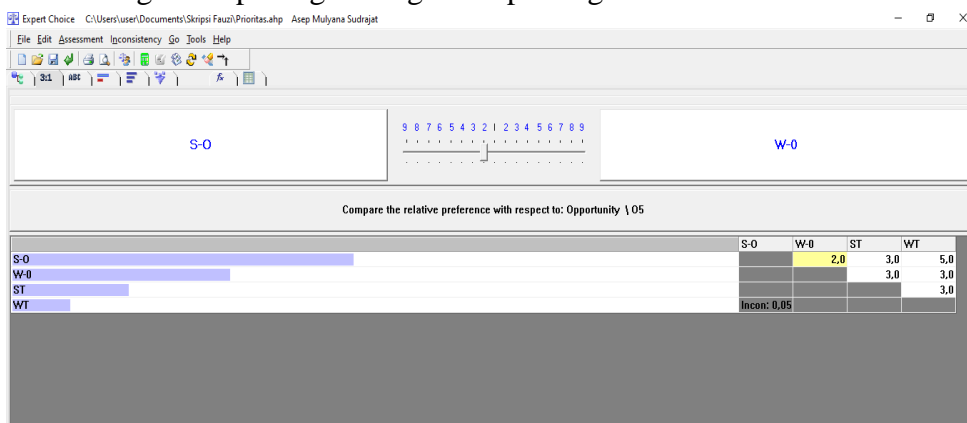
19. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria O3



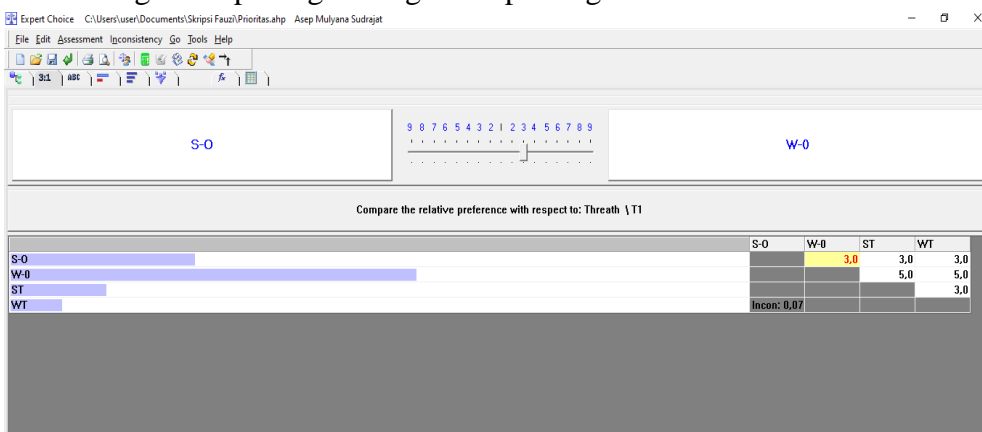
20. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria O4



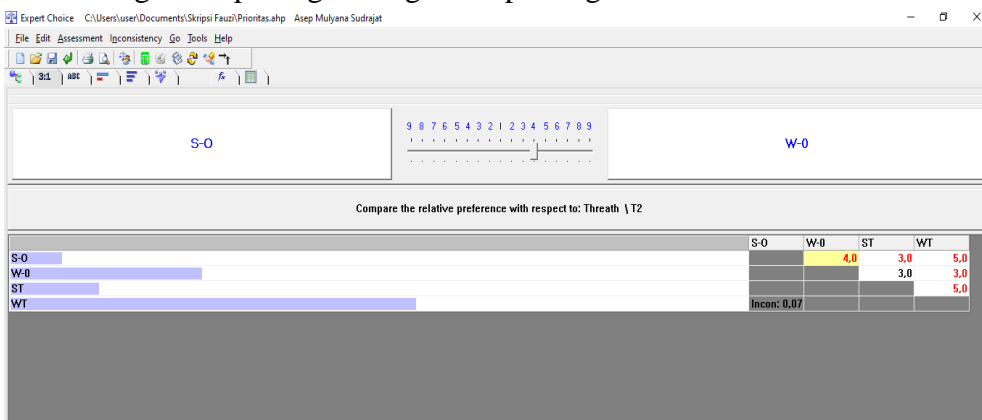
21. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria O5



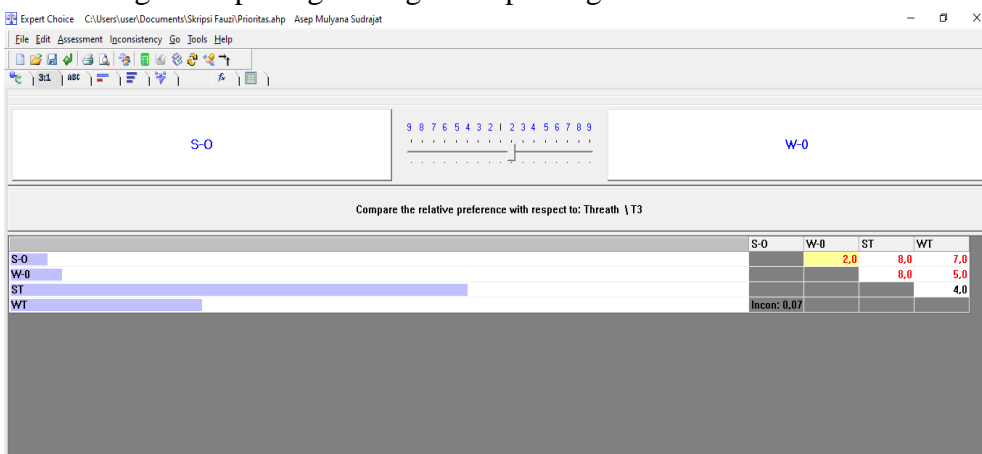
22. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria T1



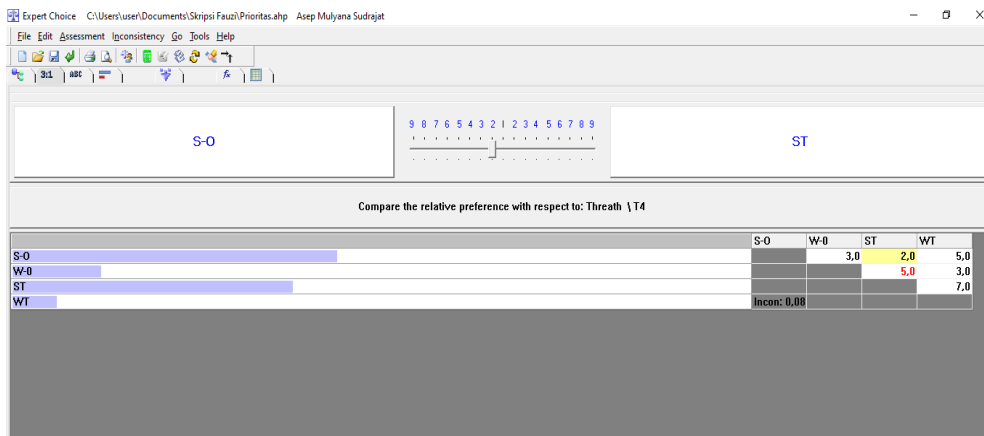
23. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria T2



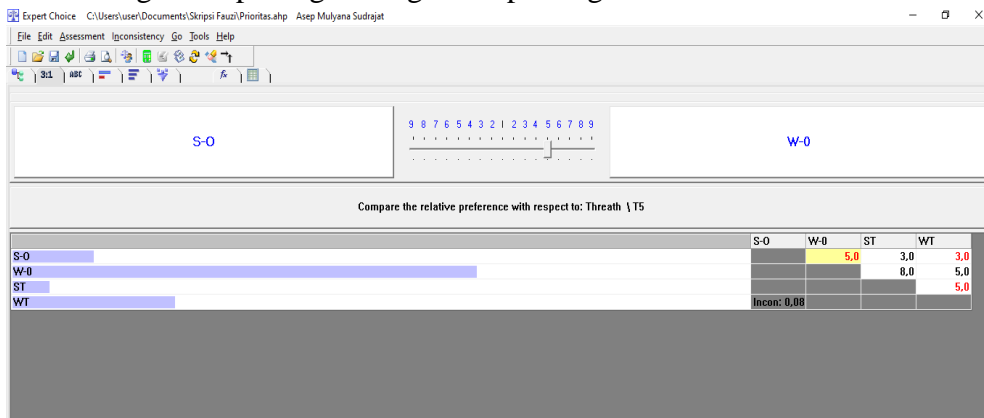
24. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria T3



25. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria T4



26. Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria T5



Lampiran 5 Dokumentasi



