

Strategi Pengembangan UKM di Wilayah Kantor Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung

Maharani putri purwanti, Tiris sudrartono

Politeknik Piksi Ganesha, Bandung - Indonesia

maharanipurwanti201@gmail.com, tiris.sudrartono@gmail.com

ABSTRACT

This research discusses the development strategies of Small and Medium Enterprises (SMEs) in the region of the Small and Medium Enterprise Cooperative Office in Bandung City. SMEs play a crucial role in the economy by making a significant contribution to economic growth, job creation, and innovation. Factors such as increased demand, government support, innovation, access to capital, heightened awareness, and business collaborations play a key role in the positive growth of SMEs. In this study, a case study method is employed to analyze various strategies that have been implemented in the development of SMEs in the cooperative office's region. The observations reveal that the cooperative office's role is not merely administrative but also that of a catalyst in forming an ecosystem that supports SMEs. Government support and collaboration among small business actors have proven essential in enhancing the competitiveness and capacity of SMEs. Recommendations drawn from this research include the expansion of advisory services, training, and the strengthening of collaborative networks among SMEs. The implementation of policies supporting SME sector growth is also deemed crucial, including regulatory simplification, facilitation of market access, and the development of infrastructure supporting business activities. This research provides insights into the importance of SME development strategies in the Bandung cooperative office's region and lays the foundation for holistic planning that supports the sustainable growth of SMEs and their contribution to the local economy

Keywords: *SME Development Strategy, Bandung City*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di wilayah Kantor Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung. UKM memiliki peran penting dalam perekonomian karena memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi. Faktor-faktor seperti peningkatan permintaan, dukungan pemerintah, inovasi, akses ke modal, peningkatan kesadaran, dan kerja sama bisnis memainkan peran kunci dalam pertumbuhan positif UKM. Dalam penelitian ini, metode studi kasus digunakan untuk menganalisis berbagai strategi yang telah diterapkan dalam pengembangan UKM di wilayah kantor koperasi. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa peran kantor koperasi bukan hanya administratif tetapi juga sebagai katalisator untuk membentuk ekosistem yang mendukung UKM. Dukungan pemerintah dan kolaborasi antara pelaku usaha kecil terbukti penting dalam meningkatkan daya saing dan kapasitas UKM. Saran yang diambil dari penelitian ini meliputi perluasan layanan pendampingan, pelatihan, dan penguatan jaringan kolaboratif antar UKM. Implementasi kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor UKM juga dianggap krusial, termasuk penyederhanaan regulasi, fasilitasi akses pasar, dan pengembangan infrastruktur yang mendukung aktivitas bisnis. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya

strategi pengembangan UKM di wilayah kantor koperasi Bandung dan menyediakan landasan untuk perencanaan holistik yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan UKM serta kontribusi

Kata kunci: Strategi Pengembangan UKM, Kota Bandung

PENDAHULUAN

UKM adalah singkatan dari "Usaha Kecil Menengah," yang merujuk pada jenis bisnis atau perusahaan yang memiliki skala lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. UKM dapat mencakup berbagai sektor industri, termasuk manufaktur, perdagangan, jasa, teknologi, dan banyak lagi. UKM memiliki peran penting dalam perekonomian karena dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi. Mereka sering kali memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam beradaptasi dengan perubahan pasar dan menghasilkan produk atau layanan yang khas. Banyak pemerintah dan lembaga internasional juga memberikan dukungan dan insentif khusus kepada UKM untuk mendorong perkembangan dan pertumbuhan sektor ini. UKM merupakan salah satu sektor industri yang sedikit bahkan tidak sama sekali terkena dampak krisis global yang melanda dunia. (Sudrartono & Saepudin, 2020). Dengan adanya strategi pengembangan yang terintegrasi diharapkan UKM menjadi kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi, tidak hanya memiliki keunggulan komparatif melainkan keunggulan kompetitif. (Rahmana et al., 2021). Salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah pembangunan dan pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). (Purwanto & Veranita, 2018)

M. Tohar (dalam Ibrahim, 2016) mendefinisikan usaha kecil adalah "kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang". Menurut Ina Primiana (dalam Ibrahim, 2016) mendefinisikan usaha kecil merupakan "pengembangan kawasan andalan untuk dapat mempercepat pemulihan ekonomi melalui pendekatan wilayah atau daerah, yaitu dengan pemilihan wilayah atau daerah untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan sektor-sektor potensi dengan usaha peningkatan upaya-upaya pemberdayaan masyarakat.

Pemerintah telah mengambil langkah untuk memberikan program bantuan dalam bentuk fasilitas produksi, bantuan di bidang manajemen, finansial serta kemitraan yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja (Sudrartono & Saepudin, 2020). terintegrasi diharapkan UKM menjadi kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi, tidak hanya memiliki keunggulan komparatif melainkan keunggulan kompetitif.

Menurut (Anton et al., 2013) Keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai bagian dari entitas usaha nasional memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui perluasan kesempatan kerja bagi masyarakat Indonesia.

Pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif.(Anton et al., 2013). Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga, UKM berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan.(Veranita et al., 2018)

Koperasi adalah badan usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh anggotanya, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka melalui kerja sama dan kegiatan ekonomi bersama. Kantor koperasi di Bandung adalah tempat di mana koperasi beroperasi dan menyediakan layanan kepada anggotanya. Menurut (Adillah, 2022) Koperasi adalah sebuah badan usaha yang organisasinya didirikan khusus bertujuan untuk memberi kesejahteraan pada anggotanya. Tujuan memberi kesejahteraan tersebut lebih kepada sektor ekonomi.

Sejarah koperasi di Kota Bandung dimulai pada era kolonial Belanda. Koperasi pertama di Bandung didirikan pada tahun 1912 dengan nama "Coöperatieve Handelsvereniging" yang berarti "Perusahaan Dagang Koperasi." Selanjutnya, pada tahun 1918, berdiri koperasi serba usaha "Coöperatieve Bandung." Kedua koperasi tersebut bertujuan untuk membantu masyarakat dalam aspek ekonomi, pendidikan, dan sosial. Kantor Koperasi di Bandung memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Bandung. Mereka dapat memberikan berbagai layanan dan dukungan kepada UKM, seperti penyediaan modal usaha, pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi akses pasar. Koperasi lahir sebagai alat untuk memperbaiki kepincangan-kepincangan dan kelemahan-kelemahan dari perekonomian yang kapitalistis (Masngudi, 1990)

Banyak perusahaan yang tidak mampu lagi meneruskan usaha karena tingkat bunga yang tinggi. Diluar dugaan, ternyata UKM dan koperasi di Indonesia yang dianggap kecil justru sebaliknya dapat menghadapi keadaan krisis ini.(Mulyana & Muizu, 2014)

Di Kota Bandung sendiri, esensi dan eksistensi usaha kecil dan koperasi dalam perekonomian kota Bandung tidak perlu diragukan lagi. Usaha kecil dan koperasi yang tersebar di lima wilayah kota Bandung telah mampu menyerap sumber daya dan tenaga kerja lokal.(Mulyana & Muizu, 2014)

Dalam konteks koperasi, UKM mengacu pada anggota atau unit bisnis yang mungkin lebih kecil dalam skala dibandingkan dengan perusahaan besar, tetapi mereka tetap terlibat dalam aktivitas ekonomi yang berdampak pada pertumbuhan koperasi dan kesejahteraan anggota. UKM di koperasi dapat berkontribusi dalam produksi, distribusi, atau penyediaan berbagai produk dan layanan kepada anggota atau masyarakat secara umum.

Salah satu upaya pemerintah dalam melakukan peningkatan perekonomian Indonesia adalah dengan memberdayakan koperasi sebagai salah satu gerakan ekonomi rakyat yang diharapkan mampu memperkuat sistem perekonomian dimulai dari lapisan masyarakat terbawah.(Helwig et al., n.d.)

Kantor koperasi juga berperan dalam mendorong kolaborasi antara UKM untuk menciptakan sinergi dan kesempatan bisnis yang lebih baik. Untuk itu strategi pengembangan bagi UKM di kantor koperasi Bandung dapat membantu meningkatkan akses pasar, memperluas jangkauan pelanggan, meningkatkan daya saing, dan mempermudah proses penjualan produk secara online. Dengan strategi ini, UKM dapat menjangkau konsumen lebih luas tanpa batasan geografis, sehingga potensi pertumbuhan bisnis mereka dapat lebih besar.

Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan masukan yang berharga bagi pengembangan UKM di Kota Bandung, khususnya pada Kantor Koperasi Usaha Kecil Menengah, dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ditawarkan pada era digital. Serta penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kembali peran penting terhadap UKM pada kantor koperasi Bandung agar kantor koperasi Bandung mampu terus memberikan dan mempertahankan peran pentingnya pada UKM yang ada di Bandung.

Tabel 1. Data Perkembangan UKM Di Kota Bandung

tahun	jumlah unit	pencapaian
2017	365.218	-
2018	387.815	6,17%
2019	411.810	6,19%
2020	437.190	6,15%
2021	464.346	6,22%

Sumber (DKUK, n.d.)

Pada Tabel. 1 yang disajikan di atas, menggambarkan tren pertumbuhan UKM yang jelas dari tahun 2017 hingga 2021. Pada awal periode, yaitu tahun 2017, jumlahnya tercatat sebesar 365.218. Dalam tahun berikutnya, terjadi kenaikan yang signifikan sebesar 6,17%, mengangkat jumlah menjadi 387.815. Peningkatan ini tidak hanya sekadar terjaga, tetapi juga terus berlanjut pada tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 2019, jumlah UKM melonjak lagi sebanyak 6,19%, mencapai angka 411.810. Tren ini berlanjut pada tahun 2020 dengan kenaikan 6,15%, menghasilkan jumlah sebesar 437.190. Terakhir, tahun 2021 mencatat pertumbuhan 6,22%, dengan total mencapai 464.346. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan adanya kenaikan UKM yang stabil dan berkelanjutan selama periode lima tahun tersebut. Angka-angka ini mencerminkan pola pertumbuhan yang konsisten, dengan peningkatan persentase yang relatif seragam setiap tahunnya.

Dengan mempertimbangkan judul "Strategi Pengembangan UKM di Wilayah Kantor Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung", maka dugaan kenaikan jumlah unit UKM di Kota Bandung haruslah lebih ambisius dan proaktif untuk mencapai tujuan pengembangan UKM yang lebih besar. Sebuah rencana strategis yang berfokus pada pertumbuhan yang berkelanjutan dan peningkatan yang lebih signifikan mungkin diperlukan. Berikut adalah dugaan kenaikan yang lebih agresif berdasarkan judul strategi pengembangan UKM:

- Tahun 2022: Dengan mempertimbangkan upaya dan dukungan yang diberikan oleh Kantor Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung, dugaan kenaikan jumlah unit UKM bisa lebih tinggi daripada tren historis. Sebagai contoh, dugaan kenaikan bisa sekitar 10% dari tahun sebelumnya. Jadi, jumlah unit UKM pada tahun 2022 diperkirakan sekitar $464.346 + (10\% \times 464.346) =$ sekitar 510.780 unit.
- Tahun 2023: Untuk tahun 2023, strategi pengembangan yang ambisius mungkin terus diterapkan. Oleh karena itu, dugaan kenaikan pada tahun 2023 bisa sekitar 10% juga. Jadi, jumlah unit UKM pada tahun 2023 diperkirakan sekitar $510.780 + (10\% \times 510.780) =$ sekitar 561.858 unit.

Akan tetapi data tersebut belum maksimal kenaikannya masih dalam angka 60%, Untuk itu dilakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan UKM Di Wilayah Kantor Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Kota Bandung dengan mencari statistik yang paling tepat untuk mendapatkan pencapaian UKM hingga lebih dari 60%.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan mengadopsi pendekatan kualitatif yang mendalam dan komprehensif dengan menerapkan metode studi kasus untuk secara menyeluruh menganalisis serta menggali lebih dalam tentang beragam strategi yang digunakan dalam upaya pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di wilayah Kantor Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung.

Metode penelitian ini akan melibatkan sejumlah wawancara mendalam dengan pemilik UKM yang menjadi anggota koperasi dan juga manajemen koperasi itu sendiri. Wawancara ini akan memberikan platform untuk mendalami pandangan, pengalaman, dan praktik terkait strategi pengembangan yang telah diterapkan dalam konteks UKM. Selain itu, observasi langsung akan dilakukan di lokasi kantor koperasi dan UKM terkait untuk memperoleh pemahaman visual serta kontekstual tentang interaksi, proses kerja, dan dinamika kolaborasi antara koperasi dan UKM dalam konteks pengembangan.

Analisis data dalam penelitian ini akan melibatkan pendekatan yang sistematis dan mendalam untuk menguraikan serta menginterpretasikan hasil dari berbagai sumber data yang terkumpul. Analisis dokumen dan arsip akan memberikan wawasan lebih lanjut tentang perencanaan strategis koperasi dan dampaknya terhadap UKM. Literatur yang relevan juga akan diintegrasikan dalam analisis untuk membandingkan temuan dengan teori-teori yang ada.

Dalam penelitian ini, upaya yang sungguh-sungguh akan diambil untuk memastikan validitas dan reliabilitas data guna memastikan keabsahan dan ketepatan hasil analisis. Selain itu, validitas internal akan dijaga melalui tahap analisis yang teliti, dengan menghubungkan temuan-temuan dengan teori-teori yang ada dan

mencerminkan dengan seksama wawancara, observasi, dan dokumen yang terkumpul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertumbuhan positif dalam jumlah unit usaha mikro (UKM) selama periode ini dapat dijelaskan dengan beberapa faktor:

1. **Peningkatan Permintaan:** Mungkin ada peningkatan permintaan atas produk atau jasa yang disediakan oleh UKM selama periode tersebut. Hal ini dapat mendorong pertumbuhan bisnis karena ada pasar yang lebih besar untuk dieksplorasi.

Peningkatan permintaan atas produk atau jasa yang disediakan oleh UKM adalah faktor positif yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis. Ini bisa menjadi hasil dari berbagai faktor, seperti perubahan tren konsumen, perkembangan ekonomi, atau bahkan upaya pemasaran yang sukses. peningkatan permintaan atas produk atau jasa yang disediakan oleh UKM dapat menjadi faktor yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan bisnis. Untuk mengimplementasikan strategi pengembangan UKM yang berhasil, penting untuk memperhitungkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi peningkatan permintaan tersebut.

2. **Dukungan Pemerintah:** Pemerintah dapat memberikan berbagai insentif dan dukungan kepada UKM, seperti pembiayaan, pelatihan, dan kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor ini. Ini dapat mendorong lebih banyak individu untuk memulai bisnis UKM mereka sendiri.

Dukungan pemerintah sangat penting untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan sektor UKM. Pemerintah dapat berperan dalam membantu UKM mengatasi berbagai hambatan dan merangsang pertumbuhan ekonomi. Dukungan pemerintah yang tepat dapat membantu UKM bertahan dan berkembang, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian lokal dan nasional, serta mendorong inovasi. Ini adalah langkah penting dalam mewujudkan potensi penuh sektor UKM dalam pertumbuhan ekonomi. secara umum, dalam menghadapi keadaan ekonomi dan sosial yang berubah-ubah, sebaiknya mengikuti prinsip-prinsip manajemen yang baik dan fleksibilitas dalam merespons perubahan.

3. **Inovasi:** UKM yang mampu berinovasi dan mengadopsi teknologi baru cenderung tumbuh lebih cepat. Peningkatan efisiensi melalui teknologi dan proses baru dapat memungkinkan mereka untuk bersaing lebih baik di pasar.

Inovasi dan adopsi teknologi baru adalah kunci untuk pertumbuhan UKM yang berkelanjutan dan bersaing dengan baik di pasar yang semakin kompetitif. Inovasi dan teknologi bukan hanya tentang mengadopsi perangkat keras atau perangkat lunak baru, tetapi juga tentang perubahan budaya di dalam bisnis untuk mendorong eksperimen, kreativitas, dan pemikiran proaktif. UKM yang berhasil

menggabungkan inovasi dan teknologi dalam strategi bisnis mereka memiliki peluang yang lebih baik untuk tumbuh dan bersaing di pasar saat ini.

4. Akses ke Modal: Akses yang lebih baik ke modal atau pinjaman untuk memulai atau mengembangkan bisnis UKM dapat menjadi faktor penting dalam pertumbuhannya.

Akses yang lebih baik ke modal atau pinjaman adalah faktor yang sangat penting dalam pertumbuhan dan perkembangan bisnis UKM. UKM sering kali memerlukan modal tambahan untuk berbagai keperluan, seperti memulai bisnis, memperluas operasi, membeli inventaris, atau menghadapi situasi darurat. Selain itu, memiliki rencana bisnis yang kuat dan pemahaman yang mendalam tentang situasi keuangan akan membantu dalam mengajukan permohonan dan mengelola modal dengan bijak.

5. Peningkatan Kesadaran: Kesadaran publik tentang pentingnya mendukung UKM dalam ekonomi lokal dan nasional juga dapat meningkat, mendorong lebih banyak orang untuk memulai bisnis kecil mereka sendiri.

Peningkatan kesadaran publik tentang pentingnya mendukung UKM dapat memiliki dampak positif pada pertumbuhan sektor ini. Kesadaran ini dapat mendorong lebih banyak individu untuk memulai bisnis kecil mereka sendiri, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Peningkatan kesadaran publik tentang pentingnya mendukung UKM tidak hanya membantu pertumbuhan bisnis kecil, tetapi juga dapat menciptakan lingkungan yang lebih ramah bagi pengusaha baru. Ini dapat memperkaya ekosistem bisnis dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas kepada masyarakat.

6. Kerja sama dan Jaringan: UKM yang berpartisipasi dalam jaringan bisnis, kerja sama, atau kemitraan dengan pemangku kepentingan lainnya (misalnya, perusahaan besar atau organisasi non-profit) dapat memiliki peluang pertumbuhan yang lebih besar.

Kerja sama dan jaringan bisnis adalah elemen penting dalam strategi pertumbuhan UKM. Melalui kemitraan dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan lainnya, UKM dapat memperluas jangkauan mereka, meningkatkan sumber daya, dan menciptakan peluang pertumbuhan yang lebih besar. Kerja sama dan jaringan dapat membantu UKM untuk tumbuh dan berkembang lebih cepat daripada jika mereka beroperasi secara independen. Dengan memanfaatkan kesempatan-kesempatan ini, UKM dapat menciptakan fondasi yang lebih kuat untuk pertumbuhan jangka panjang mereka.

Namun, perlu diingat bahwa faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, perubahan dalam peraturan, atau peristiwa tak terduga juga dapat memengaruhi pertumbuhan UKM. Oleh karena itu, analisis yang lebih mendalam mungkin diperlukan untuk memahami sepenuhnya mengapa pertumbuhan ini terjadi di konteks yang lebih spesifik.

Berdasarkan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai penyebab pertumbuhan positif dalam jumlah unit usaha mikro (UKM), mari kita tinjau hasil pengamatan, akar permasalahan, dan solusi pemecahannya:

Hasil Pengamatan:

- Terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah unit usaha mikro (UKM) selama periode yang diamati.
- Peningkatan permintaan atas produk atau jasa yang disediakan oleh UKM telah menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis.
- Dukungan pemerintah, seperti pembiayaan, pelatihan, dan kebijakan yang mendukung UKM, telah berperan dalam memfasilitasi pertumbuhan.
- Inovasi dan adopsi teknologi baru telah memungkinkan UKM untuk lebih bersaing di pasar.
- Akses yang lebih baik ke modal atau pinjaman telah membantu UKM untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka.
- Kesadaran publik tentang pentingnya mendukung UKM juga telah meningkat, mendorong lebih banyak individu untuk memulai bisnis kecil mereka sendiri.
- Kerja sama dan jaringan dengan pemangku kepentingan lainnya telah membuka peluang pertumbuhan yang lebih besar.

Akar Permasalahan:

- Meskipun terdapat pertumbuhan yang positif dalam jumlah UKM, masih ada tantangan yang dihadapi UKM dalam memanfaatkan pertumbuhan ini secara optimal.
- Beberapa UKM mungkin mengalami kesulitan dalam mengelola permintaan yang meningkat, mengakibatkan tekanan pada sumber daya dan kualitas layanan.
- Akses ke modal atau pinjaman mungkin masih sulit bagi sebagian UKM, terutama yang memiliki akses terbatas ke lembaga keuangan.
- Beberapa UKM mungkin belum sepenuhnya memanfaatkan potensi inovasi dan teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka.
- Meskipun ada peningkatan kesadaran publik tentang UKM, masih mungkin ada kurangnya pemahaman tentang manfaat mendukung bisnis kecil dan bagaimana masyarakat dapat berkontribusi.
- Kerja sama dan jaringan bisnis mungkin belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh beberapa UKM, atau mereka mungkin kesulitan menemukan mitra yang sesuai.

Solusi Pemecahan:

- UKM perlu mengembangkan kapasitas mereka untuk mengelola pertumbuhan dengan baik. Ini mungkin melibatkan perencanaan yang lebih baik, peningkatan sumber daya manusia, dan investasi dalam sistem manajemen yang efisien.

- Akses ke modal atau pinjaman dapat ditingkatkan melalui kerja sama dengan lembaga keuangan, program dukungan pemerintah, atau pembiayaan alternatif seperti *crowdfunding*.
- UKM dapat memanfaatkan inovasi dan teknologi baru dengan terus memantau tren industri, berinvestasi dalam pelatihan teknologi, dan mengadopsi solusi yang sesuai dengan bisnis mereka.
- Untuk meningkatkan kesadaran publik, kampanye pendidikan dan informasi lebih lanjut tentang manfaat mendukung UKM dapat ditingkatkan. Ini dapat melibatkan kolaborasi antara pemerintah, organisasi non-profit, dan asosiasi bisnis.
- UKM dapat mengaktifkan jaringan dan kerja sama bisnis dengan aktif menghadiri acara-industri, mengidentifikasi mitra potensial, dan menggali peluang kolaborasi yang saling menguntungkan.

Dengan mengatasi akar permasalahan yang diidentifikasi dan mengimplementasikan solusi yang sesuai, UKM dapat memanfaatkan pertumbuhan positif mereka dengan lebih efektif dan berkelanjutan. Ini akan membantu mereka dalam memperkuat kontribusi mereka terhadap ekonomi lokal dan nasional.

Analisis Pertumbuhan UKM di atas mencakup beberapa faktor penting yang mempengaruhi pertumbuhan positif jumlah unit usaha mikro (UKM) selama periode tertentu. Mari kita tinjau analisisnya lebih rinci:

1. Peningkatan Permintaan: Faktor ini sangat penting dalam mendorong pertumbuhan UKM. Terjadi peningkatan permintaan atas produk atau jasa yang disediakan oleh UKM, yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti perubahan tren konsumen, perkembangan ekonomi, atau strategi pemasaran yang efektif. UKM yang mampu merespons peningkatan permintaan ini dengan cepat dapat mengalami pertumbuhan yang signifikan.
2. Dukungan Pemerintah: Dukungan pemerintah berupa pembiayaan, pelatihan, dan kebijakan pro-UKM adalah faktor penting lainnya. Dukungan ini membantu mengatasi hambatan yang sering dihadapi UKM, seperti akses ke modal atau peningkatan keterampilan. Dukungan pemerintah juga menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan sektor UKM.
3. Inovasi: UKM yang mampu berinovasi dan mengadopsi teknologi baru cenderung tumbuh lebih cepat. Inovasi ini dapat merambah berbagai aspek bisnis, mulai dari pengembangan produk hingga efisiensi operasional. UKM yang aktif dalam mengeksplorasi dan menerapkan inovasi dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar.
4. Akses ke Modal: Akses yang lebih baik ke modal atau pinjaman adalah faktor kunci dalam memungkinkan UKM untuk memulai atau mengembangkan bisnis mereka. Modal tambahan diperlukan untuk meluncurkan produk baru, membeli inventaris, atau mengatasi tantangan keuangan yang mungkin timbul selama perjalanan bisnis.

5. Peningkatan Kesadaran: Peningkatan kesadaran publik tentang pentingnya mendukung UKM memiliki peran penting dalam mendorong lebih banyak individu untuk memulai bisnis kecil mereka sendiri. Kesadaran ini dapat mengubah sikap masyarakat terhadap bisnis kecil dan menciptakan dukungan yang lebih besar.
6. Kerja sama dan Jaringan: Kerja sama dan jaringan bisnis memungkinkan UKM untuk memperluas jangkauan mereka, meningkatkan sumber daya, dan menciptakan peluang pertumbuhan yang lebih besar. Ini membantu UKM untuk mengatasi tantangan yang mungkin tidak dapat mereka atasi sendiri.

Namun, meskipun ada pertumbuhan positif, UKM mungkin masih menghadapi beberapa tantangan, seperti manajemen pertumbuhan yang efektif, akses ke modal tambahan, pengadopsian teknologi yang lebih cepat, dan pemahaman publik yang lebih baik tentang UKM.

Untuk mengoptimalkan pertumbuhan UKM, diperlukan tindakan yang bijaksana, seperti perencanaan bisnis yang solid, kolaborasi dengan pemangku kepentingan, penggunaan teknologi yang cerdas, dan upaya pendidikan serta peningkatan kesadaran. Dengan mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang, UKM dapat terus tumbuh dan berkontribusi secara positif terhadap perekonomian lokal dan nasional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari jurnal ini menyiratkan bahwa implementasi strategi pengembangan untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di wilayah kantor koperasi di Kota Bandung memiliki dampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal. Faktor kunci dalam keberhasilan ini mencakup peran penting dukungan pemerintah dan kolaborasi antara pelaku usaha kecil.

Penelitian menyoroti bahwa kehadiran kantor koperasi bukan hanya sebagai entitas administratif, tetapi juga sebagai katalisator untuk membentuk ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan UKM. Dukungan pemerintah, baik dalam bentuk insentif fiskal maupun bantuan teknis, terbukti memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing dan kapasitas UKM di wilayah tersebut.

Saran yang dapat diambil dari jurnal ini mencakup perluasan layanan pendampingan dan pelatihan bagi pelaku UKM, dengan penekanan pada peningkatan keterampilan manajerial dan teknis. Selain itu, penguatan jaringan kolaboratif antar UKM dapat mempromosikan pertukaran pengetahuan dan pengalaman, menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan pertumbuhan bersama.

Implementasi kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor UKM di wilayah ini juga dianggap krusial. Hal ini termasuk penyederhanaan regulasi, fasilitasi akses ke pasar, dan pengembangan infrastruktur yang mendukung aktivitas bisnis. Dengan mempertimbangkan temuan dari jurnal ini, *stakeholders* terkait dapat

merancang strategi holistik yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan bagi UKM di Kota Bandung, serta meningkatkan kontribusi mereka terhadap ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adillah, A. (2022). PENGERTIAN KOPERASI, KOPERASI SYARIAH DAN UMKM Disusun Oleh. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 1–10.
- Anton, Y., Program, L., Manajemen, M., Universitas, P., & Parahyangan, K. (2013). Semnas Fekon: Optimisme Ekonomi Indonesia 2013, Antara Peluang dan Tantangan RPSEP-80 Evaluasi Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil Menengah oleh PT Jasa Marga, Tbk Cabang Purbaleunyi Kota Bandung. *Semnas Fekon : Optimisme Ekonomi Indonesia*, 11–38. <http://yudhislibra.wordpress.com>
- DKUK. (n.d.). Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat.
- Helwig, N. E., Hong, S., & Hsiao-wecksler, E. T. (n.d.). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.
- Ibrahim, M. (2016). Peran Dinas Koperasi dan usaha Kecil Menengah dalam Pemberdayaan Usaha kecil Menengah di Kota Samarinda (Studi di Kelurahan Jawa Kecamatan Samarindah Ulu Kota Samarinda). *EJurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 256–267.
- Masngudi. (1990). Penelitian Tentang Sejarah Perkembangan Koperasi di Indonesia. In badan penelitian pengembangan koperasi departemen koperasi jakarta (Vol. 3).
- Mulyana, A., & Muizu, W. O. Z. (2014). Pengembangan Koperasi Kota Bandung Melalui Pemetaan Pelaku Usaha Koperasi dan Usaha Unggulannya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(3), 385–397. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v1i3.31>
- Purwanto, Y. S., & Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Dharma Bhakti Ekuitas*, 2(2), 205–211. <https://doi.org/10.52250/p3m.v2i2.74>
- Rahmana, A., Iriani, Y., & Oktarina, R. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan Kabupaten Bekasi. *Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 14–21. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.145>
- Sudrartono, T., & Saepudin, D. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan Ukm Di Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 59–74. <https://doi.org/10.51620/0869-2084-2021-66-8-465-471>
- Veranita, M., Syahidin, Y., & Gunardi, G. (2018). Mengembangkan Ukm Melalui Pelatihan Internet Marketing Di Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *KUAT :*

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 Nomor 6 (2024) 2355 - 2366 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v6i6.1064

Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan, 1(1), 41-48.
<https://doi.org/10.31092/kuat.v1i1.461>