

PENGUATAN UMKM MELALUI INOVASI “LAPAK UMKM” SEBAGAI UPAYA PEMULIHAN EKONOMI DI MASA PANDEMI**Oleh :****Dimas Arys Prasetyo**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang

Email : dimas.arys.1804326@students.um.ac.id**Nasikh**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang

Email : n451kh_fe@yahoo.com**Article Info***Article History :**Received 15 May - 2022**Accepted 29 May - 2022**Available Online**30 May - 2022***Abstract**

The COVID-19 pandemic has changed the global economic order and has had an impact on the Indonesian economy, one of which is the Micro, Small & Medium Enterprises sector. Therefore, innovation is needed as an effort to recover the economy. Madiun City innovated “Lapak UMKM”, a program based on the local economy spread across 27 urban villages in Madiun City. This study has the aim of knowing the development of MSMEs through Lapak UMKM innovations to recover economic recovery due to Covid-19 in Madiun City. This study uses a qualitative method with descriptive analysis. This study uses data obtained directly in the field through observation, documentation and interviews and secondary data obtained through the website of the relevant agency. The research sample was taken using purposive sampling technique. The results of this study indicate that MSMEs continue to be innovative, (1) Lapak UMKM innovations are effective in increasing community empowerment, (2) Lapak UMKM have succeeded in increasing business independence and increasing MSME turnover, (3) Lapak UMKM innovations have succeeded in starting local economy-based businesses, (4) There are still many shortcomings in the implementation of MSME innovation, especially in the field of promotion, and management regulations.

Keyword :*Strengthening MSMEs,**Economic Recovery, Lapak**UMKM, Pandemic, local**economy***1. PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 telah menyebar ke hampir semua negara di seluruh planet ini. Efek dari pandemi yang disebabkan oleh infeksi SARS-coV-2 adalah bukan hanya pada sisi kesehatan saja, namun juga mengakibatkan perlambatan ekonomi secara global. Kelesuan ekonomi dunia yang sedang berlangsung sangat berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Nasution et al., 2020). Indonesia sendiri tidak luput dari adanya dampak ekonomi yang diakibatkan pandemi Covid-19. Pada tahun 2020, Indonesia menerima tekanan

yang luar biasa. Perekonomian Indonesia berkembang kurang dari 2,1 persen dan ini adalah pertama kalinya sejak Krisis Asia pada 1977-1998 (Orinaldi, 2021). Segala cara dilakukan oleh pemerintah agar penyebaran virus Covid-19 dapat terkendali dan ekonomi stabil. Seringkali pemerintah dihadapkan pada situasi *trade-off* dimana pemerintah harus memprioritaskan sektor kesehatan atau ekonomi. Sehingga diperlukan sebuah inovasi agar roda perekonomian dapat berputar tanpa “mengorbankan” sektor lainnya.

Pandemi COVID-19 yang berdampak pada permintaan keuangan dunia juga akan berdampak pada perekonomian dalam negeri Indonesia, khususnya bagi UMKM (Sulchan et al., 2021). UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki produktifitas dan pertumbuhan yang pesat. UMKM adalah “tiang penopang” perekonomian di Indonesia. Kementerian Koperasi & Usaha Kecil Menengah mencatat bahwa UMKM di Indonesia pada tahun 2018 berada diangka 64.194.057 unit dan mengalami peningkatan sejumlah 1,98% pada tahun 2019 menjadi 65.465.497 unit. Banyaknya kuantitas unit UMKM di Indonesia tersebut berhasil menyerap tenaga kerja sebesar 116.978.631 jiwa. Dengan kata lain, terganggunya UMKM oleh pandemi Covid-19 akan berdampak pada bertambahnya pengangguran terbuka di Indonesia. Sektor UMKM juga memiliki ketahanan yang kuat terhadap guncangan ekonomi. Apabila diingat kembali pada masa krisis ekonomi pada tahun 1998 UMKM berhasil bertahan dan dianggap sebagai penyelamat perekonomian dalam keterpurukan. Bahkan jumlah UMKM pada masa itu meningkat 4,17% dari 34,64% menjadi 38,81%. Ini merupakan bukti bahwa UMKM mampu bertahan pada guncangan ekonomi seperti krisis 1998 (GUNARTIN, 2017).

Dampak Pandemi *Covid-19* terhadap sektor usaha mengakibatkan berbagai masalah. Seperti yang ditunjukkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, ada beberapa masalah yang muncul, antara lain (1) Penurunan permintaan dan turunnya penjualan, (2) Kegiatan operasional menurun, kesulitan hingga penghentian bisnis (sementara/tetap), (3) Terhambatnya distribusi perusahaan, (4) Bahan baku sulit didapat, (5) Kesulitan dalam memperoleh modal usaha. Pandemi *Covid-19* juga berdampak pada omzet usaha, terjadi perubahan omset bisnis dimana 63,9 persen pebisnis mengalami penurunan omzet bisnis di atas 30%, 31,7 persen pebisnis mencatat penurunan di bawah 30%, 2,2 persen mengalami kenaikan omzet kurang dari 30% dan 1,6 persen yang memiliki peningkatan omzet usaha lebih dari 30%. 0,6 persen sisanya tidak mengikuti perubahan besar dalam omset untuk bisnis mereka (Soleha, 2020) .

Berdasarkan publikasi dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* OECD (2020), Pandemi Covid-19 memengaruhi sektor UMKM baik dari sisi

demand maupun *supply*. Pada sisi *demand*, perusahaan akan kehilangan permintaan dan pendapatan secara tiba-tiba, hal ini dapat mempengaruhi likuiditas perusahaan. selain itu, perusahaan akan kehilangan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Sedangkan pada sisi *supply*, perusahaan akan kekurangan input produksinya. Keterbatasan pasokan bahan baku dan tenaga kerja akan menghambat kegiatan produksi. UMKM sangat rentan terkena disrupsi bisnis seperti pandemi karena UMKM sejalan dengan industri transportasi, pariwisata, dan kuliner yang membutuhkan pemasok cepat dan semuanya terkena dampak yang signifikan oleh *Covid-19*. Kebijakan pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19 juga berimplikasi pada terhambatnya perkembangan UMKM. Salah satu kebijakan pemerintah dalam penanganan *Covid-19* adalah menggalakan *physical distancing* dengan program Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Pada sisi ekonomi, Pembatasan aktivitas dengan skala besar akan menghentikan sebagian kegiatan ekonomi dan otomatis berpengaruh terhadap daya beli masyarakat itu sendiri (Andriyani et al., 2021). Oleh karena itu, pembatasan sosial berskala besar secara serentak merupakan Kontributor utama dari penurunan hampir pada semua sektor perekonomian di berbagai wilayah di Indonesia (Modjo, 2020)

Penanganan Covid-19 dengan membatasi *physical distancing* melalui program Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sejak awal 2021 diklaim berhasil menurunkan kasus positif *Covid-19*. Kementerian Kesehatan Indonesia mempublikasikan keadaan pandemi di Indonesia melalui website resmi Covid19.go.id. Menurut pemaparan Covid19.go.id (2021), hingga 5 Desember kasus konfirmasi di seluruh Indonesia berkisar 0,64/100.000 penduduk/minggu. Selain itu, serbuan vaksin di Indonesia sudah mencapai per 3 Januari 2022 diklaim sudah mencapai 281.299.690 dosis. Hal tersebut merupakan suatu capaian yang luar biasa bagi Indonesia, mengingat keadaan geografis Indonesia yang mana merupakan salah satu negara kepulauan terbesar. Upaya pemerintah dalam menekan jumlah kasus positif *Covid-19* merupakan angin segar bagi perekonomian di Indonesia khususnya UMKM. Apabila jumlah korban *Covid-19* dapat dikendalikan serta pemulihan ekonomi segera diwujudkan maka aktifitas

ekonomi dapat kembali berjalan seperti biasa (Ilyas, 2021). Oleh karena itu, pemerintah pusat maupun pemerintah daerah harus mempersiapkan sarana dan prasarana untuk kelancaran pemulihan ekonomi.

Salah satu kota/kabupaten yang tengah mempersiapkan pemulihan ekonomi adalah Kota Madiun. Kota Madiun terletak di bagian barat Provinsi Jawa Timur dan terintegrasi oleh Tol trans Jawa sehingga letaknya strategis dan cocok untuk sektor perdagangan dan pariwisata. Kota yang memiliki *city branding* Madiun Kota Pendekar ini sedang gencar-gencarnya menata perkotaan dengan sudut pandang kepariwisataan. Kota Madiun sendiri memiliki target yakni menjadi tujuan utama pariwisata di Jawa Timur bagian barat. Perekonomian di Kota Madiun juga memiliki pertumbuhan yang baik. Dari seluruh Karesidenan Madiun, hanya Kota Madiun yang hanya memiliki pertumbuhan ekonomi diatas rata-rata Jawa Timur/tergolong tinggi (Febrianto & Santoso, 2021). Febrianto & Santoso menambahkan bahwa sektor unggulan Kota Madiun adalah Sektor Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor. Target menjadi tujuan utama pariwisata di Jawa Timur bagian barat tidaklah mustahil apabila dilihat dari pertumbuhan ekonomi yang lebih baik dibanding kota/kabupaten di Karesidenan Madiun. Hal tersebut merupakan potensi yang dapat dikembangkan oleh Pemkot Madiun untuk pemulihan ekonomi.

Tabel 1
Jumlah Rekapitulasi Usaha Mikro
Kecil dan Menengah Kota Madiun
Tahun 2019-2021

No	Tahun	Usaha			Jumlah
		Mikro	Kecil	Menengah	
1.	2019	21.038	2.196	223	23.457
2.	2020	21.126	2.196	223	23.545
3.	2021	21.199	2.196	223	23.618

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Kota Madiun

Berdasarkan tabel 1, jumlah UMKM mengalami kenaikan disetiap tahunnya walaupun kenaikannya sangat kecil. Namun hal tersebut merupakan suatu potensi yang layak dikembangkan sebagai upaya pemulihan ekonomi. Walikota Madiun, Maidi mengisyaratkan bahwa pada tahun 2022 Pemerintah Kota Madiun akan memprioritaskan pemulihan ekonomi dan penanganan kesehatan (Tim Madiun Kota, 2021). Pemulihan ekonomi yang diusung

adalah dengan konsep *bottom-up*, yang mana pembangunan ekonomi berbasis lokal. Pemerintah Kota Madiun mempersiapkan kelurahan-kelurahan di wilayah administrasinya untuk mandiri. Untuk mewujudkan hal tersebut, Pemerintah Kota Madiun memberi terobosan sebuah inovasi “Lapak UMKM”. Lapak UMKM adalah suatu program berbasis ekonomi lokal yang tersebar di 27 kelurahan yang ada di Kota Madiun. Dengan adanya Lapak UMKM akan membantu pelaku UMKM yang tidak memiliki tempat untuk pemasaran produk-produknya. Pembangunan lapak UMKM bertujuan untuk pemulihan ekonomi akibat pandemi *Covid-19*. Selain itu, pembangunan lapak UMKM merupakan suatu wujud pemerataan pembangunan di Kota Madiun. Pengelolaan masing-masing lapak UMKM sepenuhnya dipegang oleh kelurahan mulai dari konsep desain bangunan, produk yang ditawarkan, dan kegiatan operasional lainnya. Pemerintah Kota Madiun pada tahun 2020 mengalokasikan dana sebesar 15 miliar rupiah yang dibagikan kepada 3 kecamatan dengan masing-masing kecamatan sebesar 5 miliar rupiah. Dana yang dialokasikan berasal dari Dana Insentif Daerah (DID) yang diberikan oleh pemerintahan pusat.

Lapak UMKM bukan hanya memberikan dampak positif bagi UMKM saja, namun memiliki manfaat lain yaitu sebagai sarana pemberdayaan masyarakat. Menurut UU tentang desa No. 6 2014 (2014) menyebutkan bahwa Pemberdayaan Masyarakat Desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat Desa. Pemberdayaan masyarakat penting peranannya dalam penguatan UMKM. Panduan sistem penguatan memungkinkan jaringan untuk terus bertempur dan bertahan dalam keadaan mereka saat ini hidup atau dalam kondisi yang akan dilihat mulai sekarang. Proses pemberdayaan menuntun masyarakat untuk selalu berjuang dan bertahan pada kondisi saat ini yang mereka jalani atau kondisi yang akan dihadapi di masa mendatang (Andayani et al., 2021).

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti akan membahas mengenai inovasi Lapak

UMKM sebagai upaya pemulihan pandemi Covid-19 di Kota Madiun. Tujuan di balik penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menjabarkan bentuk penguatan UMKM melalui inovasi Lapak UMKM terhadap pemulihan ekonomi akibat Covid-19 di Kota Madiun. Urgensi penelitian ini terdapat pada minimnya penelitian mengenai inovasi Lapak UMKM ini dan pengaruhnya terhadap pemulihan ekonomi akibat adanya pandemi Covid-19. Secara teoritis, peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan, informasi, dan manfaat bagi penulis, pembaca, dan penelitian-penelitian selanjutnya. Sedangkan secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan solusi bagi daerah-daerah lainnya sebagai sarana pemulihan ekonomi akibat pandemi Covid-19.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Penguatan UMKM

UMKM memiliki pengertian yang berbeda-beda dalam setiap literature maupun perundang-undangan. Menurut Undang-Undang 20 tahun (2008) tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM memiliki pengertian sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Mikro memiliki kriteria sebagai berikut: (1) mempunyai kekayaan netto maksimal Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) diluar perhitungan tanah dan bangunan tempat usaha; atau (2) mempunyai penjualan tahunan maksimal Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. 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 ini. Usaha Kecil memiliki kriteria sebagai berikut: (1) mempunyai kekayaan netto tidak kurang dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan maksimal Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) diluar perhitungan tanah dan bangunan tempat usaha; atau (2)

mempunyai penjualan tahunan tidak kurang dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan maksimal Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Menengah memiliki kriteria sebagai berikut: (1) mempunyai kekayaan netto tidak kurang dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan maksimal Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) diluar perhitungan tanah dan bangunan tempat usaha; atau (2) mempunyai penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Penguatan UMKM dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu jalan penguatan UMKM dapat melalui penguatan permodalan. Bentuk nyata penguatan permodalan khususnya untuk UMKM dilakukan melalui pemberian kredit UMKM. Kredit UMKM adalah kredit kepada debitur UMKM sebagaimana diatur dalam UU No. 20 tahun 2008. Untuk mendukung penguatan UMKM pemerintah mewajibkan perbankan untuk memberikan kredit/pembiayaan kepada UMKM. Perkembangan dan peningkatan UMKM tidak lepas dari dukungan pembiayaan dari perbankan dalam aspek penguatan permodalan(GUNARTIN, 2017).

Penguatan UMKM lainnya adalah dengan cara meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Menurut Garvin dalam (Laura Hardilawati, 2020) ada delapan aspek dalam menentukan kualitas produk, (1) seberapa baik kinerja produk dapat diukur. (2) tersedianya fitur atau atribut tambahan yang melengkapi dan meningkatkan kegunaan produk. (3) kapasitas produk untuk mampu bertahan dari potensi perubahan iklim usaha dalam periode tertentu. (4) seberapa baik produk tersebut menyesuaikan dengan standar yang ada pada industrinya. (5) daya tahan atau ketahanan produk dari segi teknis dan nilai ekonomis. (6) pelayanan perbaikan produk apabila terjadi masalah dan dapat diperbaiki dengan cepat. (7) estetika produk (8)

kesan kualitas barang yang menggabungkan ketenaran merek dan faktor lain yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.

Strategi pemasaran juga menjadi salah satu bentuk penguatan UMKM. Dimasa pandemi, terjadi pergeseran cara transaksi yang pada awalnya *offline* menjadi transaksi secara *online*. Strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk dilakukan dimasa pandemic adalah melalui sosial media atau *E-Commerce*. *E-Commerce* sendiri merupakan sebuah wadah bagi konsumen ataupun produsen untuk dapat melakukan jual beli dengan memanfaatkan teknologi internet. Pemasaran melalui *E-Commerce* dapat dinikmati oleh pembeli (*business to consumer*) maupun oleh pelaku usaha (*business to business*) (Mumtahana et al., 2017).

Pemulihan Ekonomi

Pemulihan ekonomi pada saat ini menjadi prioritas utama bagi Pemerintahan Indonesia. Pasalnya pandemi yang melanda hampir semua negara di muka bumi ini termasuk juga Indonesia telah mengubah tatanan perekonomian. Oleh karena itu pemerintah melalui Kementerian Keuangan mengupayakan sebuah skema yang bukan hanya membangkitkan sektor UMKM tetapi juga menangani seluruh sektor ekonomi yang terdampak Pandemi *Covid-19*. Skema yang tengah disiapkan tersebut adalah Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Skema tersebut diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2020 (2020) bahwa pemerintah menjalankan program Pemulihan Ekonomi Nasional (program PEN) sebagai jawaban atas menurunnya kegiatan masyarakat yang mempengaruhi perekonomian, khususnya pada sektor informal atau UMKM. Tujuan Pemulihan Ekonomi Nasional ialah melindungi, mempertahankan, dan meningkatkan kemampuan ekonomi para pelaku usaha selama Pandemi *Covid-19*. Terkhusus untuk UMKM, Program Ekonomi Nasional ini diharapkan dapat “memperpanjang nafas” UMKM dan menambah kontribusi pada perekonomian Indonesia.

Pelaksanaan Pemulihan Ekonomi Nasional membutuhkan modal yang besar agar hasil yang dicapai sesuai dengan harapan (Soleha, 2020). Perolehan Modal Pemulihan Ekonomi Nasional didapat dari: Belanja negara, digunakan untuk subsidi bunga UMKM melalui lembaga keuangan sebesar Rp 34,15 triliun; Penempatan dana, digunakan untuk perbankan yang terdampak restrukturisasi; Penjamin, digunakan untuk kredit modal kerja sebesar Rp 6 triliun; Penyertaan modal negara, untuk BUMN yang permodalannya terdampak dan penugasan khusus; dan Investasi pemerintah, digunakan untuk modal kerja (Kemenkeu, dikutip dalam PP/23, 2020).

Skema Pemulihan Ekonomi Nasional tersebut dialokasikan pada beberapa sektor ekonomi. Sektor UMKM memperoleh subsidi bunga 34,15 Triliun rupiah, Insentif Pajak 28,06 Triliun rupiah, dan Penjaminan untuk kredit modal kerja baru UMKM senilai 6 Triliun rupiah. Untuk Korporasi mendapat insentif pajak 34,95 Triliun rupiah dan Penempatan dana Pemerintah di perbankan untuk restrukturisasi debitur UMKM senilai 35 Triliun rupiah. Sedangkan pada BUMN, dana Pemulihan Ekonomi Nasional dialokasikan untuk Penyertaan Modal Negara, Pembayaran kompensasi Talangan (investasi) modal kerja, Dukungan lain: optimalisasi BMN, Pelunasan Tagihan, *Loss Limit* Penjaminan, Penundaan Dividen, Penjaminan Pemerintah, Pembayaran Talangan Tanak Proyek Strategis Nasional (PSN). Selain itu dana Pemulihan Ekonomi Nasional juga digunakan untuk stimulus kredit untuk UMKM sejumlah 34,15 Triliun rupiah dengan subsidi bunga untuk 60,66 juta rekening penerima bantuan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Metode kualitatif merupakan studi pemaknaan (interpretif) tergantung pada intuisi dan pemahaman yang berbeda-beda pada masing-masing manusia (Firmansyah & Masrun, 2021). Metode kualitatif deskriptif dipilih karena sesuai dan relevan dengan tema yang diteliti. Peneliti ingin mengetahui bagaimana realita yang sebenarnya mengenai kondisi Lapak UMKM Kota Madiun. Selain itu, metode kualitatif deskriptif dapat memaparkan data hasil penelitian secara runtut. Pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini adalah pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus adalah metode untuk mengumpulkan dan menelaah informasi yang berhubungan tentang suatu kasus (Hardani et al., 2020). Peneliti secara intensif akan memfokuskan pada pelaku yang ada di Lapak UMKM Kota Madiun.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang digunakan sebagai sumber utama dan data sekunder sebagai data pendukung. Data primer dalam penelitian didapatkan secara langsung di lapangan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara sedangkan untuk data sekunder didapat melalui *website* instansi yang terkait. Teknik ini dipilih karena dapat memberikan hasil penelitian yang benar adanya karena berasal dari sumber yang terpercaya. Untuk sampel sendiri dipilih secara *purposive sampling*, yaitu sampel dipilih dengan sengaja dalam penentuan informan. Sampel yang dipilih adalah sampel yang dianggap memiliki penjelasan dan informasi secara lengkap yang

berkaitan dengan penelitian. Informan yang dimaksud adalah Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Madiun, Pengelola Lapak UMKM Donopuran Kelurahan Taman, Pengelola Lapak UMKM Bumi Semendung Kelurahan Klegen, dan Pengelola Lapak UMKM Joglo Palereman Kelurahan Kelun. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Data yang berhasil dihimpun dari hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara akan dianalisis dan dijabarkan dalam bentuk narasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lapak UMKM

Seperti yang telah dipaparkan pada bagian pendahuluan, Inovasi Lapak UMKM dibentuk sebagai upaya pemulihan ekonomi lokal dalam ruang lingkup per kelurahan dengan menggali dan memasarkan potensi-potensi yang ada disetiap kelurahan tersebut. Kota Madiun memiliki banyak potensi yang dapat menjadi daya tarik. Penciptaan produk-produk ekonomi unggulan akan lebih mudah dilakukan oleh daerah dengan sumberdaya ekonomi potensial yang kaya (Hasan & Azis, 2018). Jika potensi dan peluang yang tersedia dapat dimanfaatkan oleh masyarakat maka peluang dunia usaha akan terbuka lebar, terlebih lagi untuk sektor UMKM (Windusancono, 2021). Dalam Inovasi Lapak UMKM, Kelurahan secara mandiri diberikan kebebasan untuk mengelola, membuat konsep, menentukan produk yang dijual, dan kegiatan operasional lainnya. Pada mulanya pembangunan Lapak UMKM menggunakan Dana Insentif daerah (DID) kemudian dilanjutkan oleh dana APBD yang dialokasikan untuk penyempurnaan dan pengembangan lapak. Terdapat beberapa lapak UMKM yang menjadi salah satu percontohan bagi Lapak UMKM lainnya, diantaranya adalah Lapak UMKM Donopuran, Lapak UMKM Bumi Semendung, dan lapak UMKM Joglo Palereman.

Lapak UMKM Donopuran terletak di Jalan Asahan, Kelurahan Taman, Kecamatan. Taman. Lapak UMKM ini diberi nama Donopuran karena berada di pelataran parkir cagar budaya masjid dan pemakaman kuno Donopuran. Lapak UMKM Donopuran secara mandiri dikelola oleh Paguyuban Forum Komunikasi Taman UMKM Donopuran (Forkota). Paguyuban Forkota sebagai *stakeholder* dan pembuat aturan yang mana bertujuan untuk kesejahteraan penjual. Lapak UMKM Donopuran dikhususkan untuk warga Kelurahan Taman yang dibuktikan dengan KTP. Pada mulanya, lapak yang tersedia dibagi menurut jenis produk yang dijual misalnya kerajinan, makanan dan minuman, pakaian, dan

lain-lain. Namun dalam pelaksanaannya dianggap tidak maksimal dan mendapat arahan dari Walikota agar membebaskan produk yang dijual. Keunikan produk yang terdapat pada Lapak UMKM Donopuran adalah penjual alat-alat kematian karena bersebelahan dengan pemakaman kuno Donopuran. Penjual di Lapak UMKM Donopuran dikenai iuran sebesar Rp.2000 yang mana digunakan untuk biaya listrik, air, dan kebersihan. Dengan iuran sebesar Rp.2000, Lapak UMKM Donopuran adalah Lapak UMKM dengan biaya iuran paling rendah di seluruh lapak UMKM Kota Madiun. Untuk saat ini lapak yang tersedia di Lapak UMKM Donopuran berjumlah 23 lapak. Jumlah tersebut dirasa masih kurang oleh pengelola karena tingkat permintaan atas lapak-lapak tersebut sangat tinggi. Oleh karena itu, penjual yang ingin bergabung dengan Lapak UMKM terpaksa harus masuk *waiting list* terlebih dahulu.

Lapak UMKM Bumi semendung berada di Kelurahan Klegen, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun. Lapak UMKM Bumi Semendung dikelola oleh Paguyuban Bumi Semendung yang ditunjuk langsung oleh lurah. Keunikan dari Lapak UMKM Bumi Semendung adalah Konsep Lapak UMKM tersebut yang mana konsep yang diusung adalah kepariwisataan karena berada di tengah area persawahan. Selain itu, lapak tersebut juga dilengkapi oleh spot spot *selfie* yang dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung. Lapak Bumi semendung terbagi dalam 2 kelompok meskipun masih dalam satu pengelolaan. Kelompok pertama adalah Lapak UMKM sendiri yang mana berjumlah 3 lapak, dan disebelah utara merupakan penjual dari kampung tematik. Penjual dari kampung tematik tersebut pada mulanya merupakan penjual dari *event* "Pasar Krempyeng Setu Day" yang kemudian direlokasi dan dipindahkan ke satu area dengan Lapak UMKM. Jumlah lapak di Lapak UMKM Bumi Semendung pada awalnya hanya 22 lapak dan terus bertambah hingga saat ini berjumlah 43 lapak. Penjual di lapak UMKM dikenai iuran sebesar Rp.10.000 sedangkan penjual pada kampung tematik dikenai iuran sebesar Rp.3000 yang digunakan sebagai biaya operasional. Produk yang ditawarkan di Lapak UMKM Bumi Semendung beraneka ragam mulai dari makan minum, pakaian, aneka bunga, mainan anak-anak dan lain sebagainya. Kelurahan Klegen berhasil mengangkat produk khas dari daerahnya yang menjadi ikon di Lapak UMKM Bumi Semendung yakni adalah makanan pepes kopyor. Lapak UMKM Bumi Semendung merupakan salah satu tempat favorit Walikota ataupun OPD untuk menggelar kegiatan seperti rapat/pertemuan. Lapak tersebut juga digunakan

bagi sekolah-sekolah untuk menggelar *Out Door Learning* (ODL) bagi siswa-siswinya.

Lapak UMKM Joglo Palereman Kelurahan Kelun berada di jl. Kembar Indah No. 35, Kelurahan Kelun, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun. Berbeda dengan lapak-lapak sebelumnya, Lapak UMKM Joglo Palereman dikelola oleh kelompok PKK Kelurahan Kelun sendiri. Peran dari PKK adalah sebagai pengelola yang menjaga dan mengatur seluruh aktivitas yang ada di Lapak, selain itu, PKK juga berperan untuk mengadakan kegiatan monitoring dan evaluasi setiap bulannya agar dapat semaksimal mungkin menyediakan fasilitas yang diperlukan. Lapak tersebut memiliki areal lahan yang cukup luas sekitar 2.800 M² yang mana 1.400 M² untuk area lapak, dan 1.400 M² digunakan untuk kolam pemancingan. Hal tersebut menjadikan Lapak UMKM Joglo Palereman merupakan salah satu Lapak UMKM yang memiliki lahan terluas di seluruh Lapak UMKM Kota Madiun Lapak UMKM. Joglo Palereman memiliki fasilitas yang baik, mulai dari gazebo, bangunan joglo, dan yang tak kalah unik adalah kolam pemancingan. Hal itulah yang menjadi keunikan lapak ini dengan lapak-lapak yang lain. Penjual yang ada di Lapak Joglo Palereman dikhususkan untuk warga Kelurahan Kelun Sendiri. Dari 22 Lapak yang tersedia, 6 Lapak diberikan untuk PKK RW, 6 lapak diberikan untuk PKK Kelurahan, 4 Lapak diberikan untuk Kelompok Kerja, 1 lapak untuk Kesekretariatan, 1 Lapak untuk kelompok lansia, 1 kelompok untuk Karang Taruna, dan 3 pelapak membawa gerobak secara mandiri. Penjual di Lapak UMKM Joglo Palereman dikenai iuran sebesar Rp.2000-Rp.5.000 yang digunakan sebagai operasional Lapak. Produk yang ditawarkan adalah jajanan tradisional yang merupakan produk unggulan kelurahan seperti dawet kendil, tepo pecel, dan jajanan tradisional lainnya.

Upaya pemulihan ekonomi melalui inovasi Lapak UMKM

Inovasi Lapak UMKM dapat menjadi salah satu cara untuk memulihkan ekonomi setelah adanya Pandemi *Covid-19*. Melalui Inovasi daerah tersebut maka produktivitas masyarakat yang sebagaimana merupakan tumpuan pemulihan ekonomi. Inovasi daerah akan memunculkan daya saing antar daerah dan memberikan daya tahan ekonomi. Oleh karena itu diperlukan sebuah inovasi dalam rangka menjaga, menggerakkan, dan mendorong pertumbuhan perekonomian (Ra'is & Rohman, 2020). Peran antar *stakeholder* memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan suatu inovasi daerah. *Stakeholder* yang terlibat dalam implementasi

inovasi Lapak UMKM di Kota Madiun antara lain:

a) Pemerintah Kota

Pemerintah kota merupakan instansi/perangkat daerah yang memiliki fungsi yaitu memberi fasilitas kepada Lapak UMKM di setiap kelurahan. Salah satu OPD yang bertanggung jawab adalah Dinas Tenaga kerja, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. Dinas tersebut memberikan pelatihan dan pendampingan terhadap penjual yang bergabung dalam Lapak UMKM. Selain itu, pemerintah kota melalui perangkat kelurahan juga mengkoordinir, membuat kebijakan, mengevaluasi dan meakukan monitoring terhadap inovasi Lapak UMKM.

b) Warga Kelurahan

Warga kelurahan merupakan ujung tombak dari inovasi Lapak UMKM karena dilakukan sepenuhnya oleh warga masing-masing kelurahan. Warga kelurahan diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian usaha. Inovasi Lapak UMKM juga dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat karena dalam pelaksanaannya melibatkan kelompok-kelompok masyarakat seperti Karang Taruna, PKK, dan lainnya bahkan hingga ruang lingkup RT/RW.

c) Korporasi

Korporasi yang dimaksud adalah badan usaha atau badan hukum yang melakukan aktivitas produksi di wilayah Kota Madiun. Korporasi tersebut memberikan CSR sebagai bentuk kepedulian dan keikutsertaan membangun Kota Madiun tak terkecuali CSR kepada Lapak UMKM. Korporasi besar seperti INKA, Bank Jatim, dan banyak korporasi lainnya juga ikut serta memberikan CSR yang mayoritas dalam bentuk sarana dan prasarana.

d) Lembaga Pendidikan

Lembaga Pendidikan khususnya perguruan tinggi tentunya melaksanakan tugas tri dharma yang salah satunya adalah penelitian dan pengembangan. Dalam implementasi Lapak UMKM, pemerintah kota menggandeng salah satu universitas swasta di Kota Madiun untuk melakukan pengkajian alih fungsi lahan tanah "bengkok" yang pada awalnya area persawahan menjadi Lapak UMKM.

e) Komunitas

Peran Komunitas dalam pelaksanaan Lapak UMKM adalah sebagai media promosi dan sosialisasi pada Lapak UMKM. Komunitas yang terdiri dari banyak golongan sering melakukan aktivitasnya di Lapak-lapak UMKM sehingga secara langsung ikut serta dalam keberhasilan inovasi Lapak UMKM.

Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan adalah sebuah proses untuk berdayaguna sehingga dapat mengubah keadaan hidup masyarakat menjadi lebih baik (Endah, 2020). Pemberdayaan masyarakat memerlukan solidaritas antar anggota masyarakat dan pihak ketiga hanya sebagai fasilitator. Keberhasilan pembangunan masyarakat bergantung pada sejauh mana masyarakat itu sendiri dan pemerintah mengambil peranan (Firman, 2021). Pemberdayaan masyarakat dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidupnya secara mandiri dan berkelanjutan sehingga dapat terciptanya kesejahteraan ekonomi masyarakat (Carlolina, 2020). Menurut hasil wawancara dengan pengelola Lapak UMKM, disebutkan bahwa inovasi ini sebisa mungkin ikut menggandeng seluruh kelompok masyarakat. Seperti yang dilakukan oleh pengelola Lapak UMKM Bumi Semendung, Pengelola mengajak masyarakat sekitar di masing-masing RT agar turut serta dalam kegiatan yang ada di Lapak. Masyarakat membantu dengan cara mengelola lahan parkir dan menjaga kebersihan di area Lapak UMKM Bumi Semendung. Hal serupa juga dilakukan oleh Lapak UMKM Joglo Palereman yang mana dalam aktivitasnya melibatkan PKK dan Karang Taruna. Selain itu, juga disediakan lapak khusus untuk kelompok lansia agar tetap produktif.

Wacana selanjutnya adalah memperbanyak peran kelompok lansia dalam aktivitas ekonomi agar tetap produktif. Guna mencapai tujuan itu, Pemkot Madiun telah menyiapkan lahan di area Lapak UMKM Bumi Semendung yang mana akan dibangun "Pondok Lansia". Sebisa mungkin seluruh elemen masyarakat akan diikutsertakan dalam aktivitas yang ada di Inovasi Lapak UMKM. Semua elemen masyarakat akan diberdayakan sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Melakukan kegiatan ekonomi melalui paguyuban atau kelompok UMKM tingkat kabupaten/daerah merupakan salah satu strategi UMKM agar tetap hidup dimasa pandemi (Narto & Hm, 2020)

Penjual di Lapak UMKM mayoritas adalah pedagang kecil dan masyarakat yang baru memulai usaha. Penjual-penjual yang baru memulai usaha tersebut adalah mereka yang terkena PHK akibat pandemi *Covid-19* sehingga dengan adanya Inovasi Lapak UMKM mereka dapat menyambung hidup. Di dalam Lapak UMKM penjual juga mendapatkan pelatihan dan pendampingan usaha baik dari pemerintah maupun dari pengelola lapak. Pengakuan akan keberadaan UMKM terdapat peran pendampingan usaha untuk UMKM (Radyanto & Prihastono, 2020). Pelatihan dari pemerintah

biasanya berupa pembuatan produk makanan minuman. Tetapi pelatihan tersebut intensitasnya sangat jarang dilakukan karena bergantian dengan lapak-lapak yang lain. Sedangkan pelatihan dari pengelola diadakan setiap bulan. Pelatihan dan pendampingan yang sudah diberikan berupa pelatihan pemasaran secara *online*, pelatihan *packaging* yang menarik, dan pelatihan menjamu pembeli yang baik dan benar.

Kemandirian usaha

Kemandirian usaha adalah suatu kemampuan dalam memulai, menjalankan, dan mengembangkan usaha secara mandiri. Urgensi peningkatan kemandirian usaha yakni mengurangi ketergantungan dari pihak lain. Pandemi membawa efek disrupsi bagi masyarakat khususnya mereka yang terkena pemutusan hubungan kerja (PHK). Oleh karena itu, mau tidak mau mereka harus memulai usaha secara mandiri. Pada umumnya, mereka memulai usaha dengan modal nekat dan belum mempunyai kemampuan maupun pengetahuan mengenai berwirausaha. Disinilah peran Lapak UMKM sebagai wadah bagi mereka yang sudah memulai usaha bahkan yang belum pernah sekalipun.

Sistem sewa pada Lapak UMKM terbilang sangat murah. Penjual hanya dikenakan biaya *urunan* yang nantinya digunakan untuk operasional lapak. Biaya *urunan* di Lapak UMKM berkisar Rp.2000-Rp.10.000 per hari. Menurut hasil wawancara, banyak penjual di Lapak UMKM adalah mereka yang baru memulai usaha karena mendapat PHK dari tempat kerjanya. Selain itu ada pula penjual yang sudah memiliki sewa kios di tempat lain namun karena adanya pandemi, mereka memilih untuk pindah ke Lapak UMKM karena biaya sewanya yang murah. Penjual di Lapak UMKM juga dibekali oleh pelatihan baik dari dinas terkait maupun pengelola. Diharapkan dengan adanya pelatihan tersebut akan meningkatkan kemampuan dan pengetahuan penjual mengenai wirausaha. Jiwa kewirausahaan yang tinggi diperlukan dalam penciptaan kemandirian berusaha khususnya pelaku usaha kecil (Hendarwan, 2018).

Inovasi Lapak UMKM mendapat dukungan penuh dari Pemkot Madiun. Hal tersebut terbukti dari seringnya kunjungan dari Walikota dan perangkat yang lain ke Lapak UMKM. Dalam rangkaian acaranya, walikota dan perangkat bukan hanya mengevaluasi kondisi lapak, namun juga ikut mempromosikan Lapak-Lapak UMKM di setiap kelurahannya. Pada setiap kunjungannya, walikota mengadakan berbagai acara seperti gowes sehat, dan senam pagi. Dukungan penuh terhadap UMKM juga ditunjukkan Pemkot Madiun melalui kebijakan

yang mewajibkan seluruh ASN-nya untuk berbelanja di pedagang-pedangan kecil. Setiap perbelanjaan tersebut wajib diupload ke website resmi Pemkot Madiun yaitu proumkm.madiunkota.go.id. diharapkan dengan adanya kebijakan tersebut akan membantu umkm untuk lebih berdaya.

Inovasi lapak UMKM juga berhasil meningkatkan omzet penjualan pedagang yang bergabung dalam inovasi tersebut. Peningkatan pendapatan berperan penting pada kesejahteraan dan kemandirian berusaha. Rendahnya tingkat upah individu yang tidak mampu mempengaruhi rendahnya bantuan pemerintah yang menempatkan mereka sebagai masyarakat umum dengan tingkat otonomi yang rendah Rendahnya tingkat upah masyarakat tidak mampu akan memengaruhi rendahnya kesejahteraan mereka yang menempatkan mereka sebagai masyarakat yang tingkat kemandirian rendah (Sumardji et al., 2019). Menurut hasil wawancara bersama pengelola lapak, disebutkan bahwa lapak-lapak tersebut mendapat omzet yang besar. Lapak UMKM Donopuran dalam mendapat omzet Rp. 90.000.000 per bulan, Lapak UMKM Bumi Semendung memperoleh omzet Rp. 140.000.000 per bulan, dan Lapak Joglo Palereman meraih omzet Rp. 160.000.000 per bulan. Lapak UMKM Bumi Semendung dan Joglo Palereman merupakan Lapak UMKM dengan omzet tertinggi di Kota Madiun. Hal tersebut dikarenakan kedua lapak tersebut memiliki keunikan tersendiri dibandingkan lapak yang lain. Kedua lapak tersebut dinilai berhasil menggali potensi yang ada di daerahnya. Potensi sumberdaya dan pemberdayaan berbasis kelompok masyarakat termasuk sinergi mutual yang dibangun antara pemerintah, swasta dan masyarakat yang mendukung prospek produktifitas ekonomi (Andayani et al., 2021). Hal ini menjadi bukti bahwa inovasi Lapak UMKM efektif memulihkan ekonomi akibat adanya pandemi *Covid-19*.

Kelebihan dan kekurangan Inovasi Lapak UMKM

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, terdapat kelebihan dan kekurangan dalam inovasi Lapak UMKM yakni sebagai berikut:

Kelebihan:

1. Mendapat dukungan dari pemerintah maupun swasta

Kelebihan yang paling terasa dalam inovasi Lapak UMKM ini adalah besarnya dukungan baik dari pemerintah kota maupun pihak swasta. Pemerintah senantiasa mengawasi dan mempromosikan lapak-lapak setiap kelurahan.

Seriap bulannya pengelola lapak melakukan evaluasi dan monitoring untuk semaksimal mungkin menyediakan sarana dan prasarana. Selain itu, pihak swasta juga turut memberikan CSR sebagai bentuk ikut serta dan kepedulian kepada Kota Madiun khususnya Lapak UMKM. Terlebih lagi, Pemerintah Kota Madiun mewajibkan seluruh ASN-nya untuk berbelanja di pedagang kecil termasuk juga Lapak UMKM

2. Sarana dan Prasarana yang baik

Pembangunan Lapak UMKM didapat dari Dana Insentif Daerah (DID) yang dikelola sendiri oleh kelurahan untuk membangun Lapak UMKM sesuai dengan potensi yang ada di daerahnya. Oleh karena itu, desain bangunan, lokasi, dan pengelolaan yang ada di Lapak UMKM terkelola dengan baik. Hal itu tak terlepas dari peran pengelola/paguyuban yang telah berusaha untuk menyediakan fasilitas yang baik.

3. Masuk ke dalam agenda kepariwisataan Kota Madiun

Lapak UMKM menjadi salah satu atraksi pariwisata yang ada di Kota Madiun. Setiap lapak yang ada di Kota Madiun terhubung dengan rute sepeda wisata sepanjang 20 km. Lapak UMKM yang mana didapat sebagai atraksi pariwisata di Kota Madiun diharapkan dapat menambah kunjungan wisatawan dan berujung ada peningkatan ekonomi di masing-masing kelurahan.

Kekurangan:

1. Kurangnya promosi

Keberadaan Lapak UMKM masih belum banyak diketahui oleh masyarakat luas karena tujuan awalnya adalah berbasis kelurahan. Selama ini, promosi yang dilakukan oleh pengelola hanya dalam ruang lingkup kelurahan saja via *Whatsapp* grup. Terlebih lagi untuk lapak UMKM yang berada di pinggiran kota harus lebih gencar mempromosikan lapak dan produknya ke masyarakat luas.

2. Belum adanya regulasi terkait dengan pengelolaan lapak

Sejauh ini, pengelolaan lapak dipegang secara mandiri oleh pengelola/paguyuban. Sistem pengelolaannya juga berbeda-beda di setiap lapak. Hal ini dikarenakan belum adanya Perda/Perwali mengenai pengelolaan lapak. Regulasi ini dinilai penting untuk menyeragamkan sistem pengelolaan yang ada di masing-masing lapak di seluruh Kota Madiun.

3. Kurang diminati pengunjung

Beberapa Lapak UMKM khususnya di pinggiran kota terlihat kurang diminati pengunjung. Salah satu penyebabnya adalah lapak-lapak tersebut kurang strategis dan kalah

saing dengan Lapak UMKM di tengah kota. Perlu diingat bahwa Lapak UMKM dibangun di 27 kelurahan yang ada di Kota Madiun sehingga daya saing antar lapak semakin ketat.

SIMPULAN

Inovasi Lapak UMKM menjadi salah satu terobosan dari Pemkot Madiun untuk mempercepat pemulihan ekonomi akibat pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi Lapak UMKM secara efektif berhasil meningkatkan pemberdayaan masyarakat
2. Inovasi Lapak UMKM berhasil meningkatkan kemandirian usaha dan meningkatkan omzet UMKM
3. Inovasi Lapak UMKM berhasil memulihkan perekonomian berbasis ekonomi lokal
4. Masih banyak kekurangan dalam pelaksanaan inovasi Lapak UMKM khususnya dalam bidang promosi dan regulasi pengelolaan.

5. REFERENSI

- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1), 12–20.
- Andriyani, L., Gultom, A., Ketiara, K., Dahlan, J. K. H. A., Timur, K. C., Tanggerang, K., Dahlan, J. K. H. A., Timur, K. C., & Selatan, K. T. (2021). Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Indonesia. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 2.
- Carlolina, L. A. (2020). PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SEBAGAI PENGGERAK EKONOMI DESA MELALUI PEMBUATAN PEYEK SISIK IKAN (Studi Kasus: Kecamatan Magelang Tengah Kota Magelang.). *JMAN Jurnal Mahasiswa Administrasi Negara*, 4(1), 46–54.
- Covid19.go.id. (2021). *Situasi Covid-19 Nasional*. Covid19.Go.Id. <https://covid19.go.id/situasi>
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan masyarakat: Menggali potensi lokal desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 135–143.
- Febrianto, F. H., & Santoso, E. B. (2021). PENENTUAN SEKTOR UNGGULAN DAERAH UNTUK MENGURANGI KETIMPANGAN PENDAPATAN WILAYAH DI EKS KARISIDENAN MADIUN PROVINSI JAWA TIMUR. *Prosiding Seminar Nasional Asosiasi Sekolah Perencanaan Indonesia (ASPI) 2021*, 1(1), 176–185.
- Firman, A. A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat di Desa Berbasis Komunitas: Review Literatur. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*, 7(1), 132–146.
- Firmansyah, M., & Masrun, M. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159.
- GUNARTIN, G. (2017). Penguatan Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 2(2).
- Hardani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. *Yogyakarta: Pustaka Ilmu*.
- Hasan, M., & Azis, M. (2018). *Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal*. CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Hendarwan, D. (2018). Menumbuhkan jiwa, perilaku dan nilai kewirausahaan dalam meningkatkan kemandirian bisnis. *MBIA*, 17(2), 59–68.
- Ilyas, F. (2021). Analisis Swot Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kebijakan Masyarakat (PPKM) Terhadap Dampak Ekonomi di Tengah Upaya Menekan Laju Pandemi Covid-19. *Jurnal Akrab Juara*, 6(3), 190–198.
- laura Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
- Madiun Kota. (2021). *Rencanakan Pembangunan 2022, Wali Kota Prioritaskan Pemulihan Ekonomi dan Penanganan Kesehatan*. Madiunkota.Go.Id.
- Modjo, M. I. (2020). Memetakan jalan penguatan ekonomi pasca pandemi. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 103–116.

- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika*, 3(1), 6–15.
- Narto, N., & Hm, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212–224.
- OECD. (2020). Coronavirus (COVID-19): SME policy responses. In *OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19)*. OECD Publishing Paris.
- Orinaldi, M. (2021). Dampak Pembatasan Kegiatan Masyarakat Terhadap Pertumbuhan Ekonomi: Suatu Kajian. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 391. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.301>
- Pemerintah Pusat. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Pemerintah Pusat. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa*.
- Pemerintah Pusat. (2020). *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 tentang Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional dalam Rangka Mendukung Kebijakan Keuangan Negara untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan/atau Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekono*.
- Ra'is, D. U., & Rohman, A. (2020). INOVASI DAERAH SEBAGAI SUMBER PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DAN PERCEPATAN PEMULIHAN EKONOMI. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 4(1), 67–72.
- Radyanto, M. R., & Prihastono, E. (2020). Pengembangan Sistem Pendampingan Usaha Berkelanjutan Bagi UMKM Berbasis Sistem Manajemen Kinerja. *OPSI*, 13(1), 17–24.
- Soleha, A. R. (2020). Kondisi UMKM masa pandemi covid-19 pada pertumbuhan ekonomi krisis serta program pemulihan ekonomi nasional. *Jurnal Ekombis*, 6(2).
- Sulchan, M., Maslihatin, M., Sari, E., Yulikhah, A., & Sujianto, A. (2021). Analisis Strategi Dan Kebijakan Pemerintah Dalam Memberikan Stimulus Ekonomi Terhadap UMKM Terdampak Pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 6(1), 85–91. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i1.14954>
- Sumardji, L. R., Muljono, P., Purnaningsih, N., & Vitayala, A. (2019). Faktor-faktor yang Memengaruhi Keberdayaan Anggota UPPKS DKI Jakarta menuju Kemandirian Usaha. *Jurnal Penyuluhan*, 15(2), 195–203.
- Windusancono, B. A. (2021). UPAYA PERCEPATAN PERTUMBUHAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA. *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 18(2), 32–45.