Strategi Pengembangan UMKM di Koperasi INTAKO Pasca Pandemi *Covid-19:* Perspektif Teori Bauran Pemasaran dan Partisipasi UMKM

Dhofirortun Nadifah[1*], Windiani[2*]

Departemen Studi Pembangunan, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia
e-mail: [1*]dhofirotunnadifah452@gmail.com dan [2*]windiani@its.ac.id

ABSTRAK

Koperasi INTAKO, yang didirikan pada tahun 1976 di Kecamatan Tanggulangin dengan 352 anggota aktif dalam bidang kerajinan kulit, menghadapi tantangan serius akibat pandemi Covid-19 pada periode 2019-2020. Penurunan omzet dari kisaran 700-900 juta rupiah menjadi hanya 20 juta rupiah per bulan mencerminkan kompleksitas tantangan yang diperparah oleh kesulitan adaptasi terhadap era digital. Ketidaksiapan pengrajin dalam manajemen dan distribusi barang secara digital, serta rendahnya literasi teknologi di kalangan mereka, menjadi hambatan utama. Menghadapi permasalahan yang kompleks ini, diperlukan pendekatan holistik yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Dalam perancangan program yang efektif, pemetaan sosial menjadi instrumen krusial untuk memahami problematika sosial, meningkatkan efektivitas program pemberdayaan masyarakat, dan mendorong partisipasi komunitas. Salah satu metode pengumpulan data partisipatoris yang efektif ialah Participatory Rural Appraisal (PRA), yang memiliki kapabilitas untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai dinamika komunitas. Berdasarkan adanya permasalahan dan urgensi partisipasi masyarakat, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk partisipasi masyarakat dalam upaya mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Koperasi INTAKO. Metode dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan utama adalah pemasaran digital yang terhambat, dengan strategi pengembangan UMKM menggunakan analisis bauran pemasaran 9P. Bentuk partisipasi pelaku UMKM yang tergabung dalam Koperasi INTAKO yaitu partisipasi dalam pelaksanaan kegiatan dan pemanfaatan hasil. Namun, keterlibatan UMKM dalam proses pengambilan keputusan di luar lingkup internal koperasi, serta dalam kegiatan pemantauan dan evaluasi program, masih belum optimal. Keterbatasan anggaran dan kurangnya pelibatan oleh pemerintah dalam proses pengambilan keputusan, pemantauan, dan evaluasi program yang bersifat eksternal menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat partisipasi. Untuk mengoptimalkan proses pengambilan keputusan dan pemanfaatan hasil pembangunan, diperlukan upaya peningkatan partisipasi pelaku UMKM secara komprehensif dalam berbagai aspek yang terkait dengan pengembangan usaha mereka.

Kata Kunci : Koperasi INTAKO, Permasalahan UMKM, Pengembangan UMKM, dan Partisipasi UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM merupakan pilar utama ekonomi nasional yang berkontribusi signifikan terhadap perkembangan ekonomi Indonesia [1]. Selain itu, koperasi juga berperan penting dalam memajukan ekonomi nasional berdasarkan prinsip kekeluargaan dan demokrasi [2]. UMKM juga memiliki peran penting terhadap perkembangan ekonomi Indonesia [3].

Koperasi INTAKO di Tanggulangin, Sidoarjo, yang didirikan pada tahun 1976 dengan 352 anggota, telah menjadi representasi UMKM unggulan di sektor kerajinan kulit. Namun, eksistensi INTAKO menghadapi tantangan besar yaitu pandemi Covid-19 yang dimulai pada

tahun 2020. Pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan omzet dari kisaran 700-900 juta rupiah menjadi hanya 20 juta rupiah per bulan [4].

Kompleksitas tantangan ini diperparah oleh kesulitan adaptasi terhadap era digital. Ketidaksiapan pengrajin dalam manajemen dan distribusi barang secara digital, serta rendahnya literasi teknologi di kalangan pengrajin menjadi hambatan utama [5]. Menghadapi permasalahan yang kompleks ini, diperlukan pendekatan holistik yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat [6].

Dalam merancang program yang efektif, pemetaan sosial menjadi instrumen yang krusial. Pemetaan sosial berperan penting dalam memahami problematika sosial, meningkatkan efektivitas program pemberdayaan masyarakat, dan mendorong partisipasi komunitas [7]. Partisipasi merupakan komponen analisis yang signifikan dalam pemetaan sosial [8].

Salah satu metode pengumpulan data partisipatoris yang efektif dalam menciptakan peta sosial yang komprehensif adalah Participatory Rural Appraisal (PRA). Metode ini memiliki kapabilitas untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai dinamika komunitas. Hal ini diilustrasikan dalam penelitian terdahulu yang mengidentifikasi bentuk partisipasi pelaku UMKM dalam pengembangan usaha kerajinan kulit di Kabupaten Magetan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa partisipasi aktif pelaku UMKM dalam memanfaatkan bantuan pemerintah, seperti penggunaan mesin jahit, telah meningkatkan efisiensi proses produksi [9].

Berdasarkan kompleksitas permasalahan dan urgensi partisipasi masyarakat, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk partisipasi masyarakat dalam upaya membangun resiliensi UMKM di Koperasi INTAKO. Sebagaimana direkomendasikan oleh penelitian terdahulu peningkatan produktivitas memerlukan langkah-langkah sistematis, mulai dari analisis situasi hingga evaluasi program [10]. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi yang efektif dalam konteks pasca bencana dan di tengah tantangan global

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi untuk menggambarkan objek penelitian secara jelas berdasarkan fenomena yang dialami informan sesuai keadaan nyata agar terkesan naturalistik [11].

2.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, dengan fokus pada pelaku UMKM yang tergabung dalam Koperasi INTAKO (Industri Tas dan Koper). Objek penelitian adalah pemetaan sosial dalam pengembangan UMKM pada Koperasi INTAKO dengan analisis partisipasi masyarakat dan peran pemangku kepentingan (stakeholder).

2.3 Teknik Penentuan Informan

Dalam menentukan informan kunci, utama, dan pendukung, penulis menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pemilihan sampel data yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan khusus [12]. Tujuan pemilihan informan adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih detail karena dianggap sebagai orang yang paling berkompeten dan memiliki pengetahuan yang luas mengenai pertanyaan penelitian.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui:

1. Observasi (Pengamatan)
   Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian [13].

2. Wawancara
   Wawancara adalah metode dalam pengumpulan data dimana peneliti melakukan interaksi tatap muka dengan partisipan atau subjek penelitian [14]. Wawancara mendalam (in-depth interview) semi terstruktur dilakukan dengan informan seperti ketua koperasi, pengelola, pengawas, dewan penasihat, pelaku UMKM di Koperasi INTAKO, Diskoperindag Sidoarjo, dan mahasiswa MBKM FDKBD Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Wawancara fokus pada perincian informasi sesuai tujuan penelitian.

3. Dokumentasi
   Teknik dokumentasi digunakan dengan memvisualisasi dan menganalisis data/dokumen pendukung seperti foto, catatan, gambar, dan karya bersejarah terkait Koperasi INTAKO di masa lalu dan sekarang.

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari objek penelitian, melainkan dari sumber literatur atau dokumentasi terkait subjek penelitian [15].

2.5 Teknik Analisis Data

Kegiatan yang dilakukan dalam analisis data mencakup mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan [15].

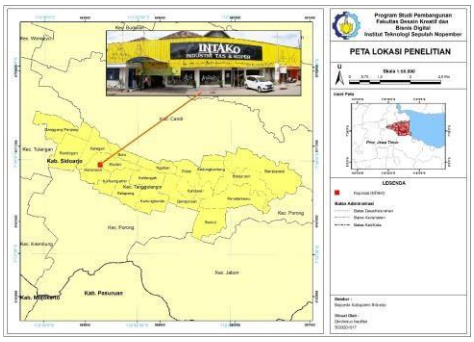
2.6 Uji Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber untuk memvalidasi keabsahan data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber dan menguji konsistensi informasi antar responden wawancara. Triangulasi merupakan pendekatan yang diaplikasikan untuk memeriksa keakuratan informasi guna menegaskan penelitian memiliki ciri ilmiah dengan menguji validitas data, sesuai dengan [12].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kondisi Umum Lokasi Penelitian

Wilayah administrasi Kecamatan Tanggulangin terdiri dari 18 desa dengan luas wilayah 32,29 Km2. Jumlah penduduk pada 2022 sebanyak 86.378 jiwa dengan kepadatan 2.675 jiwa/Km2. Rata-rata pengeluaran per kapita per bulan pada 2022 sebesar Rp1.699.046. Fasilitas pendidikan meliputi 42 SD, 17 SMP, 5 SMA, dan 2 SMK. Fasilitas kesehatan terdiri dari 5 klinik bersalin, 1 puskesmas, 3 puskesmas pembantu, 5 apotek, dan 1 poliklinik. Fasilitas kesehatan dinilai belum merata karena hanya ada 1 puskesmas untuk 18 desa [16].



Gambar 1. Peta Wilayah Kecamatan Tanggulangin

Koperasi INTAKO berdiri pada 1976 dengan 27 anggota dan terus berkembang. Sempat mengalami penurunan kunjungan akibat lumpur Lapindo 2006 dan pandemi Covid19. Visi INTAKO adalah menjadi perusahaan berwawasan internasional, profesional, kompetitif, dan kiblat perkoperasian Indonesia. Misinya mencakup menggalang kerjasama memenuhi kebutuhan bahan baku anggota, memasarkan produk bersama, mengeksplorasi skill pengrajin, dan memproduksi barang berkualitas internasional. Bidang usahanya meliputi penjualan, pabrik, bahan baku, serta akademi pelatihan. Koperasi INTAKO mendapat banyak penghargaan seperti Upakarti dari Presiden, Koperasi Terbaik Nasional, juara GKM, sertifikasi ISO, dan lain-lain [17].

3.2 Penetapan Masalah Utama yang dihadapi Pelaku UMKM di INTAKO

No	Problem	U	S	G	Total	*Priority Problem Solving*
1	Penurunan Jumlah Pengunjung (P1)	4	3	4	11	4
2	Produk yang Kurang Inovatif (P2)	3	3	3	9	7
3	Kurangnya Kemampuan Manajemen Keuangan (P3)	2	3	3	7	9
4	Pemasaran Digital yang Terhambat (P4)	3	5	4	14	1
5	Penurunan Jumlah Tenaga Kerja di Koperasi INTAKO (P5)	2	3	3	8	8
6	Rendahnya Kesetiaan Tenaga Kerja Pelaku UMKM (P6)	1.71	2	2.3	6	10
7	Tenaga Kerja yang Kurang Terampil (P7)	3.71	4.3	4	12	3
8	Lokasi yang Kurang Strategis (P8)	4.14	4.4	4.4	13	2
9	Modal yang Terhambat (P9)	3.29	3.3	3.4	10	6
10	Dampak Bencana Lumpur Lapindo bagi Pengembangan UMKM di INTAKO (P10)	3.86	3.5	3.6	10.93	5

Gambar 2. Klasifikasi Matriks Urgency, Seriousness, Growth (USG)

Berdasarkan analisis Urgency, Seriousness, Growth (USG) pada gambar 2 diatas, permasalahan utama yang paling mendesak untuk diselesaikan oleh pelaku UMKM di Koperasi INTAKO adalah hambatan dalam pemasaran digital. Permasalahan ini mendapatkan total skor tertinggi yaitu 14 poin, dengan nilai Urgensi 3, Keseriusan 5, dan Tingkat Perkembangan 4. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di INTAKO mengalami kesulitan besar dalam bersaing secara digital, terutama karena pandemi Covid-19 telah mengubah perilaku konsumen dari offline ke online, sementara UMKM di sana masih tertinggal dalam teknologi digital.

3.3 Strategi Pengembangan UMKM

Untuk mengatasi permasalahan pemasaran digital yang dihadapi UMKM di INTAKO, penulis mengusulkan strategi pengembangan pasar dengan teori bauran pemasaran 9P. Strategi 9P ini mencakup produk (product), harga (price), tempat (place), promosi (promotion), orang (people), proses (process), bukti fisik (physical evidence), pembayaran (payment), dan pengemasan (packaging). Dalam konteks produk, inovasi menjadi kunci utama untuk

memenuhi preferensi konsumen digital, terutama generasi muda. Penting untuk menghindari plagiasi dan selalu mengikuti tren terkini agar produk tetap relevan [18]. Sementara itu, penentuan harga harus mempertimbangkan biaya produksi dan persaingan online, dengan strategi harga kompetitif tanpa mengorbankan kualitas [19].

Lokasi pemasaran yang strategis memegang peranan penting dalam memudahkan akses dan jangkauan produk bagi konsumen [20]. Sejalan dengan hal tersebut, promosi harus dilakukan secara lebih efektif dengan memanfaatkan konten media sosial yang menarik dan penggunaan SEO untuk meningkatkan visibilitas produk [21]. Terdapat empat komponen kunci dalam elemen orang untuk strategi pemasaran: perintis, tenaga kerja, budaya, dan layanan konsumen. Keempat komponen ini saling terkait dan berperan penting dalam keberhasilan strategi pemasaran suatu organisasi. Proses merujuk pada seluruh mekanisme operasional yang berpengaruh terhadap mutu dan efisiensi penyampaian layanan [22]. Optimalisasi proses ini memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan [23].

Terdapat enam aspek kunci bukti fisik dalam pemasaran: estetika visual, tata letak, pencahayaan, infrastruktur pendukung, furnitur, dan ambiens ruang. Aspek-aspek bukti fisik ini berperan penting dalam menciptakan suasana yang sesuai dengan citra merek dan memengaruhi psikologi pelanggan [24]. Pembayaran merupakan sistem layanan terintegrasi yang bertujuan memudahkan transaksi pembelian melalui berbagai pilihan metode yang cepat dan efektif [25]. Pengemasan menjadi elemen vital dalam strategi pemasaran kontemporer. Konsep ini melampaui fungsi perlindungan produk, mencakup aspek logistik dan branding. Proses pengemasan melibatkan pertimbangan fungsional, estetika, dan strategis yang kompleks, menjadikannya komponen integral dalam komunikasi nilai produk kepada konsumen. Adopsi strategi ini dapat membantu INTAKO bersaing lebih baik di pasar digital dan menarik minat konsumen potensial [26].

3.4 Bentuk Partisipasi Masyarakat (Pelaku UMKM) dalam Pengembangan UMKM di Koperasi INTAKO

Gambar 3. Bentuk Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan UMKM

Partisipasi pelaku UMKM dalam proses pengembangan dan pembangunan dapat dibagi menjadi 4 bentuk, yaitu partisipasi dalam pengambilan keputusan, pelaksanaan kegiatan, pemantauan dan evaluasi pembangunan, dan pemanfaatan hasil pembangunan.

- *Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan*

Partisipasi dalam pengambilan keputusan merupakan aspek krusial dalam pengembangan UMKM di Koperasi INTAKO, namun terdapat beberapa permasalahan dalam implementasinya. Forum rapat seringkali kurang efektif dalam menghasilkan keputusan berkualitas meskipun menghabiskan anggaran besar sekitar 27 juta rupiah, yang bertentangan dengan prinsip efisiensi [27]. Keterlibatan pelaku UMKM dalam pengambilan

keputusan masih terbatas pada lingkup internal koperasi, yang tidak sejalan dengan konsep partisipasi dalam Pembangunan [28]. Penyebab utamanya adalah kurangnya keterlibatan pemikir kritis dari berbagai latar belakang, padahal teori pengambilan keputusan partisipatif menyarankan bahwa melibatkan berbagai pemangku kepentingan cenderung menghasilkan keputusan lebih efektif [29]. Partisipasi aktif pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan harus ditingkatkan untuk aspek operasional seperti strategi pemasaran dan pengembangan produk. Namun, keterlibatan UMKM dalam pengambilan keputusan program pemerintah masih minim, mengakibatkan aspirasi mereka tidak tersampaikan dengan baik.

Untuk mengatasi hal ini, diperlukan pendekatan yang lebih inklusif dan partisipatif, terutama dalam pengembangan strategi pemasaran digital. Keterlibatan pemangku kepentingan dengan keahlian relevan dalam proses pengambilan keputusan dapat menghasilkan solusi yang lebih baik [30]. Dengan menerapkan pendekatan partisipatif, INTAKO dapat memastikan bahwa strategi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas pelaku UMKM, sehingga meningkatkan efektivitas program pengembangan UMKM secara keseluruhan. Berikut ini merupakan gambar strategi pemasaran digital melalui bentuk partisipasi pengambilan keputusan.

Gambar 4. Strategi dalam Pengambilan Keputusan

Analisis permasalahan menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi dalam pengambilan keputusan terkait strategi pengembangan UMKM di INTAKO dapat dicapai melalui berbagai pendekatan kolaboratif. Solusi-solusi yang diusulkan mencakup pembentukan tim pengembangan produk, forum diskusi rutin untuk strategi harga, tim kerja untuk perbaikan lokasi, tim pemasaran digital bersama, program mentoring antar-UMKM, tim pengawas kualitas, tim desain interior, tim evaluasi metode pembayaran, dan tim pengembangan kemasan. Pendekatan partisipatif ini sejalan dengan teori pengambilan keputusan model partisipatif yang menyatakan bahwa keputusan yang diambil dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan cenderung lebih efektif dan diterima oleh semua pihak [29]. Selain itu, solusi-solusi ini juga mendukung pernyataan toeri terdahulu yang menyatakan bahwa partisipasi dalam pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk partisipasi dalam proses pembangunan, di mana masyarakat terlibat dalam menentukan arah, strategi, dan perumusan kebijakan pembangunan [28]. Implementasi solusi-solusi ini diharapkan dapat meningkatkan rasa kepemilikan dan komitmen pelaku UMKM, serta menghasilkan strategi pengembangan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan UMKM di INTAKO.

- *Partisipasi dalam Pelaksanaan Kegiatan*

Partisipasi pelaku UMKM di Koperasi INTAKO dalam tahap pelaksanaan kegiatan menunjukkan tingkat keaktifan yang tinggi. Hal ini tercermin dari keterlibatan mereka dalam berbagai program yang diselenggarakan oleh pemerintah, koperasi, dan perguruan tinggi. Sesuai dengan konsep partisipasi dalam implementasi yang dikemukakan oleh penelitian terdahulu pelaku UMKM terlibat aktif dalam operasionalisasi program dan memanfaatkan hasilnya. Bentuk partisipasi ini meliputi keikutsertaan dalam pelatihan digitalisasi, pengembangan mindset, dan diversifikasi produk, serta partisipasi dalam pameran [28]. Partisipasi tenaga menjadi penting karena berkontribusi sukarela dalam berbagai aktivitas pengembangan, yang tercermin dalam keterlibatan UMKM INTAKO dalam berbagai kegiatan [31]. Sementara itu, partisipasi buah pikiran terlihat dalam keikutsertaan pelaku UMKM dalam forum diskusi, di mana mereka memberikan kontribusi berupa ide dan tanggapan [32].

Meskipun demikian, terdapat beberapa perbedaan dengan temuan penelitian terdahulu di Kabupaten Magetan, terutama dalam hal fokus partisipasi yang lebih spesifik seperti pelatihan digitalisasi di INTAKO. Selain itu, penelitian ini tidak membahas secara spesifik keterlibatan tenaga kerja UMKM dalam pelatihan, yang menurut penelitian terdahulu penting untuk menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap keberlangsungan usaha [9].

Kendala utama yang diidentifikasi adalah kurangnya keberlanjutan dalam pelatihan, yang mengakibatkan kesulitan dalam penerapan teori ke praktik. Hal ini menunjukkan pentingnya melibatkan aspirasi dan kebutuhan pelaku UMKM dalam perencanaan program. Untuk meningkatkan efektivitas partisipasi dan pengembangan UMKM di INTAKO, diperlukan penyesuaian strategi yang lebih sesuai dengan kebutuhan UMKM, terutama dalam mengatasi hambatan pemasaran digital.

Gambar 5. Strategi dalam Pelaksanaan Kegiatan

Strategi pengembangan UMKM INTAKO berbasis 9P merupakan pendekatan komprehensif yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan berkelanjutan dalam industri tas dan koper. Strategi ini menekankan pentingnya inovasi produk melalui riset pasar dan kolaborasi dengan desainer profesional, penetapan harga yang kompetitif melalui

analisis biaya dan segmentasi pasar, serta pengembangan lokasi yang strategis untuk meningkatkan aksesibilitas dan daya tarik INTAKO.

Aspek promosi melibatkan pendekatan terintegrasi dan multi-channel, termasuk pemanfaatan media digital dan penyelenggaraan event promosi. Pengembangan sumber daya manusia menjadi fokus utama dalam aspek 'orang', dengan penekanan pada pelatihan dan pengembangan kompetensi karyawan. Efisiensi proses bisnis ditingkatkan melalui pemanfaatan teknologi digital dan penerapan sistem quality control yang ketat. Bukti fisik dioptimalkan melalui peningkatan estetika visual showroom dan fasilitas pendukung, sementara aspek pembayaran berfokus pada penyediaan metode pembayaran yang aman dan nyaman. Terakhir, pengemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif.

Implementasi strategi 9P ini memerlukan komitmen, konsistensi, dan evaluasi berkala dari seluruh komponen INTAKO. Dengan pendekatan holistik ini, INTAKO diharapkan dapat memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan daya saing, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Keberhasilan implementasi strategi ini tidak hanya akan memposisikan INTAKO sebagai pemain utama dalam industri tas dan koper, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi lokal dan nasional. Strategi 9P ini mencerminkan adaptasi INTAKO terhadap tuntutan pasar modern, dengan memadukan pendekatan tradisional dan inovatif dalam pengembangan UMKM.

- *Partisipasi dalam Pemantauan dan Evaluasi Pembangunan*

Partisipasi pelaku UMKM dalam tahap pemantauan dan evaluasi pembangunan di Koperasi INTAKO menunjukkan tingkat keaktifan yang masih kurang optimal. Faktor utama yang menyebabkan hal ini adalah keterbatasan anggaran dan kurangnya keterlibatan dalam evaluasi program pemerintah. Partisipasi merupakan keterlibatan suatu kelompok masyarakat dalam proses pengambilan keputusan. Kurangnya partisipasi dalam tahap ini berpotensi menghambat proses pengambilan keputusan dan pemanfaatan hasil pembangunan secara optimal [28].

Meskipun demikian, pelaku UMKM tetap berkontribusi dalam memberikan masukan dan rekomendasi perbaikan, terutama melalui rapat triwulan dan Rapat Anggota Tahunan (RAT). Hal ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang dikemukakan oleh peneliti terdahulu bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk memampukan dan memandirikan masyarakat. Keterlibatan UMKM dalam menemukan masalah dan mencari solusi untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan bisnis merupakan bentuk pemberdayaan yang penting [33].

Upaya inovatif pelaku UMKM, seperti melibatkan generasi muda dalam pelatihan digitalisasi, mencerminkan pemahaman terhadap konsep pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Pendekatan ini memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan antar generasi, yang penting untuk keberlanjutan UMKM [34].

Perbandingan dengan penelitian terdahulu di Kabupaten Magetan menunjukkan adanya kesamaan dalam hal kurangnya keterlibatan UMKM dalam evaluasi program pemerintah [9]. Namun, terdapat perbedaan signifikan dalam partisipasi UMKM pada evaluasi kegiatan internal koperasi, yang tidak ditemukan dalam penelitian Prastika. Partisipasi dalam evaluasi

internal ini penting untuk menampung aspirasi dan masukan dari pelaku UMKM guna perbaikan program dan pengembangan UMKM di masa depan.

Untuk meningkatkan partisipasi UMKM dalam pemantauan dan evaluasi, diperlukan upaya terstruktur dan terarah, terutama dalam aspek pemasaran digital. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan UMKM dalam proses pengambilan keputusan dan optimalisasi hasil pembangunan. Dengan demikian, UMKM tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga subjek aktif yang berkontribusi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program pengembangan.

Gambar 6. Strategi dalam Pemantauan dan Evaluasi Pembangunan

Berdasarkan analisis permasalahan 9P, penulis menyajikan serangkaian solusi untuk meningkatkan partisipasi dalam pemantauan dan evaluasi pembangunan strategi pengembangan UMKM di INTAKO. Solusi-solusi ini mencakup implementasi sistem pemantauan produk, forum evaluasi harga terbuka, audit lokasi partisipatif, evaluasi promosi bersama, penilaian kinerja sumber daya manusia kolaboratif, audit proses produksi partisipatif, peningkatan kualitas bukti fisik, sistem pelaporan masalah pembayaran, dan evaluasi pengemasan secara partisipatif. Semua pendekatan ini menekankan kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan transparansi, efektivitas, dan daya saing UMKM di INTAKO melalui partisipasi aktif dalam proses pemantauan dan evaluasi.

Implementasi solusi-solusi ini diharapkan dapat meningkatkan rasa kepemilikan terhadap proses pembangunan dan menghasilkan strategi pengembangan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas UMKM.

- *Partisipasi dalam Pemanfaatan Hasil Pembangunan*

Partisipasi masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dalam memanfaatkan hasil-hasil pembangunan merupakan aspek krusial dalam pengembangan UMKM di Koperasi INTAKO. Pelaku UMKM berpartisipasi aktif dalam memanfaatkan program-program pelatihan, kesempatan kerja, dan fasilitas yang disediakan oleh koperasi. Hal ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas dan kemandirian [35].

Manfaat yang diperoleh pelaku UMKM mencakup peningkatan pengetahuan dan keterampilan, kesempatan kerja, serta peningkatan penjualan melalui partisipasi dalam pameran. partisipasi dalam pameran memungkinkan pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas [36]. Pemanfaatan infrastruktur dan fasilitas koperasi, seperti penyewaan mesin jahit dan bordir, mencerminkan konsep pemberdayaan ekonomi yang bertujuan meningkatkan akses masyarakat terhadap sumber daya ekonomi [37].

Penelitian ini memiliki beberapa persamaan dengan penelitian terdahulu, namun juga menunjukkan perbedaan dalam hal spesifik manfaat yang diperoleh UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun partisipasi masyarakat penting dalam pengembangan UMKM, bentuk dan spesifikasi program dapat bervariasi sesuai konteks lokal [9]. Untuk mengoptimalkan pengembangan UMKM di Koperasi INTAKO, diperlukan peningkatan partisipasi pelaku UMKM dalam seluruh tahapan program, mulai dari pengambilan keputusan hingga evaluasi. Hal ini akan memastikan kesesuaian program dengan kebutuhan UMKM dan meningkatkan keberlanjutan program.

4. KESIMPULAN/RINGKASAN

Peran penting UMKM, khususnya Koperasi INTAKO di Tanggulangin, Sidoarjo, dalam kontribusinya terhadap perekonomian lokal dan nasional. Meskipun memiliki potensi besar, UMKM INTAKO menghadapi berbagai tantangan, terutama akibat pandemi Covid-19 dan kesulitan dalam beradaptasi dengan era digital. Koperasi INTAKO yang didirikan pada tahun 1976 mengalami penurunan omzet yang signifikan akibat pandemi dan kesulitan dalam pemasaran digital. Pemasaran digital menjadi masalah utama yang mendesak untuk diselesaikan karena pandemi telah mengubah perilaku konsumen dari offline ke online. Strategi pengembangan yang diusulkan berfokus pada pendekatan bauran pemasaran 9P yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik, pembayaran, dan pengemasan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar digital dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan pendekatan inovatif dan kompetitif. Partisipasi pelaku UMKM di INTAKO dibagi menjadi empat bentuk yaitu pengambilan keputusan, pelaksanaan kegiatan, pemantauan dan evaluasi, serta pemanfaatan hasil pembangunan. Setiap bentuk partisipasi menunjukkan tingkat keterlibatan yang berbeda, dengan partisipasi dalam pengambilan keputusan dan pemantauan serta evaluasi masih perlu ditingkatkan. Keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam pelaksanaan kegiatan menunjukkan potensi besar dalam pemanfaatan hasil pembangunan.

Saran untuk kedepannya adalah (1) Untuk meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan, diperlukan pendekatan yang lebih inklusif dan kolaboratif. Pembentukan tim pengembangan produk, forum diskusi rutin, dan program mentoring antar-UMKM dapat membantu meningkatkan keterlibatan dan memastikan bahwa keputusan yang diambil sesuai dengan

kebutuhan dan kapasitas pelaku UMKM. (2) Implementasi strategi 9P harus dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan. Fokus pada inovasi produk, harga kompetitif, lokasi pemasaran strategis, promosi efektif melalui media digital, dan peningkatan aspek lainnya akan memperkuat posisi INTAKO di pasar. Evaluasi berkala terhadap strategi ini penting untuk memastikan bahwa program pengembangan tetap relevan dan efektif. (3) Program pelatihan dan pengembangan harus dirancang dengan mempertimbangkan keberlanjutan dan relevansi bagi UMKM. Mengintegrasikan pelatihan digitalisasi, pengembangan keterampilan, dan diversifikasi produk dalam program-program yang ada akan membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan pasar dan meningkatkan daya saing mereka. (4) Kerja sama antara Koperasi INTAKO, pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta harus ditingkatkan untuk mendukung pengembangan UMKM. Pendekatan partisipatif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan akan membantu menciptakan solusi yang lebih efektif dan memenuhi kebutuhan pelaku UMKM secara holistik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Pendidikan Tinggi, Dosen Pembimbing, Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan pengerjaan artikel jurnal. Selain itu, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada informan yang telah banyak memberikan ilmu selama survei di Koperasi INTAKO di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

[1] N. Safa'atillah, "Pengaruh Piutang Anggota dan Simpanan Wajib Terhadap Perolehan SHU Pada Kopwan 'LESTARI' Desa Pangkatrejo.," *Media Mahard.*, vol. 17, no. 3, pp. 451-462., 2019.

[2] M. Yusuf, A. Agustang, A. Muhammad Idkhan, and R. Rifdan, "Transformasi Lembaga Koperasi Di Era Industri 4.0," *JISIP (Jurnal Ilmu Sos. dan Pendidikan)*, vol. 5, no. 4, pp. 1632–1636, 2021, doi: 10.58258/jisip.v5i4.2584.

[3] S. Vinatra, "Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat," *J. Akuntan Publik*, vol. 1, no. 3, pp. 1–08, 2023, [Online]. Available: https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832

[4] T. A. Indarwati, "Photo Product dan Content Marketing Instagram dalam Pemasaran Online Marketing INTAKO," *Abimanyu J. Community Engagem.*, vol. 2, no. 2, pp. 49–53, 2021, doi: 10.26740/abi.v2i2.14443.

[5] F. & A. R. F. Hadiansyah, "Upaya Resiliensi Pengrajin Tas dan Kulit Intako Tanggulangin pada Masa Pandemi dalam Kerangka Frugal Innovation Firdayanti Hadiansyah 1) , Achmad Room Fitrianto 2)," *J. Din. Ekon. dan Bisnis*, vol. 20, no. 1, pp. 29–50, 2023.

[6] S. Luthfiah, "Kepemimpinan dan Inovasi di Koperasi INTAKO sebagai Kunci Kesuksesan di Era Digital.," Kompasiana. Accessed: Jan. 19,2024. [Online]. Available: https://www.kompasiana.com/Syaa fde/655ebae6110fce73000a7ed2/Kapan-Bangkitnya-Masa- Kejayaan-Koperasi-Intako.

[7] I. Z. Rela, "Pemetaan Sosial Dan Partisipasi Stakeholder Dalam Perencanaan Program Pemberdayaan Masyarakat," *J. Ilm. Penyul. dan Pengemb. Masy.*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2023, doi: 10.56189/jippm.v3i1.35478.

[8] R. Nuryati, L. Sulistyowati, I. Setiawan, and T. I. Noor, "Pemetaan Sosial (Social Mapping) Masyarakat Dalam Upaya Mendukung Pengembangan Usahatani Polikultur Perkebunan Terintegrasi (Utppt)," *J. Agristan*, vol. 2, no. 1, 2020, doi:

10.37058/ja.v2i1.2342.
[9] H. C. Prastika, "Peran Pemerintah Daerah Dan Partisipasi Pelaku UsahaMikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Upaya PengembanganKerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan," *Thesis (Skripsi)* , p. 53, 2017.
[10] M. J. Quero, M. Díaz-Méndez, R. Ventura, and E. Gummesson, "Co-patenting, co-ownership, and co-ideation as drivers for university business innovation: the case of public universities in Spain," *TQM J.*, vol. 34, no. 7, pp. 115–133, 2022, doi: 10.1108/TQM-03-2022-0087.
[11] M. G. Lodico, D. T. Spaulding, and K. H. Vegetle, *Methods in Educational Research: From Theory to Practice.* San Francisco: John Wiley and Sons., 2010.
[12] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta, 2012.
[13] Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya., 2018.
[14] J. W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu).* Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2016.
[15] E. Riadi, *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS). Edisi 1.* Yogyakarta: Andi, 2016.
[16] BPS, "Kecamatan Tanggulangin dalam Angka, 2023." Accessed: Apr. 28,2024. [Online]. Available: https://sidoarjokab.bps.go.id/publication/2023/09/26/5edec0b78a214dd7ff961d3d/kecamatan-tanggulangin-dalam-angka- 2023.html.
[17] A. K. INTAKO., "Koperasi INTAKO Industri Tas dan Koper Sejak 1976."
[18] K. dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis.* Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group., 2012.
[19] B. Swastha, *Manajemen Pemasaran. Edisi ke 2. Jakarta.* Jakarta, 2015.
[20] N. Leni and & Harnanik, "Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kecil Keripik Bhineka Di Desa Belendung Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang," *Econ. Educ. Anal. J.*, vol. 6, no. 2, pp. 647– 655, 2017.
[21] Hermawan, *Pemasaran*. Jakarta: Gramedia, 2018.
[22] Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 12.* Jakarta: Erlangga., 2012.
[23] Christine Christine & and W. Budiawan, "Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang)," *Ind. Eng. Online J.*, vol. 6, no. 1, p. 8, 2017, [Online]. Available: https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/15928
[24] S. Kotler, P. Amstrong, G. and Balasubramanian, "Principles of Marketing," Harlow: Pearson, 2024.
[25] Christopher Lovelock & Lauren Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa. Alih bahasa Agus Widyantoro, Cetakan Kedua.* Jakarta: PT. INDEKS, 2007.
[26] D. P. Ningrum, "Bauran Pemasaran pada Bisnis Chockles Es Cokelat Di Kota Yogyakarta," *J. PIKMA Publ. Ilmu Komun. Media Dan Cine.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–13, 2021, doi: 10.24076/pikma.2020v3i1.346.
[27] Drucker P F, *The practice of management. New York: Harper & Row.* 1954.
[28] Mardikanto T & Soebiato P, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik. Bandung: ALFABETA*. Alfabeta, 2013.
[29] A. Fahmi, A., Sadi, K., & Muslim, "Implementasi Pengambilan Keputusan Partisipatif Melalui School Based Management," *J. Ilmu Pendidik. dan Ilmu Sos.*, vol. 10, no. 1, pp. 7–15, 2024.
[30] Freeman R E, *Strategic management: A stakeholder approach.* Cambridge university press., 2010.
[31] A. Huraerah, *Pengorganisasian dan pengembangan masyarakat: model dan strategi pembangunan berbasis kerakyatan.* Bandung: Humaniora, 2008.
[32] N. S. Laksana, "Bentuk-Bentuk Partisipasi Masyarakat Desa dalam Program Desa Siaga di Desa Bandung Kecamatan Playen Kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta.," *Kebijak. dan Manaj. Publik*, vol. 11, pp. 56–66, 2013.
[33] G. Sumodiningrat, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat.* Jakarta:

Bina Rena Pariwara., 1999.
[34] G. H. Brundtland, "World commission on environment and development.," *Environ. policy law*, vol. 14, no. 1, pp. 26-30., 1985.
[35] F. Ife, J., & Tesoriero, *Community Development: Community- based alternatives in an age of globalization (3rd ed.).* NSW: Pearson Education Australia., 2006.
[36] G. Kotler, P., & Armstrong, *Principles of marketing (17th ed.). Upper Saddle River,*. NJ. Pearson Education., 2018.
[37] J. Friedmann, *Empowerment: The politics of alternative development.* John Wiley & Sons., 1992.