

## **Strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang Dalam Pemberdayaan UMKM**

**Ajeng Wulansari<sup>1</sup>, Lukmanul Hakim<sup>2</sup>, Rachmat Ramdani<sup>3</sup>**

wulansariajeng158@gmail.com<sup>1</sup>, lukmanulhakim@staff.unsika.ac.id<sup>2</sup>, denifauziramdani@gmail.com<sup>3</sup>

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa Karawang

### ***Abstract***

*This research is motivated by the fact that the MSME sector is the flagship in absorbing the workforce by moving local resources to support the regional economy. So that the empowerment carried out by the government must be maximized MSMEs can be competitive. This research aims to analyze strategies in the Office of Cooperatives and MSMEs in empowering and developing MSMEs. This research uses qualitative approach with case study method. Data collection techniques used are by interviews, observations and studies of documents / records / reports and legislation related to the problems studied. The focus of this research is based on the main dimensions of the strategy, namely innovation, market deference, reach and cost control. The results of this study show that the strategy of the Cooperative Office and MSME District in MSME empowerment has not run optimally. Because the guidance from this government can not be felt by all MSME actors. Furthermore, MSMEs do not get capital assistance from the local government, and in the meantime there are still many MSMEs that have not received guidance from the government. In addition, the government has helped to overcome the problem of budget constraints by inviting participation from state-owned enterprises and the private sector in the implementation of MSME empowerment.*

***Keywords : Strategy, Empowerment, Small and Medium Enterprises (MSMEs).***

### ***Abstrak***

*Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fakta bahwa sektor UMKM ini menjadi unggulan dalam menyerap tenaga kerja dengan menggerakkan sumber daya lokal untuk menopang perekonomian daerah. Sehingga pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah harus dimaksimalkan UMKM dapat berdaya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi di Dinas Koperasi dan UMKM dalam memberdayakan dan mengembangkan UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara, observasi dan studi dokumen/catatan/laporan dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Fokus penelitian ini berdasarkan dari dimensi pokok strategi yaitu diantaranya inovasi, deferensiasi pasar, jangkauan dan pengendalian biaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten dalam pemberdayaan UMKM belum berjalan secara optimal. Karena pembinaan dari pemerintah ini belum dapat dirasakan oleh seluruh pelaku UMKM. Selanjutnya para UMKM tidak mendapatkan bantuan modal dari pemerintah daerah, dan sementara ini masih banyak UMKM yang belum mendapatkan pembinaan dari pemerintah.*

*Selain itu, pemerintah sedikit membantu mengatasi masalah keterbatasan anggaran dengan mengajak partisipasi dari BUMN dan swasta dalam pelaksanaan pemberdayaan UMKM.*

***Kata Kunci : Strategi, Pemberdayaan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).***

## **Pendahuluan**

Pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam semua aspek sehingga dapat menciptakan masyarakat yang mandiri, terbebas dari kemiskinan dan keterbelakangan. Dalam hal ini, UMKM merupakan cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. UMKM mampu memperluas lapangan kerja untuk memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat.

Mengingat peran UMKM yang sangat penting bagi perkembangan ekonomi suatu daerah maka perlu adanya pemberdayaan UMKM agar mampu berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Adapun upaya yang dilakukan oleh Pemerintah dalam memberdayakan UMKM yaitu melalui pemberian fasilitas bimbingan dan bantuan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing UMKM.

Namun, kondisi UMKM di Kabupaten Karawang saat ini terdapat kesenjangan. Berdasarkan informasi yang dilansir dari media elektronik menyatakan bahwa UMKM saat ini menyokong hampir setengah dari perekonomian di Kabupaten Karawang, namun UMKM belum sepenuhnya masuk ke dalam rantai perdagangan industri besar sehingga UMKM tidak berkembang dengan cepat. Kebanyakan pemilik UMKM di Kabupaten Karawang masih terbatas oleh modal, kemudian keterbatasan pengetahuan warga terhadap teknologi yang ada serta sulitnya memasarkan produk.

Selanjutnya, permasalahan lainnya yaitu masyarakat mengeluhkan terkait pemasaran. Para pelaku UMKM di Karawang mengeluhkan tentang sulitnya memasarkan produk karena minimnya gerai pemasaran yang disediakan pemerintah kabupaten setempat. Mereka kebingungan untuk menjajakan produknya, berbeda dengan kabupaten/kota lain yang memiliki outlet untuk pemasaran produk UMKM di setiap pojok wilayahnya seperti Purwakarta, Cirebon, Garut, Bandung, dan lain-lain.

Minimnya outlet untuk memasarkan produk olahan itu menjadi kendala

untuk mengembangkan UMKM di Kabupaten Karawang. Permasalahan UMKM di Karawang bukan hanya kesulitan dalam pemasaran, tetapi juga mengenai legalitas produk. Sampai saat ini, masih banyak pelaku UMKM di Karawang yang belum mengantongi sertifikasi halal yang disebabkan oleh mahalnya biaya pembuatan sertifikasi halal. Sementara jumlah UMKM di Kabupaten Karawang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Meskipun UMKM telah berperan dalam perekonomian daerah, namun masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala. Besarnya peranan UMKM dalam perekonomian nasional dan daerah khususnya di Kabupaten Karawang, sudah sewajarnya para pelaku UMKM mendapatkan perhatian besar terhadap eksistensinya dalam penguatan ekonomi rakyat.

### **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan studi pustaka, studi lapangan, observasi, wawancara dan dokumentasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling, dalam penelitian ini peneliti menentukan beberapa informan berdasarkan karakter dan kesesuaian dengan data yang diperlukan.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Karawang sebagai tempat yang dijadikan untuk mengumpulkan data yang menjadi fokus penelitian ini. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang serta beberapa pelaku UMKM yang dapat mendukung data dan memperkuat informasi yang diperlukan oleh peneliti. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu dipilih berdasarkan karakter dan kesesuaian dengan data yang diperlukan.

### **Hasil**

Kondisi UMKM di Kabupaten Karawang saat ini masih terdapat kesenjangan. Hingga saat ini UMKM belum bisa sepenuhnya masuk ke dalam rantai perdagangan industri besar sehingga UMKM tidak berkembang dengan cepat. Kebanyakan pemilik UMKM di Kabupaten Karawang masih terbatas oleh modal, kemudian keterbatasan pengetahuan warga terhadap teknologi yang ada serta sulitnya

pemasaran produk. Sementara jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang masih mengalami peningkatan setiap tahunnya, terlihat dalam gambar di bawah ini :

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Karawang Tahun 2016-2019**

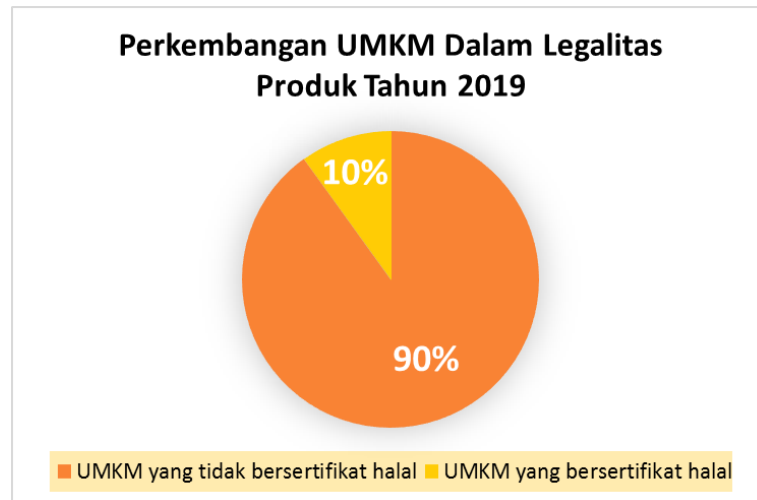
No	Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	Tahun			
		2016	2017	2018	2019
1	Jumlah UMKM Aktif	36.729	43.446	43.825	44.035
2	Jumlah UMKM Keseluruhan	40.484	44.289	44.668	44.878
3	UMKM Industri	4.562	5.892	6.071	6.281
4	UMKM Perdagangan	32.284	34.168	34.340	34.340
5	Jumlah Wirausaha Baru	210	252	315	457

Sumber : Dinkop dan UMKM Kabupaten Karawang, 2020

Dari gambar diatas terlihat bahwa perkembangan UMKM di Kabupaten Karawang memang menunjukkan adanya peningkatan setiap tahunnya, adapun jumlah UMKM pada tahun 2019 mencapai 44.035 UMKM dan menurut Dinas Koperasi dan UMKM mayoritas UMKM di Kabupaten Karawang ini bergerak di sektor makanan dan minuman.

Sejauh ini para pelaku UMKM belum bisa sepenuhnya masuk ke dalam rantai perdagangan industri besar sehingga UMKM tidak berkembang dengan cepat. Karena kebanyakan pemilik UMKM di Kabupaten Karawang masih terbatas oleh modal, kemudian keterbatasan teknologi yang ada serta sulitnya memasarkan produk karena minimnya gerai pemasaran yang disediakan pemerintah kabupaten setempat. Adapun permasalahan lainnya mengenai legalitas produk. Ternyata masih banyak pelaku UMKM di Karawang belum mengantongi legalitas produk salah satunya sertifikasi halal yang disebabkan oleh mahalnya biaya pembuatan sertifikasi halal.

**Diagram 1.1 Perkembangan UMKM dalam Legalitas Produk Tahun 2019**



(Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten, 2020)

Berdasarkan diagram diatas sangat terlihat jelas perbandingan presentase UMKM yang sudah memiliki sertifikasi halal hanya mencapai 10% akan tetapi yang belum mengantongi sertifikasi halal mencapai 90%. Sejauh ini Dinas Koperasi dan UMKM Karawang hanya bisa memfasilitasi sertifikasi halal pada 100 UMKM saja pertahunnya, karena terbatasnya anggaran. Selain itu, Dinas Koperasi dan UMKM juga memberikan bimbingan atau sosialisasi mengenai teknis mendapatkan sertifikasi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) serta membimbing dalam hal pengemasan produk. Mengingat perizinan menjadi salah satu hal pokok yang harus dimiliki oleh para pelaku UMKM, sehingga sertifikasi halal sangat penting bagi UMKM sebagai jaminan kehalalan produk yang dipasarkan kepada masyarakat terutama dalam bidang makanan dan minuman.

Selain masalah legalitas produk, ada juga masalah perdagangan yaitu strategi pemasaran produk. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang sebagai pembina mempunyai peran penting dalam pengembangan pengetahuan para UMKM agar mereka dapat bersaing dan memiliki pasar yang lebih luas.

Dalam pelaksanaan untuk mendukung kemudahan akses terhadap pengembangan usaha UMKM, saat ini upaya yang telah dilakukan Dinas Koperasi

dan UMKM di Kabupaten Karawang dalam pengelolaan pemberdayaan UMKM yaitu dengan mengadakan bazar untuk membantu memasarkan produk UMKM agar lebih dikenal masyarakat luas khususnya masyarakat Kabupaten Karawang, selain itu Dinas Koperasi dan UMKM juga sudah bekerjasama dengan komunitas UMKM dan sahabat UMKM dengan binaan yang berbeda lalu membentuk situs jual beli online agar memudahkan para UMKM dalam memasarkan produknya.

Kemajuan teknologi saat ini sangat dimanfaatkan oleh Dinkop dan UMKM dalam membantu pemasaran pelaku UMKM. Dijaman yang canggih seperti sekarang ini jual beli secara online memang sedang menjadi trend di kalangan masyarakat sehingga, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang melihat hal ini sebagai peluang untuk dapat membantu para pelaku UMKM dalam memasarkan hasil produksinya. Namun tentu para pelaku UMKM belum seluruhnya melek teknologi, sehingga pemasaran secara online ini belum dapat menyelesaikan seluruh permasalahan mengenai pemasaran.

Selain menyediakan akses untuk para UMKM memasarkan produknya, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang juga mengajak partisipasi dari pengusaha-pengusaha yang telah maju dan mempunyai outlet sendiri untuk dapat membantu para UMKM pemula dalam memasarkan produknya dengan menyediakan sedikit tempat di dalam outletnya untuk menjual produk dari para UMKM pemula. Selain itu Dinkop dan UMKM juga mengajak untuk bekerjasama dengan toko-toko besar yang ada di Kabupaten Karawang agar dapat memasukan produk-produk dari pengusaha lokal. Namun apa yang telah dilakukan oleh Dinkop dan UMKM ini belum sepenuhnya dapat mengatasi permasalahan menyangkut pemasaran yang dihadapi oleh para UMKM, karena tahap ini belum dapat menyentuh sebagian besar para pelaku UMKM yang berjumlah sangat banyak di Kabupaten Karawang sehingga hanya sebagian kecil UMKM saja yang dapat merasakan program-program ini. Sehingga masih diperlukan strategi lainnya agar UMKM di Karawang dapat terus berkembang dan berdaya saing.

Dinkop dan UMKM Kabupaten Karawang dalam mengelola anggaran tidak hanya bergantung dari APBD saja. Tetapi dengan mengajak partisipasi dari pihak lain yaitu BUMN dan swasta. Dengan mengajak BUMN dan pihak swasta untuk ikut berpartisipasi merupakan langkah yang baik agar program pemberdayaan dan pengembangan UMKM bisa berjalan secara optimal.

Bekerjasama dan mengajak partisipasi pihak swasta dalam pemberdayaan dan pengembangan UMKM tentu memberikan dampak yang positif, selain membantu dalam proses pembinaan pihak swasta juga dapat memberikan bantuan dalam masalah permodalan bagi para UMKM. Hal ini dapat mengurangi kendala yang dialami Dinkop dan UMKM Kabupaten Karawang dalam melaksanakan program-program pemberdayaan dan pengembangan UMKM yang memiliki keterbatasan anggaran. Sehingga dengan bekerjasama dan mengajak partisipasi pihak swasta program pemberdayaan dan pengembangan UMKM dapat terus berjalan, namun dengan adanya keterbatasan anggaran ini proses pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Kabupaten Karawang secara keseluruhan belum berjalan optimal, karena baru sedikit UMKM yang dapat terjangkau dan mendapatkan fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.

Karena masih banyaknya kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, maka pembinaan merupakan langkah yang paling penting agar mereka dapat mengatasi kesulitan-kesulitan tersebut. Dalam hal ini Dinas Koperasi dan UMKM sudah melakukan sebuah strategi dalam melaksanakan pembinaan terhadap para pelaku UMKM. Adanya pembinaan tentu diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan untuk mengembangkan usahanya, baik itu dalam hal hal membuat produk, memasarkan produknya sampai dengan kemampuan untuk manajemen usahanya dengan baik.

Dinas Koperasi dan UMKM sebagai agen pemberdayaan memiliki peran dalam meningkatkan kualitas UMKM, selain itu membantu UMKM dalam melakukan perdagangan lokal ataupun regional. Pada dasarnya pemasaran merupakan strategi yang harus dipikirkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya. UMKM akan sulit berkembang jika pelaku usaha tidak mengetahui bagaimana memasarkan suatu produk. Maka dari itu Dinas Koperasi dan UMKM selaku lembaga pemerintahan yang mempunyai fungsi dalam memberdayakan dan mengembangkan UMKM tentu mempunyai kewajiban untuk membantu para UMKM dalam memasarkan hasil produknya baik dalam perdagangan lokal ataupun regional.

Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang telah menjalankan perannya sebagai pembina yaitu dengan membuat program pelatihan. Namun dalam proses pembinaan, Dinas Koperasi dan UMKM mengalami beberapa kendala

diantaranya sumber daya manusia yang ada terbatas untuk melakukan pembinaan, maka dari itu Dinkop dan UMKM selaku pemerintah tidak hanya melaksanakan bimbingan secara langsung, tetapi juga mengajak berbagai pihak untuk ikut dalam upaya pembinaan kepada UMKM. Adapun pemberdayaan yang telah dilakukan diantaranya dengan melakukan bimbingan teknis (bintek) atau melalui pelatihan, baik dalam hal pelatihan pengemasan, memudahkan proses mendapatkan legalitas produk atau sertifikasi halal, dan beberapa program yang dirumuskan terkait dengan pengembangan UMKM.

Selain itu untuk pembinaan atau pelatihan yang dilakukan oleh Dinkop dan UMKM sejauh ini belum sepenuhnya dapat dirasakan oleh seluruh pelaku UMKM, karena masih banyak UMKM yang mengeluhkan tidak adanya pelatihan atau pembinaan yang diberikan oleh dinas tersebut kepada beberapa UMKM. Untuk bimbingan hanya dilakukan dua sampai tiga kali dalam setahun belum secara rutin, karena keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia yang ada. Sehingga untuk bimbingan yang diberikan masih belum optimal dan belum dirasakan secara menyeluruh oleh UMKM.

Sejauh ini tentunya dalam pemberdayaan selalu ada pengawasan yang dilakukan oleh Dinkop dan UMKM kepada para UMKM untuk mengontrol sejauh mana perkembangan para UMKM dalam pengembangan usahanya. Pengawasan tersebut biasanya dilakukan oleh Dinkop dan UMKM dengan cara mendatangi ke toko atau ke rumah produksi para pelaku UMKM untuk melihat sejauh mana perkembangan usaha para pelaku UMKM. Untuk pengawasan atau pengontrolan, biasanya dilakukan dua sampai tiga kali dalam setahun karena kurangnya SDM yang ada di Dinas Koperasi dan UMKM sehingga tidak bisa mengontrol secara rutin.

Dinas Koperasi dan UMKM sudah melakukan monitoring mengenai pengembangan usaha UMKM, serta menciptakan situasi atau iklim yang kondusif bagi masyarakat dengan pemantauan atau pengawasan yang dilakukan tetapi belum maksimal karena terkendala oleh SDM yang ada di Dinas Koperasi dan UMKM. Sehingga dengan keterbatasan tersebut pengawasan hanya dilakukan satu sampai dua kali dalam setahun dan itupun tidak semua UMKM mendapat pengawasan hanya sebagian UMKM saja.



## **Pembahasan**

Dinas koperasi dan UMKM dalam pemberdayaan UMKM mengacu pada konsep pokok strategi yaitu diantaranya inovasi, diferensiasi pasar, jangkauan dan pengendalian biaya. Berdasarkan fokus penelitian dalam dimensi inovasi, disini membahas mengenai bagaimana Dinas koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang dapat merumuskan strategi untuk meningkatkan kinerja dalam pembinaan untuk memberdayakan dan mengembangkan UMKM di Kabupaten Karawang agar lebih berdaya. Dari hasil penelitian yang dilakukan dalam strategi inovasi Dinkop dan UMKM sudah memberikan pembinaan dan pelatihan kepada para UMKM yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan Dinkop dan UMKM Kabupaten Karawang telah menyusun strategi dalam memberdayakan sekaligus mengembangkan UMKM melalui bintek, diklat, studi banding dan mengajak partisipasi dari pihak BUMN dan swasta. Secara umum proses pembinaan ini belum optimal karena baru dirasakan oleh sebagian kecil UMKM saja, karena masih banyak UMKM yang belum terjangkau oleh Dinkop dan UMKM Kabupaten Karawang.

Selanjutnya dimensi diferensiasi pasar ini membahas mengenai bagaimana Dinkop dan UMKM dapat merumuskan strategi untuk membantu para pelaku UMKM memasarkan hasil produksinya. Pemasaran yaitu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli. Dinas koperasi dan UMKM selaku lembaga pemerintahan yang mempunyai fungsi dalam memberdayakan UMKM tentu mempunyai kewajiban untuk membantu para UMKM dalam memasarkan hasil produksinya. Maka saat ini Dinkop dan UMKM membantu memasarkan produk UMKM melalui bazar maupun pemasaran online serta mengajak para pengusaha yang sudah memiliki *outlet* sendiri untuk membantu pemasaran produk dari UMKM pemula.

Selain itu Dinkop dan UMKM Kabupaten Karawang telah melakukan kerjasama dengan beberapa pengusaha untuk dapat memasukan produk-produk dari UMKM, serta yang terakhir yaitu dengan mengadakannya pameran-pameran atau bazar. Strategi ini sudah cukup baik untuk membantu para UMKM dalam memasarkan hasil produksinya, akan tetapi strategi ini belum optimal karena dengan strategi tersebut akan sangat sulit untuk mengakomodir seluruh UMKM yang ada di Kabupaten

Karawang yang jumlahnya sangat besar, sehingga yang dapat merasakan program-program tersebut hanya sebagian kecil UMKM saja.

Lalu dalam dimensi jangkauan, disini membahas mengenai bagaimana Dinas koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang dapat merumuskan strategi untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan produk unggulan. Hal ini tentu sangat penting dilakukan mengingat persaingan di dalam dunia usaha itu sangat ketat, sehingga perlunya produk unggulan agar UMKM di Kabupaten Karawang dapat bersaing. Produk unggulan menitik beratkan pada *fitur* produk dan menawarkan nilai tambah dari produk tersebut. Produk unggulan adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah. Dalam upaya mengembangkan produk UMKM ini tentu tidak lepas dari peran Dinas koperasi dan UMKM.

Dalam hal ini strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang dalam membantu para UMKM untuk mengembangkan produk unggulan yaitu dengan membuat program pengembangan UMKM melalui dukungan kemasan, pendampingan sarjana untuk pengembangan usaha mikro dan kecil, fasilitasi kerjasama pemasaran produk unggulan dan pengembangan produk unggulan *one vilage one product*. Selain itu juga dinas terkait membuat program fasilitasi sertifikat sehat dan sertifikat halal agar produk UMKM mempunyai nilai tambah tersendiri dan dapat bersaing di pasaran. Strategi pengembangan produk unggulan ini pun belum berjalan secara optimal, karena yang dapat merasakan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah masih sangat sedikit dibanding jumlah UMKM di Karawang yang sangat besar.

Yang terakhir dimensi pengendalian biaya, dimensi ini membahas mengenai bagaimana Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang dapat merumuskan strategi untuk mengelola anggaran dalam memberikan pelatihan dan pembinaan kepada para pelaku UMKM. Strategi pengendalian biaya ini membahas sejauh mana Dinas Koperasi dan UMKM mengontrol anggaran. Strategi ini penting, khususnya ketika dinas harus mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Dalam hal ini strategi pengelolaan anggaran Dinkop dan UMKM dalam memberikan pelatihan dan pembinaan kepada para pelaku UMKM pada indikator pengendalian biaya ini menunjukkan bahwa Dinkop dan UMKM Kabupaten Karawang terhambat oleh anggaran yang terbatas dalam menjalankan program pemberdayaan dan

pengembangan UMKM, akan tetapi Dinkop dan UMKM Kabupaten Karawang menyiasatinya dengan cara mengajak partisipasi dari BUMN dan swasta untuk ikut membantu pembinaan UMKM. Namun dengan anggaran yang terbatas tadi, membuat proses pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Karawang secara keseluruhan belum berjalan secara optimal.

## **Simpulan**

Pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinkop dan UMKM Kabupaten Karawang dirasa kurang optimal terlihat dari pembinaan dan bantuan perizinan usaha dari pemerintah ini belum dapat dirasakan oleh seluruh pelaku UMKM. Selanjutnya para UMKM tidak mendapatkan bantuan modal dari pemerintah daerah, namun sampai saat ini pemerintah daerah sudah cukup membantu para UMKM dalam memasarkan produknya dengan program – program yang sudah dibuat seperti diadakannya bazar akan tetapi baru sebagian kecil UMKM saja yang dapat merasakannya. Namun sejauh ini pemerintah sedikit membantu dalam mengatasi masalah keterbatasan anggaran dengan mengajak partisipasi dari BUMN dan swasta dalam pelaksanaan pemberdayaan UMKM.

## **Referensi**

- Noor, Munawar. 2018. Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah*. Vol 1, No (2), hal 88-89. Universitas Diponegoro.
- Said, Abdullah. 2019. Peranan Dinas Koperasi dan UKM Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Kota Malang (Studi pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, Vol 1, No (2), hal 213-215. Universitas Brawijaya.
- Creswell, John. 2016. *Research Desain Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fahrudin, Adi. 2012. *Pengantar Kesejahteraan Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Hikmat, Harry. 2013. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Mardikanto, Totok dan Poerwoko Soebiato. 2018. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektik Kebijakan Publik*. Alfabeta, CV.
- Nazir, Moh. 2017. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Jayadi, Sukman Yusup. (2017). *Analisis Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Masyarakat Desa Melalui Program Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Untuk Membangun Ekonomi Lokal dengan Studi Kasus Pada*

Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul. Skripsi Fakultas Agama Islam. Universitas Alma Ata Yogyakarta.

Marzuki Achmad. (2016). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Peningkatan Perekonomian Lokal dengan Studi Kasus Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Pada Sentra Industri Batik di Desa Tanjung Bumi, Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhamadiyah Malang.