

**STRATEGI DINAS PERDAGANGAN, PERINDUSTRIAN,
KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM TERHADAP
PELAKU UMKM KECAMATAN TANAH JAMBO AYE**

SKRIPSI

Oleh:

ANANDA FITRIA
NIM. 4022017104

Program Studi
EKONOMI SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2022 M / 1443 H

**STRATEGI DINAS PERDAGANGAN, PERINDUSTRIAN,
KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM TERHADAP
PELAKU UMKM KECAMATAN TANAH JAMBO AYE**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**



Oleh:

**Ananda Fitria
NIM. 4022017104**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2022 M / 1443 H**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**STRATEGI DINAS PERDAGANGAN, PERINDUSTRIAN, KOPERASI DAN
USAHA KECIL MENENGAH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
UMKM TERHADAP PELAKU UMKM KECAMATAN TANAH JAMBO AYE**

Oleh :

ANANDA FITRIA

Nim : 4022017104

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, 20 Januari 2022

Pembimbing I

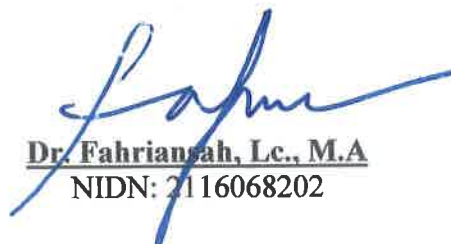

Dr. Abdul Hamid, MA
NIP. 19730731 200801 1 007

Pembimbing II


Rifyal Dahlawy Chalil, M.Sc
NIP. 19870913 201903 1 005

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. Fahriansah, Lc., M.A
NIDN: 2116068202

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “STRATEGI DINAS PERDAGANGAN, PERINDUSTRIAN, KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM TERHADAP PELAKU UMKM KECAMATAN TANAH JAMBO AYE”. An. Ananda Fitria, NIM. 4022017104 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 09 Februari 2022 Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Langsa: 09 Februari 2022

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I


Drs. Junaedi, M. Ed, MA
NIP. 19691231 200901 1 038

Penguji II


Rifyal Dahlawy Chalil, M.Sc
NIP. 19870913 201903 1 005

Penguji III


M. Yahya, SE, M.Si, MM
NIP. 19651231 199905 1 001

Penguji IV


Dr. Miswari, S.Pd, M.Ud
NIP. 19860912 201503 1 004

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Dr. Iskandar Budiman, M. CL
NIP. 19650616 199503 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Fitria
NIM : 4022017104
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Terhadap Pelaku UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye.

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa seluruh isi skripsi ini merupakan karya saya sendiri, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya dalam notasi.

Jika kemudian hari didapati ini bukan karya asli saya, maka saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Langsa, 16 Februari 2022
Hormat saya,



Ananda Fitria

Motto

“hidup adalah perjuangan yang sangat panjang
Dan perjuangan merupakan bukti bahwa kau belum
menyerah.

Peperangan selalu menyertai perjuangan, tetapi akhirnya lahir
suatu kebahagiaan.

Manusia dapat menimbang-nimbang dalam hati, tapi jawaban
lidah berasal dari Tuhan.

Manusia selalu memikir-mikirkan jalannya, tetapi tuhanlah
yang menentukan langkahnya.

Maka, serahkanlah hidupmu pada ALLAH SWT dan
percayalah kepadanya-Nya dan ia akan bertindak”

~Ananda Fitria, 2022~

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	Es(dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha(dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet(dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Š	Es(dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De(dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te(dengan titik dibaah)
ظ	Za	Ẓ	Zet(dengan titik dibawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik(diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berpagabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَي	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

Kataba	=	كَتَبَ
Fa'ala	=	فَعَلَ
Žakira	=	ذَكَرَ
Yazhabu	=	يَذْهَبُ
Suila	=	سُئِلَ
Kaifa	=	كَيْفَ
Haula	=	هَوَّلَ

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَا / اَ	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
ـِي	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
ـُو	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

Qāla	=	قَالَ
Ramā	=	رَمَى
Qīla	=	قِيلَ
Yaqūlu	=	يَقُولُ

4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

- Ta marbutah hidup
Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta marbutah mati
Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.
- Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal	=	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
Rauḍhatul aṭfal		
al-Madīnah al-Munawwarah	=	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madīnatul-Munawwarah		
Ṭalḥah	=	طَلْحَةَ

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

Rabbana	=	رَبَّنَا
Nazzala	=	نَزَّلَ
al-Birr	=	الْبِرُّ
al-Ḥajj	=	الْحَجُّ
Nu'imma	=	نُعْمٌ

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

- Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ج/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.
Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

ar-Rajulu	=	الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	=	السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	=	الشَّمْسُ

al-Qalamu	=	القَلَمُ
al-Badī'u	=	البَدِيعُ
al-Jalālu	=	الجلالُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khuḏūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أَمْرٌ
Akala	=	أَكَلَ

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّا لِلَّهِ أَهْوَى خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn

Wa innalāha lahuwa khairurrāziqīn

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ الْمِيزَانَ

Fa aufu al-kaila wa al-mīzān

Fa auful- kaila wa-mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللّٰهِ الْمَجْرُهَا وَمَرْسَاهَا

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

وَاللَّهُمَّ إِنَّا نَسْتَعِينُكَ بِمَا نَسْتَعِينُكَ عَلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi 'alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

Walillāhi 'alan-nāsi ḥijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illa rasūl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَيْتَةِ مَبَارَكًا

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur'an

Syahru Ramadanal-lazī unzila fihil-Qur'an

وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn

Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabb al-'ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbil-'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhu bikulli syaiin 'alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi iniperlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang senantiasa mencurahkan dan melimpahkan kasih sayang-Nya kepada hamba-Nya dan dengan hidayah-Nya jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan Salam kepada Rasulullah Muhammad SAW yang merupakan rahmatan Lil Alamin yang mengeluarkan manusia dari zaman jahiliyah, menuju zaman peradaban yang islami. Semoga jalan yang dirintis beliau tetap menjadi penerang bagi perjalanan hidup umat manusia, sehingga ia selamat dunia akhirat. Skripsi dengan judul **“Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Terhadap Pelaku Umkm Kecamatan Tanah Jambo Aye”**, tulisan ini menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri Langsa.

Dengan kerendahan hati dan kesadaran penuh, penulis mengucapkan terima kasi sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr.H. Basri Ibrahim, M.A, selaku Rektor IAIN Langsa
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.C.L, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Fahriansah, Lc, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Dr. Abdul Hamid, MA selaku dosen pembimbing I dan Bapak Rifyal Dahlawi Chalil, M.Sc sebagai dosen pembimbing II yang telah meluangkan

waktu dan tenaganya dalam membimbing dan memberikan pengarahan selama proses penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua saya Ayahanda Rusli dan ibunda Juraida, Terima kasih atas dukungan moril maupun materil dan untaian doa-doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
7. Terimakasih kepada My Love, Afdhaluzzikri atas segala *support* dan dukungannya sehingga saya bisa berada pada posisi ini.
8. Teman-teman, terima kasih atas semangat, do'a dan untuk kebersamaan kita yang luar biasa, terutama teman khairun nisa, dan hayatullisa semoga silaturahmi kita tetap terjalin dengan baik.

Akhirnya dengan segala keterbukaan dan ketulusan, skripsi ini penulis persembahkan dan semoga skripsi ini bermanfaat adanya, aamiin. Kesempurnaan hanyalah milik Allah dan kekurangan tentu datangnya dari penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran-saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan ilmiah yang berikutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Penulis

ANANDA FITRIA

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PERSEMBAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR KEASLIAN	
MOTTO	i
TRANSLITERASI	ii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Penjelasan Istilah.....	8
1.5 Kerangka Teori.....	10
1.6 Penelitian Terdahulu	12
1.7 Metode Penelitian.....	17
1.8 Sistematis Pembahasan	23
BAB II: LANDASAN TEORI.....	25
2.1 Strategi	25
2.1.1 Pengertian Strategi	25
2.1.2 Manajemen Strategi	28
2.1.3 Tujuan Manajemen Strategi	29
2.1.4 Perencanaan Strategi	30
2.1.5 Jenis-Jenis Strategi.....	35
2.2 Daya Saing	36
2.2.1 Pengertian Daya Saing	36
2.3 Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)	39
2.3.1 Konsep dan Definisi UMKM	39
2.3.2 Karakteristik UMKM	41
2.3.3 Pengembangan UMKM	45
2.4. Dinas Perdagangan, perindustrian, koperasi dan UKM	46
2.4.1 Pengertian Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM.....	46
2.4.2 Program Kegiatan Bidang Koperasi dan UKM	48
BAB III: PEMBAHASAN	49
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
3.1.1 Profil Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara	49

3.1.2 Struktur Organisasi.....	50
3.1.3 Tugas Pokok Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara.....	52
3.1.4 Fungsi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara.....	52
3.1.5 Kewenang Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara.....	54
3.1.6 Program Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara.....	55
3.1.7 Karakteristik UMKM yang memperoleh Pembinaan dari Dinas Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara	56
3.2 Hasil Wawancara dan Pembahasan.....	56
3.2.1 Data Informan	56
3.2.2 Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara dalam meningkatkan Daya Saing pelaku UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye.....	59
3.2.3 kendala Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM dalam meningkatkan daya saing UMKM pelaku UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye.....	72
BAB IV: PENUTUP.....	75
4.1 Kesimpulan	75
4.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80
PROFIL MAHASISWA	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye	4
Tabel 1.2 Kajian Terdahulu.....	12
Tabel 2.1 Karakteristik UMKM.....	44
Tabel 2.3 Karakteristik UMKM.....	45

DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka Konseptual.....	10
3.1 Struktur Dinas	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pertanyaan Kedinas	83
Lampiran 2 : Pertanyaan ke UMKM.....	85
Lampiran 3 : Jumlah UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye.....	86
Lampiran 4 : Jawaban Wawancara dengan Responden	100
Lampiran 5 : Foto Dokumentasi	109

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, Dan Usaha Kecil Menengah dalam meningkatkan daya saing UMKM terhadap pelaku UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye. Masalah yang diidentifikasi oleh peneliti dalam penelitian ini diantaranya sumber daya manusia yang kurang, Jaringan kerja sama dan kemitraan yang masih terbatas, rendahnya penyerapan kredit dari lembaga perbankan atau lembaga keuangan, rendahnya intensitas upaya pemberdayaan, pelatihan dan pengembangan konsultan keuangan atau pendampingan UMKM, proses produksi masih bersifat konvensional, kurangnya strategi ekspansi bisnis serta kurang tanggap atas pergerakan kebutuhan pasar, belum maksimal nya pemasaran secara online. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai penerapan strategi dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Dan Usaha Kecil Menengah dalam meningkatkan daya saing terhadap pelaku UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan, yaitu penelitian yang mengambil data primer dari lapangan atau lokasi penelitian tertentu. Kemudian teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis data dengan reduksi data, penyajian data, verifikasi data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian diketahui strategi yang digunakan adalah melakukan pemberdayaan, pembinaan, pengawasan dan perlindungan terhadap pelaku UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye. Realita nya pelatihan yang diberikan kurang berdampak, dikarenakan pelatihan yang diberikan tidak sering. Masih banyak pelaku UMKM tidak mendapatkan bantuan, dan sebagian UMKM tidak mendapatkan kesetaraan. Kendala dalam meningkatkan daya saing adalah kurangnya alat untuk menunjang proses produksi dan pelatihan yang diberikan tidak sering.

Kata Kunci: *Strategi, Daya Saing, Pelaku UMKM*

ABSTRACT

This study aims to determine the strategy of the Department of Trade, Industry, Cooperatives, and Small and Medium Enterprises in increasing the competitiveness of MSMEs against MSME actors in Tanah Jambo Aye District. Problems identified by researchers in this study include lack of human resources, limited network of cooperation and partnerships, low absorption of credit from banking institutions or financial institutions, low intensity of empowerment efforts, training and development of financial consultants or MSME assistance, production processes are still conventional, lack of business expansion strategies and are less responsive to the movement of market needs, online marketing has not been maximized. This study uses qualitative research that is useful for providing facts and data regarding the implementation of strategies from the Department of Industry, Trade, Cooperatives, and Small and Medium Enterprises in increasing competitiveness against MSME actors in Tanah Jambo Aye District. This study uses a type of field research, namely research that takes primary data from a particular field or research location. Then the data collection techniques using interview, documentation, and observation techniques. Data analysis techniques with data reduction, data presentation, data verification, and drawing conclusions. The results showed that the strategy used was to empower, develop, supervise and protect SMEs in Tanah Jambo Aye District. The reality is that the training provided is less impactful, because the training provided is not frequent. There are still many MSME actors who do not get assistance, and some MSMEs do not get equality. Obstacles in increasing competitiveness are the lack of tools to support the production process and the training provided is not frequent.

Keywords: Strategy, Competitiveness, MSME Actors

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan bagian integral dari dunia usaha nasional yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Mengingat peranannya dalam pembangunan, usaha kecil dan menengah (UKM) harus terus dikembangkan dengan semangat kekeluargaan, saling isi mengisi, saling memperkuat antara usaha yang kecil dan besar dalam rangka pemerataan serta mewujudkan kemakmuran yang sebesar-besarnya bagi seluruh masyarakat Indonesia. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan masyarakat harus saling bekerjasama. Masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan, sedangkan Dinas Perindustrian dan Perdagangan berkewajiban untuk mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan iklim usaha.¹

Kegiatan UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang dapat bertahan bahkan berkembang, ketika menghadapi berbagai tantangan perekonomian baik secara global maupun nasional. Selain itu, karena ketahanan nya tersebut, UMKM juga menjadi model usaha yang dapat diandalkan tidak saja untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang produktif, namun juga menambah lapangan pekerjaan baru melalui munculnya berbagai industri kreatif

¹ Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 99.

Oleh karena itu, UMKM memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia melewati krisis moneter 1998, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional.²

Kementerian Koperasi dan UMKM menyebutkan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa swasta, dan industri pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif, industri kreatif perlu dikembangkan karena memiliki peranan penting. Pertama, sektor industri kreatif memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan seperti peningkatan lapangan pekerjaan, peningkatan ekspor, dan sumbangannya terhadap pendapatan daerah. Kedua, menciptakan iklim bisnis positif yang berdampak pada sektor lain. Ketiga, membangun citra dan identitas bangsa seperti turisme, ikon nasional, membangun budaya, warisan budaya, dan nilai lokal. Keempat, berbasis kepada sumber daya yang terbaru seperti ilmu pengetahuan dan peningkatan kreativitas. Kelima, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa. Terakhir, dapat memberikan dampak sosial yang positif seperti peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial.³

Kecamatan Tanah Jambo Aye merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Aceh Utara, di mana di kecamatan tersebut terdapat kota

²Djaslim Saladin, *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan* (Bandung: Linda Karya, 2013), h. 49.

³Abidin Dharma, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi dan UKM* (Tangerang: Media Pers, 2014), h. 95.

Panton Labu, kota panton labu merupakan kota kecil yang berada dikecamatan Tanah Jambo Aye, tempat yang strategis untuk para pelaku usaha UMKM yang bergerak di bidang mereka masing-masing terutama untuk di bidang kuliner karena panton labu menjadi tempat transit bus dari luar daerah. Banyaknya jumlah UMKM yang terdapat di Kecamatan Tanah Jambo Aye dipanton Labu menjadi hal utama dalam keaktifan dan persaingan pasar yang terjadi di Panton Labu tersebut. Banyak ras dan suku yang masuk dalam Kota Panton Labu seperti Tiong Hoa, Jawa, Pidie yang membuat Kota Panton Labu menjadi berkembang sangat strategis dalam mengembangkan usaha UMKM. Kecamatan Tanah Jambo Aye banyak terdapat berbagai bentuk makanan dan jenis usaha seperti menjahit, membuat kerajinan tangan seperti tas yang terbuat dari anyaman bambu, kain dan tas sulaman Aceh, keripik, makanan khas Aceh, dan pisang sale. Kecamatan Tanah Jambo Aye juga memiliki potensi usaha lainnya, dimana banyak masyarakatnya yang mempunyai tambak, sawah dan kebun, sehingga banyak usaha yang dapat dibuka dan berkembang. Banyak juga masyarakat yang membuka industri rumahan seperti jahit baju yang akan dikirim ke berbagai toko baju yang ada di Panton Labu dan juga dikirim ke berbagai daerah. Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara melihat banyak potensi dan karya-karya kerajinan yang mempunyai potensi yang bagus sehingga menjadi tanggung jawab untuk mendampingi, membantu dan memberikan pelatihan-pelatihan agar masyarakat dapat mengembangkan bakat-bakat mereka

sehingga dapat memasarkan hasil usaha-usahanya hingga dapat bersaing dengan negara luar.⁴

Tabel 1.1
Jumlah UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye Tahun 2016-2020

No	JENIS	Jumlah UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Bidang Kuliner					
	a. Jumlah Usaha Mikro	-	48	64	65	65
	b. Jumlah Usaha Kecil	-	-	23	23	23
2	Bidang Fashion					
	a. Jumlah Usaha Mikro	-	41	48	48	50
	b. Jumlah Usaha Kecil	-	13	13	13	13
3	Bidang Otomotif					
	a. Jumlah Usaha Mikro	-	26	29	29	33
	b. Jumlah Usaha Kecil	-	10	10	10	10
4	Bidang Agrobisnis					
	a. Jumlah Usaha Mikro	-	36	36	36	37
	b. Jumlah Usaha Kecil	-	19	19	19	19
5	Bidang Teknologi Internet					
	a. Jumlah Usaha Mikro	-	8	16	16	16
6	Bidang Lainnya					
	a. Jumlah Usaha Mikro	-	432	432	433	563
	b. Jumlah Usaha Kecil	-	43	43	43	43

Sumber: Dinas Perdagangan, Perindustrian, koperasi dan UKM

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa terdapat banyak UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye. Akan tetapi dalam 5 tahun terakhir tidak mengalami perubahan yang signifikan dari jumlah UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye tersebut. Hal ini dikarenakan banyak dari UMKM tidak berani untuk mengambil langkah besar dalam mengembangkan usahanya, sehingga UMKM

⁴Hasil observasi penulis di UMKM Pantan Labu Tanah Jambo Aye, Aceh Utara.

tersebut tidak berkembang dan dikenal banyak orang. Masyarakat sekitar juga beranggapan bahwa memulai suatu usaha akan berisiko tinggi sehingga UMKM di Kecamatan tersebut tidak meningkat. Dari Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah telah melakukan banyak hal untuk membantu para pelaku UMKM akan tetapi sebagai dari pelaku tersebut beranggapan bahwa usaha mereka tidak perlu dikenal luas, akan tetapi pasaran di lingkungannya terus ada.

Dinas perdagangan, perindustrian, koperasi dan UMK Aceh Utara tentunya memiliki peran penting khususnya bagi UMKM dalam melakukan pendataan, pelatihan, pemberdayaan, promosi, pelayanan serta pengawasan untuk meningkatkan perkembangan industri kreatif di Panton Labu Aceh Utara yang dilakukan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi.

Peran UKM dalam perekonomian Indonesia ternyata belum mampu meningkatkan daya saing ekonomi di tingkat Internasional, utamanya di regional ASEAN. Rendahnya daya saing ekonomi Indonesia disebabkan oleh banyak faktor. Permasalahan pokok yang sering dihadapi oleh sebagian besar usaha kecil antara lain pemasaran, keuangan, manajemen, teknologi, lokasi, sumberdaya manusia, dan struktur ekonomi.⁵ Menghadapi persoalan-persoalan UKM yang telah dikemukakan di atas, pemerintah telah melakukan berbagai upaya yang sekaligus menunjukkan komitmen untuk meningkatkan kinerja dan daya saing ekonomi Indonesia. Komitmen tersebut secara institusi ditunjukkan

⁵Astari, *Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* (Jakarta: Media, 2019), h. 89.

melalui pembentukan kementerian yang menangani UKM sejak jaman pemerintah orde baru.⁶

Hasil Obsevasi awal penulis terhadap pelaku UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye menunjukkan bahwa belum optimalnya strategi Dinas Disperindag dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye seperti dalam melakukan pemberdayaan karena hanya sebatas seminar dan pelatihan yang bersifat sementara dan pelatihan yang diberikan dibatasi untuk beberapa pelaku saja. Seminar dan pelatihan hanya diberikan 1-3 hari saja dan dilakukan maksimal 3 kali dalam setahun sehingga tidak begitu efektif, pelatihan yang hanya bersifat sementara tersebut tidak akan membuat pelaku UMKM menjadi kreatif, inovatif dan kurangnya pemahaman untuk mengembangkan produk yang dihasilkan dan juga kurangnya promosi untuk memperkenalkan produk UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye sehingga tidak dikenal baik di dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu juga kurangnya pemahaman pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya di masa serba digitalisasi sekarang dan juga kurangnya pendampingan keahlian bidang pencatatan keuangan produknya dan tidak adanya tempat sentra dari produk UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye”.⁷ Anggaran yang didapatkan Disperindag dari pemerintah juga tidak besar, mengakibatkan banyak pelaku UMKM tidak mendapatkan bantuan.

⁶Muhammad Said, *Strategi Pemberdayaan UMKM pada Dinas Koperindag Kabupaten Maros* (Makasar: Mardira, 2016), h. 92-93.

⁷Hasil observasi awal penulis di Dinas Disperindag dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye.

Maka dari sinilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Terhadap pelaku UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye”*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat merumuskan pertanyaan penelitian yang berupa:

1. Bagaimana strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM dalam meningkatkan daya saing UMKM terhadap pelaku UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye?
2. Apa saja kendala Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM dalam meningkatkan daya saing UMKM pelaku UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM dalam meningkatkan daya saing UMKM terhadap pelaku UMKM dikecamatan Tanah Jambo Aye.
- b. Untuk mengetahui kendala Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah dikecamatan Tanah Jambo Aye.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan ilmu pengetahuan, rujukan serta acuan bagi semua pihak yang membutuhkan khususnya tentang strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah dikecamatan Tanah Jambo Aye.

b. Bagi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan ilmu pengetahuan dan wawasan tentang strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah dikecamatan Tanah Jambo Aye

1.4 Penjelasan Istilah

Untuk menghindari dari pemahaman yang berbeda oleh para pembaca dalam memberikan penafsiran serta untuk memudahkan dalam memahami maksud dari judul proposal skripsi ini perlu dijelaskan beberapa istilah sebagai berikut:

- a. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.⁸
- b. Daya saing merupakan kemampuan menghasilkan produk barang dan jasa yang memenuhi pengujian internasional, dan dalam saat bersamaan

⁸M. Manulang, *Manajemen Strategi* (Medan: Perdana Publishing, 2016), h. 16.

juga dapat memelihara tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan daerah menghasilkan tingkat pendapatan dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan eksternal.⁹

- c. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal ini.¹⁰
- d. 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 Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal.¹¹
- e. 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

⁹Anonim, *Profil dan Pemetaan Daya Saing Ekonomi Daerah Kabupaten/Kota di Indonesia* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2018), h. 18.

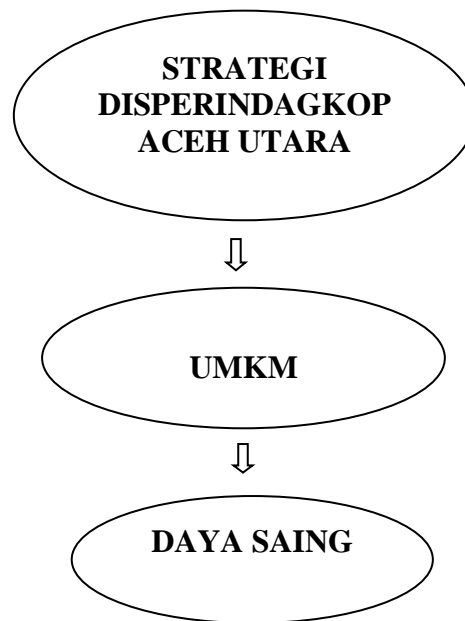
¹⁰Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.

¹¹Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting* (Jakarta: LP3ES, 2012), h. 11.

atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal.¹²

1.5 Kerangka Teori

Bagan Kerangka Teori



Gambar 1.1
Kerangka Konseptual

David Hungger mengemukakan strategi merupakan penentuan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengoordinasikan aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah. Strategi mengatakan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dan jenis organisasi seperti apa yang hendak dijalankan.

¹²Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting* (Jakarta: LP3ES, 2012), h. 11.

Strategi merupakan suatu proses dalam penentuan rencana dari para pemimpin yang berfokus pada tujuan, dengan disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana cara agar tujuan yang ingin dicapai tersebut dapat tercapai sesuai tujuan yang diinginkan. Dalam suatu rencana pasti nya memiliki strategi, yang mana strategi itu mempunyai peranan yang sangat penting untuk pencapaian tujuan, karena strategi itu dapat memberikan arah dan tindakan yang dapat dilakukan agar tercapai tujuannya.

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan bagian integral dari dunia usaha nasional yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Mengingat peranannya dalam pembangunan, usaha kecil dan menengah (UKM) harus terus dikembangkan dengan semangat kekeluargaan, saling isi mengisi, saling memperkuat antara usaha yang kecil dan besar dalam rangka pemerataan serta mewujudkan kemakmuran yang sebesar-besarnya bagi seluruh masyarakat Indonesia. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan masyarakat harus saling bekerja sama. Masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan, sedangkan Dinas Perindustrian dan Perdagangan berkewajiban untuk mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan iklim usaha.¹³

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Pertama, karena jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensi nya yang

¹³Rachman Soejoedono, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014), h. 13.

besar dalam penyerapan tenaga kerja. Setiap unit investasi pada sektor UKM dapat menciptakan lebih banyak tenaga kerja jika dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar. Ketiga, kontribusi UKM dalam pembentukan PDRB cukup signifikan.

Maka dari itu, merupakan tugas utama bagi Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi untuk melaksanakan kewenangan otonomi daerah dalam melaksanakan tugas desentralisasi di bidang koperasi dan UKM. Sebagai konsekuensinya, hendaknya melakukan berbagai strategi yang tepat serta mengkoordinir setiap hambatan kegiatan untuk mengembangkan potensi sektor usaha kecil dan menengah.¹⁴

1.6 Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti sebagai berikut;

Tabel 1.2 Kajian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Muham- mad Rohadi	Strategi Pengembangan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Disperindag kepada para UMKM di Kabupaten Sumenep yaitu: 1. penciptaan iklim usaha yang baik	Lokasi penelitian: Disperindag. Fokus penelitian: Strategi Dinas dalam meningkatkan usaha UMKM.	Peneliti memfokuskan penelitian terhadap strategi Dinas Disperindag dalam meningkatkan daya saing UMKM. Strategi yang

¹⁴Wibowo, *Manajemen Kinerja* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 63.

			<p>dengan menggunakan program pemberdayaan skill dan teknologi,</p> <p>2. pembuatan informasi terpadu dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang berupa website,</p> <p>3. Pendirian pusat konsultasi dan pengembangan UMKM berupa MUSRENBANG antar kecamatan yang dimotori oleh Badan Perencanaan Daerah Kabupaten Sumenep, dan</p> <p>4. Sistem pemasaran bersama yang diberikan oleh disperindag melalui pameran tingkat lokal, regional, dan tingkat nasional.</p>	<p>Instrument penelitian yang digunakan: melalui observasi, wawancara dan dokumentasi</p> <p>Teknik pengumpulan data: wawancara, observasi, dan Dokumentasi .</p> <p>Teknik analisis data meliputi: tahap reduksi data, tahap penyajian, tahap penarikan kesimpulan.</p>	<p>digunakan yaitu; pemberdayaan , pembinaan, pengawasan dan perlindungan.</p>
--	--	--	--	--	--

2	Afandi Adnan	Strategi Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam Peningkatan Daya Saing UKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan Departemen Koperindag dalam memberdayakan usaha kecil, mikro, dan menengah tidak berjalan optimal. Pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah pada tahap awal cukup berperan dengan memberikan pelatihan dan konseling. Fase partisipatif masyarakat dan pemerintah telah berkolaborasi dalam mengembangkan UMKM. Sementara pada fase emansipatoris pemerintah masih terkendala pada penyediaan sarana dan prasarana dalam pengembangan UKM.</p>	<p>Lokasi penelitian: Disperindag.</p> <p>Instrument penelitian yang digunakan: melalui observasi, wawancara dan dokumentasi</p> <p>Teknik pengumpulan data: wawancara, observasi, dan Dokumentasi</p> <p>Teknik analisis data meliputi: tahap reduksi data, tahap penyajian, tahap penarikan kesimpulan.</p>	<p>Peneliti memfokuskan penelitian terhadap Strategi Dinas Disperindag dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pemberdayaan UMKM.</p> <p>Teknik analisis data meliputi: tahap reduksi data, tahap penyajian, tahap penarikan kesimpulan tidak ada tahap pengumpulan informasi.</p>
3	Nurul Fadzillah	Strategi Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan Kota	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan peningkatan</p>	<p>Lokasi penelitian: Disperindag.</p>	<p>Peneliti memfokuskan penelitian terhadap Strategi Dinas</p>

		<p>Banda Aceh dalam Meningkatkan Perkembangan Industri Kreatif bagi UMKM</p>	<p>industri kreatif bagi UMKM Kota Banda Aceh, yang sudah disusun dan tercantum dalam Rencana Strategis (Renstra) Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan Kota Banda Aceh Tahun 2017-2022. Pemberdayaan yang dilakukan yaitu melalui pendekatan pembinaan melalui sosialisasi, pelatihan-pelatihan, fasilitas kebutuhan para pelaku UMKM dan pendampingan yang sudah dijalankan dengan baik. Namun, masih adanya kekurangann dari segi pemberdayaan yang belum sepenuhnya optimal dari segi pelatihan maupun fasilitas yang diberikan belum sesuai.</p>	<p>Teknik pengumpulan data: wawancara, observasi, dan Dokumentasi</p> <p>Teknik analisis data meliputi: tahap reduksi data, tahap penyajian, tahap penarikan kesimpulan.</p>	<p>Disperindag dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pemberdayaan UMKM.</p>
--	--	--	--	--	---

4	Muhammad Farid	Strategi Pemberdayaan UMKM pada Dinas Koperindag Kabupaten Maros (Studi Kasus pada Sektor Perdagangan)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan Dinas Koperindag dalam memberdayakan Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah tidak berjalan optimal. Pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah pada fase inisial cukup berperan dengan memberikan pelatihan dan penyuluhan. Selanjutnya pada fase partisipatoris masyarakat dan pemerintah sudah berkolaborasi dalam mengembangkan UMKM. Sementara pada fase emansipatoris pemerintah masih terkendala pada penyediaan sarana dan prasarana dalam pengembangan UMKM.	Lokasi penelitian: Disperindag. Teknik pengumpulan data: wawancara, observasi, dan Dokumentasi	Peneliti memfokuskan penelitian terhadap Dinas Disperindag dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi koperindag dalam memberdayakan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang berfokus pada pangan.
---	----------------	--	--	---	---

Sumber: Penelitian Terdahulu

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan merupakan jenis penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, fokus masalah cenderung melihat realita sebagai fenomena sosial yang akan di ungkapkan maknanya yang berada didalam kedalaman fenomena tersebut.¹⁵

1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi adalah tempat yang mencakup wilayah penelitian dan yang akan menjadi tempat penelitian ini adalah Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara dan pada lokasi pelaku UMKM tanah jambo aye. Waktu penelitian dimulai pada bulan Oktober 2021- Januari 2022.

1.7.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian terdiri dari informan dan responden penelitian. Informan adalah subyek penelitian tidak langsung yang menjadi sumber informasi yang kemudian mengarahkan peneliti kepada responden penelitian. Sedangkan responden penelitian adalah subyek penelitian yang menjadi sumber informasi secara langsung.¹⁶ Ukuran responden ditentukan atas dasar teori kejenuhan dimana titik jenuh berada pada saat data baru tidak lagi memberi tambahan informasi wawasan terhadap pertanyaan penelitian terhadap Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara.

¹⁵Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Republik, dan Ilmu Sosial Lainnya*(Jakarta:Kencana, 2011), h. 53.

¹⁶Komaruddin dan Yooke Tjupaman, *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah, cet. 5* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014). h. 197.

1.7.4 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder:

a. Data Primer

Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri dari sumber utama guna kepentingan peneliti nya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada contoh data yang di peroleh melalui wawancara dengan Dinas Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara.¹⁷

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diambil dari buku, jurnal-jurnal, kamus dan bahan referensi lainnya.¹⁸ Salah satu buku yang digunakan adalah buku dari M. Manulang bukunya manajemen strategi, Anonim bukunya Profil dan pemetaan daya saing ekonomi daerah Kabupaten/Kota di Indonesia, Tulus Tambunan bukunya usaha mikro kecil dan menengah diindonesia.¹⁹

1.7.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, maka alat dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

¹⁷Azuar Juliandi dan Irfan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2013), h. 66.

¹⁸Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surakarta: UNS Press, 2016), h. 82.

¹⁹S. Margona, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Komponen MKDK* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 156.

a. Observasi

Observasi adalah penelitian yang terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, penelitian ikut serta melakukan apa yang dilakukan oleh sumber data dan ikut merasakannya. Dengan demikian, maka data yang diperoleh akan lebih akurat dan lengkap.²⁰ Melihat dan mengamati strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Tanah Jambo Aye dengan melakukan observasi langsung selama 4 bulan.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui tanya jawab secara langsung, wawancara juga merupakan salah satu pengumpulan data, pencarian informasi dengan bertanya langsung kepada responden.²¹ Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara 1 orang pegawai Dinas dan 4 orang pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data-data baik data umum maupun data pribadi. Dokumentasi diperlukan untuk meneliti berbagai dokumentasi serta bahan-bahan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dokumentasi dilakukan dengan

²⁰M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*(Jakarta: Ghalia Indonesia, 2012), h. 82.

²¹*Ibid.*,h. 188.

cara mengumpulkan, menyajikan, melihat serta mengevaluasi laporan serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian.²² Yang menjadi data dokumentasi adalah kinerja Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Tanah Jambo Aye dan juga pelaku usaha UMKM.

1.7.6 Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain yang harus dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap bahan-bahan tersebut agar dapat diinterpretasikan temuannya kepada orang lain. Analisis data melibatkan pengerjaan data, organisasi data, pemilahan menjadi satuan-satuan tertentu, sintesis data, pelacakan pola, penemuan hal-hal yang penting dan dipelajari, dan penentuan apa yang harus dikemukakan kepada orang lain. Jadi data dianalisis pada saat pengumpulan data dan setelah selesai pengumpulan data.²³

a. Analisis sebelum dilapangan

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian.²⁴

²²Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitiandan Teknik Penyusunan Skripsi*(Jakarta: PT. RinekaCipta, 2016), h. 112.

²³Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial.*, h. 217.

²⁴Saifur Rohman, "*Persepsi Santri Terhadap Bank Syariah Pondok Pesantren Al-Mawaddah Jekulo Kudus*", (Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, STAIN Kudus, 2016), h. 60.

b. Analisis selama di lapangan

Analisis ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu, sehingga diperoleh data yang dianggap kredibilitas.

Adapun analisa data dalam hal ini, meliputi antara lain:²⁵

1) *Data reduction* (reduksi data)

Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi dengan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang didapatkan dari data lapangan.

2) *Data display* (penyajian data).

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay kan data atau menyajikan data. Penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, maka data dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk kata-kata atau uraian singkat. Mendisplay kan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Sehingga penyajian data ini dapat berupa data yang telah diperoleh peneliti melalui reduksi data, yaitu peneliti

²⁵*Ibid*, h.60-61.

membuat tabel yang berupa koding data agar jelas dalam menyusun data sehingga akan mudah dipahami.

3) *Verification* (kesimpulan).

Setelah data direduksi dan disajikan, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penelitian ini, penarikan kesimpulan juga sekaligus menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah berada dilapangan.

1.7.7 Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Teknik keabsahan data merupakan teknik yang sangat penting dalam melakukan penelitian kualitatif dengan tujuan agar data tersebut akurat, adapun teknik keabsahan data tersebut sebagai berikut:²⁶

a. Melalui diskusi

Dalam penelitian ini penulis berdiskusi langsung dengan dosen pembimbing dan juga dengan teman-teman yang memiliki kapasitas untuk membantu penelitian agar tercapai hasil yang maksimal. Cara ini penulis lakukan agar menghasilkan wacana awal dan kesimpulan akhir. Diskusi ini bertujuan untuk menyikapi kebenaran hasil penelitian serta mencari titik-titik kekeliruan dalam menginterpretasikan masalah tersebut.

²⁶Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 269-277.

b. Ketekunan pengamatan dan keikutsertaan.

Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik, ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur yang dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang dicari kemudian memusatkan diri pada hal tersebut.

1.8 Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan secara singkat mengenai isi skripsi, yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, kerangka teori, kajian terdahulu, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori yang diperoleh melalui tinjauan pustaka dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian yang telah ditetapkan dan diperoleh melalui penelitian terdahulu.

BAB III Pembahasan

Bab ini menguraikan deskripsi objek penelitian yang relevan dengan masalah yang diteliti, juga menguraikan tentang strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Tanah Jambo Aye dan kendala Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Tanah Jambo Aye. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode analisis yang ditetapkan berlandaskan

pada teori-teori yang ada dan penelitian terdahulu sehingga memungkinkan untuk penarikan kesimpulan.

BAB IV Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir sekaligus menjadi penutup dari skripsi ini.

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi

2.1.1 Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti *strategos* yang artinya komandan militer. Saat ini kata strategi digunakan dalam berbagai bidang antara lain manajemen, perdagangan dan olahraga. Porter mendefinisikan strategi adalah penciptaan posisi unik dan berharga yang didapatkan dengan melakukan serangkaian aktivitas.²⁷ Strategi saat ini sudah menjadi perbincangan yang sangat umum dan di definisikan sedemikian rupa untuk kepentingan perusahaan ataupun organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Makna yang terkandung dalam strategi adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan eksternal pada satu industri.

Strategi juga dapat diartikan sebagai pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.²⁸

²⁷Senja Nilasari, *Manajemen Strategi itu Gampang Untuk Pemula dan Orang Awam* (Jakarta: Dunia Cerdas, 2014), h. 2-3.

²⁸ Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Cet. Ke-II* (Yogyakarta: Andi, 2000) hal: 17

Ada beberapa definisi strategi menurut para ahli :

- a. Menurut Alfred Chandler strategi adalah penetapan sasaran dan arahan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
- b. Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut.
- c. Menurut Buzzel dan Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan.
- d. Menurut Griffin strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. (*Strategy is a comprehensive plan for accomplishing an organization's goals*). Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.²⁹

Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.³⁰ Strategi merupakan faktor yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan pemimpin yang busa dalam merumuskan strategi yang digunakan.³¹

²⁹Rachmat, Manajemen Strategik, Bandung : CV Pustaka Setia, 2014, hlm. 2

³⁰M. Manullang, *Manajemen Strategi* (Medan:Perdana Publishing,2016), h. 17.

³¹Philip Kotler. Marketing Management jilid 3, penerjemah, Benyamin Molan (Jakarta: Pren Hallindo,2007), hal: 8

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe diantaranya:

- a. Strategi manajemen merupakan suatu ilmu dan seni merumuskan, mengimplementasikan, mengevaluasi keputusan-keputusan yang membuat suatu organisasi dapat mencapai tujuannya. strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar dan sebagainya.
- b. Strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan lain sebagainya.
- c. Strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha/perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan strategi, pelaksanaan rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang. variabel ini di ukur dengan 3 dimensi yaitu *differentiation*, *low cost*, dan *focus strategy*.³²

Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategik, strategi tidak didefinisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai suatu tujuan karena

³²Mahmud dan Anomsari, *Analisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis dalam peningkatan kinerja perusahaan (studi pada usaha kecil menengah di kawasan usaha barito semarang)*, seminar nasional teknologi informasi dan komunikasi terapan 2011 (*semantik 2011*),2011, h. 3.

strategi dalam konsep manajemen strategi mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri (melalui berbagai keputusan strategi (*strategic decision*) yang dibuat oleh manajemen perusahaan) yang diharapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan bersaing perusahaan.³³

2.1.2 Manajemen Strategi

Manajemen strategi (*strategi management*) dapat didefinisikan sebagai seni dan sains dalam memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya. Manajemen strategi berfokus pada pengintegrasian manajemen, pemasaran, keuangan, dan akuntansi, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi untuk memperoleh kesuksesan organisasi.³⁴

Sehingga dapat penulis simpulkan bahwa manajemen strategi adalah merupakan suatu ilmu yang membantu manajerial membuat keputusan terbaik agar tujuan perusahaan, organisasi atau masyarakat tercapai. Dan didalam UMKM sendiri pentingnya Manajemen Strategi yang baik agar segala program yang telah dibuat oleh koperasi dinas sebagai salah satu untuk meningkatkan perekonomian dan mengurangi pengangguran dapat berjalan dengan baik, sehingga semua modal yang diberikan oleh negara tidak sia-sia.

³³ Ismail solihin, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2019) h. 69.

³⁴ Fred R. DAVID, *Manajemen strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (Jakarta: Salemba Empat, 2016). h. 1.

2.1.3 Tujuan Manajemen Strategi

Dalam suatu organisasi perlu dibentuk Tim manajemen yang hebat, untuk mencapai suatu tujuan perusahaan, dan membentuk Manajemen Strategi yang baik. Tujuan manajemen strategi dibentuk, di antara:

- a. Menjelaskan konsep manajemen strategis.
- b. Menjelaskan bagaimana keputusan strategi berbeda dengan keputusan lain yang di buat oleh manajer.
- c. Menyebutkan manfaat dan resiko dari pendekatan partisipatif dalam pengambilan keputusan strategis.
- d. Memahami jenis-jenis keputusan strategi yang merupakan tanggungan jawab para manajer ditingkatkan yang berbeda diperusahaan.
- e. Menghargai penting nya manajemen strategi sebagai suatu proses.
- f. Memberikan contoh-contoh keputusan strategi yang baru-baru ini di buat oleh perusahaan.³⁵

Sedangkan manfaat dari Manajemen Strategi adalah:

1. Dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi perusahaan lebih cepat dan lebih tepat.
2. Menjadi lebih peka dalam menjawab ancaman yang datang dari luar perusahaan.
3. Membuat keputusan terbaik dikarenakan interaksi kelompok mengumpulkan berbagai strategi yang lebih besar.

³⁵D. Guritno, *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan* (Jakarta: Rajawali, 2014), h. 57.

4. Kerjasama dalam tim karyawan di dalam perumusan strategi akan dapat memperbaiki pengertian mereka atas penghargaan produktivitas di dalam setiap perencanaan strategi dan dengan demikian dapat mempertinggi motivasi kerja mereka.
5. Organisasi yang menggunakan konsep manajemen strategi akan lebih *profitable* (menguntungkan) dan lebih berhasil daripada yang tidak menerapkannya.³⁶

2.1.4 Perencanaan Strategi

Perencanaan strategis (*Strategic Planning*) merupakan sebuah instrument manajemen. perencanaan strategic bertujuan untuk membantu organisasi menjalankan tugasnya dengan baik, memfokuskan sumber daya organisasi, menjamin elemen organisasi untuk menuju pengembangan yang baik, menilai dan menyesuaikan arah organisasi dalam mengrespon sebuah perubahan lingkungan. Untuk kepentingan jangka pendek, perencanaan strategis merupakan sebuah usaha yang disiplin untuk memproduksi keputusan dan aksi yang fundamental yang akan menguatkan dan memberikan panduan sebuah organisasi terhadap apa yang akan dilakukan dan bagaimana hal tersebut dilakukan dengan berfokus pada masa depan yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi.

Perencanaan jangka Panjang pada umumnya di maknai sebagai pengembangan perencanaan untuk mencapai sebuah tujuan atau serangkaian Tujuan untuk beberapa tahun dengan asumsi bahwa pengetahuan saat ini tentang kondisi masa depan cukup memadai dan layak sehingga mampu memberikan

³⁶*Ibid* hal. 31-32.

keyakinan tingkat kelayakan atas perencanaan di implementasikan nanti. Lingkungan sektor public mulai sering berubah-ubah melalui cara yang sulit di prediksi. Perencanaan strategis kemudian lebih menekankan pentingnya pengambilan keputusan yang akan memberikan keyakinan akan kemampuan organisasi dalam mengrespon perubahan lingkungan dengan sukses.³⁷

Langkah-langkah perencanaan strategis yang bisa dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM yaitu:

a. Identifikasi Visi, Misi, dan Mandat Dinas Koperasi dan UKM

Identifikasi visi, misi dan mandat diperlukan untuk mengetahui alasan kehadiran suatu organisasi dan Tujuan apa yang ingin diwujudkan dengan membentuk organisasi tersebut. Identifikasi mandat bertujuan untuk mengenali dan memperjelas tugas dan fungsi yang harus dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM.

1. Visi organisasi adalah gambaran tentang apa yang akan terjadi di masa mendatang dan menjadi arah atau pegangan bagi Dinas Koperasi dan UKM dalam mewujudkan cita-cita yang selaras dan berkesinambungan.
2. Misi organisasi adalah Tujuan yang unik yang dapat membedakannya dengan organisasi lain yang sejenis dengan mengidentifikasi cakupan operasinya.
3. Mandat merupakan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan, maka misi adalah mengapa organisasi melakukan apa yang dilakukan.³⁸

³⁷Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba* (Jogjakarta: Laksana, 2014). H. 12.

³⁸ Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 1-2.

b. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

1) Faktor Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan situasi dan kondisi dalam organisasi yang saling mempengaruhi serta terkait dengan misi, mandat, tugas, dan fungsi organisasi tersebut dalam rangka pencapaian Tujuan organisasi. Sedangkan analisis terhadap lingkungan internal Dinas Koperasi dan UKM bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan. Dinas Koperasi dan UKM, yang merupakan aspek-aspek yang membantu maupun yang merintangai pencapaian misi dan pemenuhan mandat.

2) Faktor Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan lingkungan di luar organisasi yang tidak dikendalikan oleh organisasi, namun mempengaruhi organisasi. Lingkungan eksternal Dinas Koperasi dan UKM sangat luas dan kompleks serta selalu berubah-ubah. Perubahan tersebut berlangsung cepat, baik direncanakan maupun tidak direncanakan dan perubahan pasti terjadi. Agar Dinas Koperasi dan UKM tidak mengalami kemunduran, maka Dinas Koperasi dan UKM harus mampu melakukan adaptasi dan merespon perubahan lingkungan eksternal yang terjadi. Lingkungan eksternal organisasi berpotensi menimbulkan peluang dan ancaman bagi Dinas Koperasi dan UKM.³⁹

³⁹ Azhar Arsyad, *Pokok-Pokok Manajemen* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 36.

Sasaran strategis merupakan penjabaran lebih lanjut dari misi dan Tujuan, yang merupakan bagian integral dalam proses pencapaian kinerja yang diinginkan. Focus utama penentuan sasaran ini adalah tindakan dan alokasi sumber daya organisasi dalam kaitannya dengan pencapaian kinerja yang diinginkan. Pada masing-masing sasaran tersebut ditetapkan program kinerja yang mendukung pencapaian sasaran tersebut. Program merupakan kumpulan kegiatan-kegiatan yang sistematis dan terpadu guna mencapai sasaran dan Tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan untuk merealisasikan program yang telah ditetapkan dan merupakan cerminan dari strategi konkret untuk diimplementasikan dengan sebaik-baiknya dalam rangka mencapai Tujuan dan sasaran.⁴⁰

Analisis lingkungan tersebut merupakan landasan utama bagi identifikasi sebagai kekuatan dan kelemahan serta berbagai peluang beserta tantangan yang pada tahap selanjutnya akan dipergunakan sebagai dasar untuk memperoleh isu-isu strategis yang dihadapi organisasi. Sasaran strategis merupakan penjabaran lebih lanjut dari misi dan Tujuan, yang merupakan bagian integral dalam proses pencapaian kinerja yang diinginkan. Focus utama penentuan sasaran ini adalah tindakan dan alokasi sumber daya organisasi dalam kaitannya dengan pencapaian kinerja yang diinginkan. Pada masing-masing sasaran tersebut ditetapkan program kinerja yang mendukung pencapaian sasaran tersebut. Program merupakan kumpulan kegiatan-kegiatan yang sistematis dan terpadu guna mencapai sasaran dan Tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan sesuatu

⁴⁰Usman Effendi, *Asas Manajemen* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 20.

yang harus dilaksanakan untuk merealisasikan program yang telah ditetapkan dan merupakan cerminan dari strategi konkrit untuk diimplementasikan dengan sebaik-baiknya dalam rangka mencapai Tujuan dan sasaran.⁴¹

2.1.5 Jenis-Jenis Strategi

1. Strategi Pemasaran

Menurut Chandra strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.⁴²

2. Strategi Promosi Definisi strategi promosi ialah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk, dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut. Promosi itu sendiri ialah mengomunikasikan program perusahaan terhadap masyarakat konsumen melalui beberapa cara ataupun variable, beberapa cara yang dapat diambil ialah:

- a. Periklanan: Bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.

⁴¹ Ibid.,h.34

⁴² Anam, Khoiril. "Strategi pemerintah dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara." *Journal of Politic and Government Studies* 8.03 (2019): 211-220.

- b. *Personal selling*: Presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan sebuah penjualan.
 - c. *Publisitas*: Pendorong permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.
 - d. *Promosi penjualan*: Kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan dan *publisitas* yang mendorong pembelian konsumen dan dengan efektifitas pengecer.
3. *Strategi Integrasi* Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan perusahaan perusahaan.
4. *Strategi Pengembangan Pasar* Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu untuk membawa produk kearah pasar baru dengan membuka atau mendirikan atau anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap konsumen baru. Manajemen menggunakan strategi ini bila mana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.
- E. *Strategi Diversifikasi* Strategi diversifikasi baik konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi yang

dimaksud disini adalah perusahaan memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perusahaan kepada kelompok konglomerat.⁴³

2.2 Daya Saing

2.2.1 Pengertian Daya Saing

Daya saing merupakan efisiensi dan efektivitas yang memiliki sasaran tepat dalam menentukan arah dan hasil yang ingin dicapai meliputi tujuan akhir dalam menghadapi. Sumihardjo mengemukakan bahwa daya saing meliputi: ⁴⁴

1. Kemampuan memperoleh posisi pasarnya.
2. Kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya.
3. Kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti.
4. Kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

Persaingan antar usaha ini dapat mendukung pelaku usaha untuk lebih meningkatkan dan mengembangkan usahanya agar tetap dapat bertahan dalam persaingan usaha. Hal ini akan meningkatkan omset penjualan dan profitabilitas perusahaan. Indikator yang digunakan dalam pengukuran daya saing adalah pertumbuhan nilai atau volume output, inovasi produk, pangsa pasar, nilai omset, kualitas produk, profit, tingkat pendidikan rata-rata pekerja dan pengusaha, jumlah sertifikat standarisasi yang dimiliki dan jumlah paten yang dibeli,

⁴³ Hari Suminto, Pemasaran Blak-blakan, (Batam: Inter Aksara, 2002), hal: 20

⁴⁴<http://id.m.cendekia.org/shoolar/teori-daya-saing-keunggulan-kompetitif-dan-nilai-tambah/> akses pada tanggal 05 Januari, 10.17 WIB.

standarisasi, jenis teknologi yang digunakan, pemasaran, produksi, produktivitas atau efisiensi, nilai mesin dan peralatan produksi atau nilai asset, jumlah pengeluaran promosi, dan jaringan kerja atau kerja sama dengan pihak lain.⁴⁵

Daya saing juga dapat dipengaruhi oleh kapasitas internalnya, akses kepada sumber daya produktif, kondisi pasar atau permintaan, pangsa pasar, dan kesinambungan pertumbuhan output. Dan juga tidak terlepas dari pengaruh kelembagaan dan kebijakan yang terkait dengan bidang usahanya. Dalam beberapa model konseptual, daya saing UMKM digambarkan sebagai dari hubungan resultan dari hubungan yang kompleks dari berbagai faktor internal maupun eksternal, baik pada tataran *input* dan *output* yang terlibat dalam proses produksi dan pasca produksi.

Strategi yang harus dilakukan oleh pelaku usaha UMKM untuk meningkatkan daya saingnya terdiri dari dua komponen atau *sub-strategi*. Komponen pertama, strategi untuk memenuhi atau pengadaan kelima prasyarat utama tersebut. Pertanyaannya disini adalah bagaimana pengadaan pendidikan, modal, teknologi, informasi dan input secara kontinu dan efisien? Komponen kedua, strategi untuk menggunakan secara optimal kelima syarat tersebut menjadi suatu produk yang kompetitif. komponen kedua, perhatian harus ditujukan pada peningkatan dua hal, yakni kemampuan produksi dan kemampuan pemasaran.⁴⁶

⁴⁵ Ramadini dan Nasution. "Strategi Pengembangan UKM Batik di Kota Medan". (Padang: Universitas Negeri Padang, 2016)

⁴⁶ Suprpti, Anastasia Riani. Ratna Endah Santoso dan Rahmawati. "Inovasi Desain, Teknologi, Dan Pemasaran Lewat Website Usaha Kecil Menengah Batik dan Lutik (Lurik Batik) di Kecamatan Laweyan Surakarta". Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta. 2016.

Upaya peningkatan kemampuan produksi termasuk peningkatan kemampuan teknologi dan kemampuan desain. Sedangkan upaya peningkatan kemampuan pemasaran termasuk promosi, distribusi dan pelayanan pasca penjualan. Kedua penekanan ini sangat penting, dan pada umumnya UMKM di Indonesia kalah bersaing dengan Usaha Besar karena kurang memperhatikan atau kurang mampu di dalam dua bidang ini. Selanjutnya, setiap sub-strategi tersebut bisa dibagi lagi menurut level (tingkatan) yang berbeda, yakni strategi pada level internal dan pada level eksternal. Yang dimaksud dengan strategi pada level internal adalah strategi yang dilakukan di dalam perusahaan atau sepenuhnya hanya oleh perusahaan itu sendiri. Sedangkan strategi pada level eksternal adalah strategi yang dilakukan bersama dengan pihak lain, bisa perusahaan lain atau/dan pemerintah. Membangun jaringan kerja dan kemitraan dengan perusahaan-perusahaan lain merupakan bagian yang sangat penting dari strategi ini. Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas dunia sekarang ini, persaingan semakin ketat, membangun jaringan kerja atau melakukan kemitraan, merger atau akuisisi sudah umum dilakukan oleh perusahaan-perusahaan multinasional dan terbukti strategi ini sangat ampuh untuk bisa tetap bertahan di pasar global.⁴⁷

Dari pendapat diatas dapat penulis simpulkan bahwa daya saing adalah kemampuan dari seseorang atau kelompok untuk menunjukkan keunggulan dalam hal tertentu, dengan cara memperlihatkan situasi dan kondisi yang paling menguntungkan, hasil kerja yang lebih baik dan lebih cepat dibandingkan dengan yang lainnya.

⁴⁷ Ibid. h.36

2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

2.3.1 Konsep dan Definisi UMKM

Secara umum, UKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan).⁴⁸ Usaha atau bisa disebut dengan kewirausahaan. Istilah kewirausahaan menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuel dalam bukunya *Entrepreneurship* adalah tindakan kreatif yang membangun suatu value dari sesuatu yang tidak ada. *Entrepreneurship* merupakan proses untuk menangkap dan mewujudkan suatu peluang terlepas dari sumber daya yang ada, serta membutuhkan keberanian untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan.⁴⁹

Terdapat beberapa definisi UMKM berdasarkan lembaga yang mendefinisikan, diantaranya :⁵⁰

1. Berdasarkan PP No. 7 tahun 2021 pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah :
 - a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah.

⁴⁸Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralabal* (Jogjakarta: Laksana, 2014), h. 12.

⁴⁹Tejo Nurseto, *Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh*, dalam *Jurnal Ekonomi & Pendidikan Vol.1 No.1 february 2014*, h. 3.

⁵⁰Arief Rahmana, *Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*, *Seminar Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Snati, 2019), h. 24.

- 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 Peraturan Pemerintah.
 - 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 Peraturan Pemerintah.
2. Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 99 Tahun 1998, UKM adalah rakyat berskala kecil dengan bidang usaha yang secara umum merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat. Sedangkan pengertian UKM berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), UKM adalah sebuah usaha rakyat yang dapat dilihat dari banyaknya tenaga kerja. Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-9 orang, sedangkan usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang.

3. Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan penggunaan jumlah tenaga kerja pada setiap unit usaha yaitu:
 - a. Usaha kecil merupakan unit usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja lima sampai dengan 19 orang.
 - b. Usaha menengah merupakan unit usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.⁵¹

2.3.2 Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktivitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Usaha mikro kecil merupakan kegiatan usaha yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Usaha – usaha ini umumnya memiliki karakteristik yang hampir sama di setiap wilayah diantaranya memiliki tingkat penghasilan yang rendah, terkelola dengan tidak baik, bahkan dalam beberapa kasus kelompok usaha mikro kecil belum dapat memenuhi kebutuhan dasar seperti gizi, pendidikan, kesehatan, perumahan dan lain-lain.⁵²

Sedangkan kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut PP Nomor 7 Tahun 2021 digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

⁵¹Kementerian Keuangan, *Laporan tim kajian kebijakan antisipasi krisis tahun 2012 melalui program*, h. 4.

⁵² Isnaini Harahap, “analisis dampak penerapan perbankan syariah terhadap sektor UMKM di sumatera utara, (Disertasi , Program Doktor Ekonomi Syariah Pascasarjana UINSU, 2016), h.79-80.

Tabel 2.1**Karakteristik UMKM**

No.	Usaha	Kriteria Aset	Kriteria Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 1 Miliar	Maks. 2 Miliar
2	Usaha Kecil	>1 Miliar- 5 Miliar	>2 Miliar -15 Miliar
3	Usaha Menengah	>5 Miliar – 10 Miliar	>15 Miliar -50 Miliar

Sumber : PP No.7 Tahun 2021

Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu: 1. Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang); 2. Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang); dan 3. Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang).

Dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu:

- a. UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
- b. Usaha Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaannya.
- c. Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
- d. Fast Moving Enterpriseq adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

Tabel 2.2
Karakteristik UMKM

Ukuran Usaha	Karakteristik
Usaha Mikro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap; sewaktu-waktu dapat berganti. 2. Tempat usahanya tidak selalu menetap; sewaktu waktu dapat pindah tempat. 3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun. 4. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha. 5. Sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai. 6. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah. 7. Umumnya belum akses pada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank. 8. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. <p>Contoh: Usaha perdagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar</p>
Usaha Kecil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah. 2. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah. 3. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana. 4. Keuangan perusahaan sudah mulai di pisahkan dengan keuangan keluarga. 5. Sudah membuat neraca usaha 6. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas

	<p>lainnya termasuk NPWP.</p> <p>7. Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha.</p> <p>8. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal.</p> <p>9. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti bussiness planning.</p> <p>Contoh pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya</p>
Usaha Menengah	<p>1. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi.</p> <p>2. Telah melakukan manajemen keuangan.</p>

Sumber : Bank Indonesia

Selain itu, berdasarkan aspek komoditas yang dihasilkan, UMKM juga memiliki karakteristik tersendiri antara lain:

- a) Kualitasnya belum standar. Karena sebagian besar UMKM belum memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Produk yang dihasilkan biasanya dalam bentuk *handmade* sehingga standar kualitasnya beragam.
- b) Desain produknya terbatas. Hal ini di picu keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk. Mayoritas UMKM bekerja berdasarkan pesanan, belum banyak yang berani mencoba berkreasi desain baru.
- c) Jenis produknya terbatas. Biasanya UMKM hanya memproduksi beberapa jenis produk saja. Apabila ada permintaan model baru, UMKM sulit untuk memenuhinya. Kalaupun menerima, membutuhkan waktu yang lama.
- d) Kapasitas dan daftar harga produknya terbatas. Dengan kesulitan menetapkan kapasitas produk dan harga membuat konsumen kesulitan.

- e) Bahan baku kurang terstandar. Karena bahan bakunya diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.
- f) Kontinuitas produk tidak terjamin dan kurang sempurna. Karena produksi belum teratur maka biasanya produk-produk yang dihasilkan sering apa adanya.⁵³

2.3.3 Pengembangan UMKM

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan. Edwin B. Flippo mendefinisikan pengembangan sebagai berikut: “Pengembangan adalah berhubungan dengan peningkatan pengetahuan umum dan pemahaman atas lingkungan secara menyeluruh”. Sedangkan Andrew F. Sikula mendefinisikan pengembangan sebagai berikut: “ Pengembangan mengacu pada staf atau personel adalah suatu proses pendidikan jangka panjang menggunakan suatu prosedur yang sistematis dan terorganisasi dengan mana manajer belajar pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan umum”.⁵⁴

Pengembangan dan pembinaan UMKM perlu dilakukan untuk menumbuhkan kembangkan UMKM di Indonesia menjadi UMKM yang kuat dan tangguh menghadapi segala situasi perekonomian. Pengembangan sektor UMKM bertumpu pada mekanisme pasar yang sehat dan adil. Pihak yang bertanggungjawab dalam pengembangan dan pembinaan UMKM adalah

⁵³Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* 2015, h. 12-15.

⁵⁴http://www.academia.edu/4832768/DEFINISI_PENGEMBANGAN, di unduh pada 20 desember 2021.

pemerintah, badan usaha dan masyarakat.⁵⁵ Imsar menyatakan bahwa pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produk dari kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai tujuan.⁵⁶

Dalam PP No.7 Tahun 2021 pasal 21 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah, juga dijelaskan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang :

- a) Kelembagaan
- b) Produksi
- c) Pemasaran
- d) Inovasi dan Teknologi⁵⁷

Pengembangan usaha tersebut juga melibatkan Dunia Usaha serta Masyarakat dalam berperan serta secara aktif untuk melakukan proses pengembangan tersebut di atas.

2.4 Dinas Koperasi

2.4.1 Pengertian Dinas Koperasi

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah adalah unsur pelaksana pemerintah daerah dibidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, dipimpin oleh

⁵⁵Marliyah, “Strategi pembiayaan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM): studi kasus perbankan syariah di Sumatera utara”,(Disertasi, Program Doktor Ekonomi Syariah Pascasarjana UINSU, 2016), h.89.

⁵⁶Imsar, “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan*”, (Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU, Tidak diterbitkan,2018). h. 6-7.

⁵⁷PP No.7 Tahun 2021, Pasal 21 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah.

seorang kepala dinas yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mempunyai tugas menyelenggarakan sebagian urusan rumah tangga daerah di bidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah serta tugas pembantuan yang diberikan oleh Pemerintah. Fungsi dinas Koperasi dan UKM adalah sebagai berikut: ⁵⁸

- a. Pelaksanaan perumusan kebijakan teknis dibidang Koperasi dan UKM.
- b. Pemberian perizinan dan pelaksanaan pelayanan umum dibidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah.
- c. Pembinaan teknis dibidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah.
- d. Pembinaan unit pelaksana teknis dinas.
- e. Pengelolaan urusan ketatausahaan dinas.
- f. Pelaksanan tugas lain dibidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah sesuai kebijakan yang di tetapkan oleh bupati.

Dinas Koperasi Dan UKM Aceh Utara mempunyai Visi dan Misi, yaitu; Terwujudnya Koperasi Mandiri dan Tangguh serta UKM Naik Kelas 2022.

Sedangkan misi:

1. Meningkatkan Jumlah Koperasi yang Mandiri dan Tangguh melalui Keaktifan, Kesehatan atau Akuntabilitas, serta Kualitas dan Prestasi Koperasi di Provinsi Aceh;

⁵⁸ Disperindagkop Aceh Utara

2. Meningkatkan Jumlah Usaha Kecil dan Menengah Naik Kelas di Provinsi Aceh melalui Pertumbuhan Wirausaha Baru, Semangat Kreatif dan Inovatif, dan Pemasaran Nasional dan Internasional.

2.4.2 Program Kegiatan Bidang Koperasi dan Usaha Mikro

Program Kegiatan Bidang Koperasi dan Usaha Mikro, yakni Sebagai Berikut;

- a. Pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM dengan program pengembangan dan pelatihan yang dilakukan dalam masyarakat untuk meningkatkan skill penjualan dalam berwirausahaan.
- b. Pembinaan dilakukan oleh dinas yaitu membina masyarakat yang mempunyai usaha untuk mendorong proses sosialisasi para pelaku umkm baik dari sikap, keahlian dan pengetahuan serta tanggung jawab sesuai standar yang telah ditetapkan.
- c. Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM melakukan pengawasan terhadap pelaku UMKM agar kegiatan usaha tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan.
- d. Perlindungan dilakukan oleh Dinas Koperasi dan ukm dilaksanakan dalam program pemberian logo halal pada kuliner untuk mendukung penjualan produk umkm dan menciptakan iklim usaha yang kondusif dengan kegiatan fasilitas pengembangan UMKM.⁵⁹

⁵⁹ Adi Fahrudin, *Pengantar Kesejahteraan Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2012), h. 9.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

3.1.1 Profil Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara

Penelitian ini dilakukan pada Instansi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara yang bertempat di JL. Koperasi No.1, Lhokseumawe. Kab. Aceh Utara. Dinas perindustrian, perdagangan, koperasi, dan UKM Aceh Utara adalah instansi pemerintah Aceh Utara yang dibentuk berdasarkan peraturan Qanun Nomor 6 Tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Aceh Utara.

Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM sebagai Pembina dan pengembang usaha kecil dalam menjalankan tugasnya, berperan sebagai fasilitator atau penyedia layanan dalam memberikan pelatihan-pelatihan yang bertujuan meningkatkan usaha mikro kecil menengah yang ada di kampung-kampung. Pada umumnya sumber daya yang dimiliki oleh pelaku industri kecil masih relative sederhana dan bersifat tradisional, terutama disektor pengetahuan produksi dan manajemen sehingga pelaku industri sulit lepas dari kesulitan-kesulitan untuk menuju tahap lepas landas.

Sumber daya manusia dari pelaku industri kecil masih sangat minim pengetahuan dan pemahaman akan manajemen industri, namun dengan adanya seminar dan pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pihak dinas dapat membuat

para pelaku UMKM menjadi lebih mengerti bagaimana menjalankan usaha dan mengelola usaha tersebut agar hasil usaha yang mereka tekuni dapat menghasilkan nilai jual yang lebih tinggi. Pelaku industri kecil diberikan pelatihan-pelatihan serta seminar pengetahuan dan wawasan teknis dan non teknis mengenai pengembangan usahanya.⁶⁰

- **Visi**

Terwujudnya Koperasi Mandiri dan Tangguh serta UKM Naik Kelas 2022.

- **Misi**

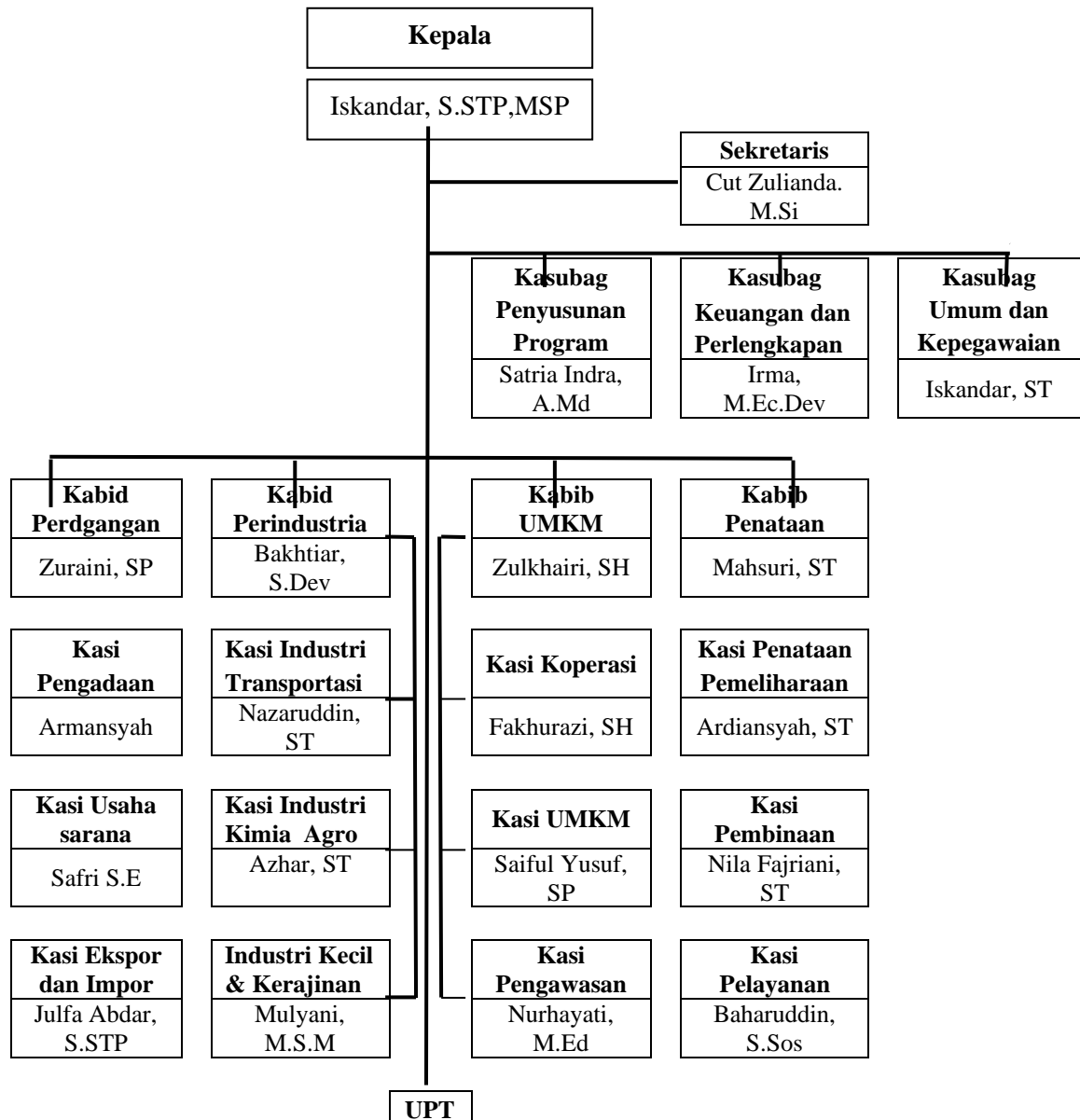
1. Meningkatkan Jumlah Koperasi yang Mandiri dan Tangguh melalui Keaktifan, Kesehatan atau Akuntabilitas, serta Kualitas dan Prestasi Koperasi di Provinsi Aceh;
2. Meningkatkan Jumlah Usaha Kecil dan Menengah Naik Kelas di Provinsi Aceh melalui Pertumbuhan Wirausaha Baru, Semangat Kreatif dan Inovatif, dan Pemasaran Nasional dan Internasional.

3.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi sangat berpengaruh terhadap keberhasilan sebuah perusahaan, terutama dalam mengatasi masalah sumber daya manusianya. Struktur organisasi dapat diartikan sebagai sebuah susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Struktur organisasi merupakan suatu cara

⁶⁰ Panduan Pelatihan Anoraga,P dan Sudanto.2002.koperasi,kewirausahaan,dan usaha kecil

pembagian tugas pekerjaan yang kemudian dikelompokkan serta dikoordinasikan formal.



3.1.3 Tugas Pokok Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara

Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mempunyai tugas umum pemerintahan dan pembangunan dibidang perindustrian, perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah berdasarkan peraturan perundang-undangan. Terkait dengan tugas dan fungsinya maka, kantor ini dapat memberikan informasi mengenai persuratan industri, koperasi, dan perdagangan seperti Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Usaha, surat Izin Usaha Perusahaan Perantara Perdagangan Properti (SIU-P4), hingga Surat Izin Usaha Jasa Survey.⁶¹

3.1.4 Fungsi Dinas Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara

Fungsi Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM Aceh Utara Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, Dinas Perindustrian, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, mempunyai fungsi⁶²:

1. Pelaksanaan urusan ketatausahaan Dinas;
2. Penyusunan program kerja tahunan, jangka menengah dan jangka panjang;
3. Penyusunan dan perumusan kebijakan teknis dibidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi;

⁶¹ <https://idalamat.com/alamat/15490/dinas-koperasi-dan-ukm-kab-aceh-utara-nanggroe-aceh-darussalam> diakses pada tanggal 05 Januari 2022.

⁶²Disperindag Aceh Utara

4. Peningkatan keterpaduan penyusunan rencana dan program antar instansi terkait di daerah dibidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi;
5. Pemberian rekomendasi perizinan, pendaftaran perusahaan dan pelaksanaan pelayanan umum dibidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi;
6. Pembinaan dan pengembangan perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi;
7. Pemantauan operasional perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi;
8. Promosi, informasi dan pameran bagi upaya pengembangan perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi;
9. Pencegahan dan penanggulangan pencemaran akibat kegiatan industri guna menjaga kelestarian lingkungan;
10. Penyediaan dan kelancaran distribusi barang beredar dan jasa bagi kepentingan industri perdagangan dan masyarakat;
11. Pelaksanaan penyidikan di bidang pendaftaran perusahaan dan perlindungan konsumen;
12. Pengawasan barang beredar dan jasa, penerapan standar, perbaikan serta peningkatan mutu barang dan jasa, perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual (haki) dan memfasilitasi sertifikasi Eko Labeling, Sertifikasi Standar Mutu, Sertifikasi Mutu Barang bagi kemudahan pemasaran dalam dan luar negeri;

13. Pembinaan, pemeliharaan dan pengawasan pasar;
14. Pembinaan UPTD; dan
15. Pelaksanaan tugas-tugas kedinasan lainnya yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan bidang tugasnya.

3.1.5 Kewenangan Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UMKM Aceh Utara

Dinas Perindustrian, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mempunyai kewenangan sebagai berikut :

1. Menyediakan dukungan pengembangan perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi;
2. Merencanakan dan mengendalikan pembangunan secara makro di bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi;
3. Melaksanakan pelatihan bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi;
4. Melakukan kerjasama dalam bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi dengan pihak lain;
5. Melaksanakan pembangunan pasar tradisional, percontohan, daerah tertinggal, pasar seni, pasar lelang dan gudang sortasi;
6. Melaksanakan pembinaan sumber daya manusia di bidang pengelolaan pasar;
7. Melaksanakan promosi hasil usaha industri dan menyelenggarakan pameran, promosi dengan upaya kerjasama luar negeri bagi keperluan

perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi; dan

8. Menyediakan dukungan fasilitas pengembangan industri dan perdagangan serta merencanakan kawasan perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah pertambangan dan energi.⁶³

3.1.6 Program Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UMKM Aceh Utara

Dinas Perindustrian, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mempunyai beberapa yang akan diberikan kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing terutama pelaku UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye, yaitu;

1. Program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UKM, berupa kegiatan pelatihan kewirausahaan. Kegiatan yang diberikan berupa pelatihan menjahit, pelatihan manajemen pengelolaan usaha dan bimtek pencatatan.
2. Program fasilitas perlindungan produk UMKM, berupa penyuluhan Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) dan sertifikat halal.
3. Pelatihan digitalisasi bagi pelaku UMKM, digitalisasi meliputi seputar marketing, dan pengambilan video dan foto yang bagus, untuk menambah minat dari konsumen.
4. Sosialisasi perizinan usaha

⁶³ Hasil wawancara dengan bapak Saiful Yusuf kasi UKM, tanggal 20 Desember 2021

3.1.7 Karakteristik UMKM yang memperoleh Pembinaan dari Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UMKM Aceh Utara

Terdapat banyak pelaku UMKM yang berada di Aceh Utara terutama dikecamatan Tanah Jambo Aye, akan tetapi tidak semua UMKM tersebut mendapatkan bantuan, kriteria pelaku UMKM yang dapat bantuan ialah;

1. Pelaku UMKM terdaftar pada Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara.
2. Usaha yang dikembangkan berjalan lancar dan beromset besar.
3. Pelaku menghasilkan suatu produk yang dapat di pasarkan.
4. Terlihat potensi dari produk yang diciptakan oleh pelaku UMKM akan berkembang.
5. Pelaku aktif mengikuti segala kegiatan yang diselenggarakan oleh Dinas.
6. Semua pelaku UMKM yang mendaftarkan dirinya pada Dinas akan mendapatkan bantuan, akan tetapi dengan anggaran yang minim dan jumlah pelaku UMKM yang besar, maka sebagian UMKM hanya mendapatkan bantuan pelatihan dan pembinaan tetapi tidak mendapatkan bantuan untuk fasilitas penunjang kerja pelaku UMKM.

3.2 Hasil Penelitian

3.2.1 Daftar Informan yang diwawancarai

Penulis melakukan penelitian pertama kali ke kantor Disperindagkop Aceh Utara dan dibagian umum peneliti di disposisi langsung menemui Bapak Saiful Yusuf selaku kasi UKM sekaligus informan yang mengetahui segala tentang UMKM. Pada saat itu penulis menggali informasi tentang seputaran Strategi yang

dilakukan oleh Disperindagkop dalam meningkatkan daya saing para UMKM yang ada di Kecamatan Tanah jambo Aye, program yang dilakukan dan kendala yang didapatkan oleh pihak Disperindag. Wawancara saat itu berlangsung sekitar 2 jam lamanya, penulis mendapatkan berapa nama pelaku UMKM yang dipilih secara acak yaitu;

Tabel 3.1 Nama Responden/Pelaku UMKM

No	Nama		Usia	Nama Usaha	Lokasi Usaha
1	Ichsan	Pemilik	25	CV.Atlantik	Tanjung Ara
2	Vera Wati	Pemilik	42	Vera al Bahel Bakery	Samakurok
3	Vera Wati	Pemilik	30	Dodul Pulut	Rawa Itek
4	Cut Yanti Nora	Pemilik	43	Keumamah	Menasah Panton

Pada tabel 3.1, dapat dilihat bahwa terdapat 4 responden, responden tersebut dipilih berdasarkan saran dan anjuran dari kepala seksi UKM yaitu bapak Saiful Yusuf sekaligus informan kami di kantor Disperindag. Alasan ke 4 pelaku responden tersebut dipilih yaitu responden tersebut merupakan pelaku UMKM yang masih aktif mengikuti segala kegiatan yang diadakan oleh Disperindag dan usaha yang responden tersebut jalankan juga sudah berkembang.

Beberapa hari setelahnya, peneliti mulai turun kelapangan untuk mensurvey para responden. Pertama, penulis menjumpai bapak Ichsan selaku pemilik usaha CV. ATLANTIK yang memproduksi berbagai macam produk salah satunya teh daun kelor dan lada bumbu masak. Penulis menggali informasi tentang bukti adanya sosialisasi yang dilakukan Disperindag, yang akan

membantu para pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk dukungan pengembangan perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah. Sosialisasi yang dilakukan untuk pelaku usaha khususnya *home industry* ini guna mengembangkan pengetahuan tentang cara memasarkan produk dan membuat produknya lebih menarik sehingga dapat bersaing di pasar.

Kedua, tetap di hari yang sama dan waktu yang berbeda penulis menemui responden kedua yaitu ibu Vera al Bahel selaku owner bahel Bakery yang memproduksi berbagai jenis kue bolu, di Samakurok. Masih dengan data informasi yang sama, penulis menggali tentang bukti adanya sosialisasi yang dilakukan Disperindagkop, yang akan membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing produknya.

Ketiga, wawancara terakhir dilakukan pada hari itu dengan mewawancarai ibu verawati selaku pemilik usaha dodol pulut, di rawa Itek panton labu. Masih dengan data informasi yang sama, penulis menggali tentang bukti adanya sosialisasi yang dilakukan Disperindag, yang akan membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing produknya.

Selanjutnya, dikeesokkan harinya penulis mencari satu responden lagi, yaitu Cut Yanti Nora selaku pemilik keumamah di menasah panton. dengan mewawancarai ibu verawati selaku pemilik usaha dodol pulut, di rawa Itek panton labu. Masih dengan data informasi yang sama, penulis menggali tentang bukti adanya sosialisasi yang dilakukan Disperindag, yang akan membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing produknya.

3.2.2 Strategi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kecamatan Tanah

Jambo Aye

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.⁶⁴

Pada saat peneliti melakukan wawancara dengan Disperindag, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM terutama yang berada di wilayah Panton Labu Tanah Jambo Aye. *Pertama*, cara Pihak Disperindag dalam meningkatkan daya saing UMKM yang ada di Panton Labu.

“Dengan melakukan pengembangan kapasitas usaha dan kualitas produk, penguatan kapasitas kelembagaan, perluasan jangkauan pemasaran usaha dan promosi, perlindungan usaha serta pendampingan akses pembiayaan KUR.”⁶⁵

Strategi dinas dalam meningkatkan daya saing UMKM, dinas melakukan kebijakan perberdayaan UMKM yaitu,⁶⁶

1. Peningkatan kualitas SDM, melalui penguatan sektor wirausaha dengan pelatihan dan pendampingan.
2. Peningkatan akses pembiayaan, melalui perbankan dan pembiayaan lainnya.

⁶⁴ Tjiptono, Strategi Pemasaran, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000) hal: 17

⁶⁵ Hasil wawancara dengan bapak Saiful Yusuf kasi UKM, tanggal 20 Desember 2021

⁶⁶ Hasil wawancara dengan bapak Saiful Yusuf kasi UKM, tanggal 20 Desember 2021

3. Peningkatan nilai tambah produk dan jangkauan pemasaran, melalui pemanfaatan keunggulan lokal, peningkatan penerapan standarisasi produk, HaKI, sertifikasi (halal, keamanan pangan dan obat) dan transformasi digital.
4. Penguatan kelembagaan usaha, melalui kemitraan.
5. Kemudahan, kepastian dan perlindungan usaha, melalui fasilitas perizinan.

Selanjutnya, upaya apa saja yang telah dilakukan oleh Disperindag terhadap UMKM yang ada di Pantan Labu. pihak Disperindag sangat banyak telah membantu para pelaku UMKM, diantaranya melakukan pembinaan melalui kegiatan,⁶⁷

1. Memberikan fasilitas perlindungan produk, berupa penyuluhan pangan produksi rumah tangga (P-IRT) dan Sertifikat Halal.
2. Pelatihan Digitalisasi
3. Sosialisasi perizinan usaha
4. Sosialisasi pembiayaan usaha
5. Memfasilitasi UMKM untuk dapat bergabung dalam market place atau berjualan dan memasarkan produknya secara digital melalui platform e-commerce.”

Strategi optimalisasi pemberdayaan dalam peningkatan industri kreatif bagi pelaku usaha UMKM yang dilakukan oleh pihak Disperindag adalah pelatihan/bimbingan teknik peningkatan kualitas produk, perluasan jaringan

⁶⁷Ibid, hlm.61

pemasaran/promosi melalui pameran produk dan pendampingan untuk mengakses pembiayaan KUR

“Dinas melakukan beberapa upaya diantara; pelatihan/bimbingan teknik peningkatan kualitas produk, perluasan jaringan pemasaran/promosi melalui pameran produk dan pendampingan untuk mengakses pembiayaan KUR.”⁶⁸

Disperindag juga melakukan promosi terhadap hasil usaha UMKM ke luar daerah-daerah.

“Memperluas jaringan pemasaran produk UMKM, telah dilakukan promosi dengan cara mengikuti pelaku dan atau produk UMKM pada pameran di dalam dan luar daerah. Juga melakukan promosi produk melalui pusat layanan terpadu (PLUT) di provinsi Aceh serta promosi online”

Perkembangan kebijakan pemerintah terhadap pelaku UMKM yaitu dengan terfasilitasinya para pelaku UMKM dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya dan terciptanya lapangan pekerjaan. Dalam masa pandemi covid-19 pelaku UMKM juga telah memperluas jaringan pemasaran secara online.”

Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa pihak Disperindagkop telah melakukan banyak upaya dalam meningkatkan daya saing terhadap pelaku UMKM seperti dalam upaya memberikan Peningkatan kualitas SDM, melalui penguatan sektor wirausaha dengan pelatihan dan pendampingan, peningkatan akses pembiayaan, melalui perbankan dan pembiayaan lainnya, peningkatan nilai tambah produk dan jangkauan pemasaran, melalui pemanfaatan keunggulan lokal, peningkatan penerapan standarisasi produk, HaKI, sertifikasi (halal, keamanan

⁶⁸ Hasil wawancara dengan bapak Saiful Yusuf kasi UKM, tanggal 2 Januari 2022

pangan dan obat) dan transformasi digital, penguatan kelembagaan usaha, melalui kemitraan. Kemudahan, kepastian dan perlindungan usaha, melalui fasilitas perizinan. Disperindag juga Memperluas jaringan pemasaran produk UMKM, mengikuti pelaku dan atau produk UMKM pada pameran di dalam dan luar daerah. Juga melakukan promosi produk melalui pusat layanan terpadu (PLUT) di provinsi Aceh serta promosi online. Dan bagi pelaku UMKM yang membutuhkan untuk izin usaha bagi UMKM bisa dilakukan secara online melalui website resmi online single submission (OSS).

Peneliti juga melakukan penelitian terhadap pelaku UMKM untuk mengetahui realisasi daripada strategi Disperindagkop dalam membantu pelaku UMKM. Berdasarkan hasil wawancara, peneliti mendapatkan alamat beberapa pelaku responden yang dapat dijadikan responden. *pertama*, peneliti menemui bapak Ichsan selaku pemilik CV. Atlantik yang memproduksi teh daun kelor dan lada masak dengan nama merek “Ben Ali”, peneliti menyajikan 8 pertanyaan kepada bapak ichsan yang bertujuan untuk melihat realita dari strategi yang dijalankan oleh pihak disperindag, yaitu;

Dari pertanyaan tersebut didapatkan hasil yaitu, awal mula bapak ichsan selaku owner atau pemilik usaha menceritakan tentang alasan membangun usaha ini karena melihat potensi permintaan yang akan terus-menerus disebabkan manfaat yang diberikan oleh daun kelor ini sangat banyak. Beliau memasarkan produknya kepada masyarakat, didapatkan produk teh daun kelor ini sudah terdapat banyak reseller di berbagai provinsi lainnya. Reseller tersebut awalnya

merupakan pelanggan terhadap teh daun kelor ini, sehingga untuk meminimalkan biaya pengiriman maka memutuskan menjadi reseller di wilayah masing-masing.

Selanjutnya strategi yang digunakan dalam memasarkan produk yaitu dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial, seperti menggunakan facebook, instagram dan media sosial lainnya, juga menggunakan *e-commers* seperti shopee, tokopedia dan lainnya, akan tetapi strategi tersebut tidak berjalan lancar diakibatkan biaya ongkir keluar kota yang sangat mahal.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kepada pelaku UMKM tentang apakah disperindagkop pernah memberikan pembinaan dan pelatihan, yaitu bagaimana cara meningkatkan daya saing produknya. Didapatkan bahwa beberapa kali pihak dinas membuat pelatihan kepada pelaku UMKM, pada pelatihan tersebut diberikan ilmu bagaimana produk yang dihasilkan lebih bagus, dan bagaimana dalam memasarkan produk agar masyarakat lebih tertarik akan produk yang dihasilkan oleh UMKM. Dinas juga memberikan perlindungan kepada pelaku UMKM dengan membantu mengurus segala surat izin usaha agar pelaku UMKM aman dalam memasarkan produknya.

“Pernah, diperindagkop memberikan pelatihan dan pembinaan kepada saya, untuk meningkatkan daya saing produk saya di pasaran, memberikan masukan dan saran agar produk lebih menarik dilihat.”⁶⁹

Fakta yang didapatkan penulis yaitu pembinaan yang diberikan tersebut tidak dapat terlalu membantu dalam meningkatkan pengembangan usaha ini. Dikarenakan, pelatihan yang diberikan hanya dalam waktu singkat dan untuk pelaku UMKM yang banyak, materi yang diberikan tidak akan dapat diserap

⁶⁹ Hasil wawancara dengan bapak ichsan Ichsan selaku pemilik CV. Atlantik, tanggal 2 Januari 2022.

terlalu banyak, sehingga menjadi tantangan bagi pemilik usaha untuk selalu berinovasi dan mencari ilmu baru dalam meningkatkan daya saing produk ini. Akan tetapi, Disperindag sangat membantu dalam mengurus segala surat izin usaha.

“Untuk meningkatkan 100% tidak bisa, kami harus lebih berinovasi, tetapi dengan kehadiran dapat mudah mengurus segala masalah perizinan⁷⁰.”

Terakhir pemilik memberikan saran kepada pihak Disperindag agar lebih aktif memberikan pelatihan, pelatihan yang diberikan harus lebih sering karena ketika pelatihan yang diberikan hanya sekali atau dua dalam setahun tidak akan efektif bagi pelaku UMKM. Pelatihan yang diberikan juga didukung dengan pengawasan yang ketat. Pengawasan bermanfaat untuk melihat apakah implementasi dari pelatihan telah dijalankan dengan baik. Pengawasan juga bermanfaat untuk menjaga agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan bagi para pelaku UMKM.

Dari hasil wawancara diatas penulis menganalisa bahwasanya peran Disperindagkop dalam membantu pelaku UMKM dalam mengurus segala izin seperti Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Usaha, surat Ijin Usaha Perusahaan Perantara Perdagangan Properti (SIU-P4), hingga Surat Izin Usaha Jasa Survei. Hal tersebut sangat membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya, sehingga dengan adanya bantuan dari Disperindagkop sangat amat membantu para pelaku UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye. Akan tetapi didalam memasarkan produknya, pelatihan yang diberikan pihak disperindag

⁷⁰ Hasil wawancara dengan bapak ichsan Ichsan selaku pemilik CV. Atlantik, tanggal 2 Januari 2022.

masih belum memumpuni sehingga pelaku UMKM harus selalu berinovasi agar dapat bersaing di pasar permintaan.

Terutama untuk UMKM yang sudah terbentuk seperti CV. Atlantik dimana sangat berperan dalam membantu masyarakat sekitar. Karena salah satu yang menjadi potensi di tiap daerah adalah keberadaan Usaha Kecil Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran strategis dalam penyerapan tenaga kerja dan sumber pendapatan daerah maupun masyarakat lokal. Keberadaan UKM juga tidak terhindar dari masalah. Oleh karena itu diperlukan peran disperandigkop untuk meningkatkan daya saing dari UMKM.

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan ibu verawati selaku pemilik dari Vera Al Baheel Bakery, peneliti mengajukan 8 pertanyaan kepada responden yaitu;

Dari pertanyaan tersebut didapatkan hasil , awal mula ibu Verawati selaku owner atau pemilik usaha menceritakan tentang alasan membangun usaha ini karena kebutuhan ekonomi yang mengharuskan seseorang ibu rumah tangga juga harus ikut adil dalam membantu perekonomian rumah tangga, awalnya usaha ini merupakan produksi rumahan yang hanya menerima pesanan dari tetangga, dan juga merambat ke berbagai warung yang ada dilingkungan rumah produksi. Ketika respon yang didapatkan dari masyarakat sangat bagus, banyak yang mengemari kue yang dibuat oleh owner sehingga sekarang stock produksi yang dibuat semakin banyak dan akan habis dalam beberapa hari. Strateg yang digunakan dalam memasarkan produk yaitu awalnya strategi yang dilakukan yang *mouth to mouth* dengan memberikan testi kepada para tetangga rumah produksi,

selanjutnya tetangga akan menyebarkan informasi bahwa kue dari Vera Al-bahel enak dan murah, sehingga strategi tersebut membuat vera al-bahel makin dikenal. Selanjutnya dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial, seperti menggunakan facebook, instagram dan media sosial lainnya, Vera Al-bahel memperluas jaringan pasarnya ke berbagai wilayah lainnya.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kepada pelaku UMKM tentang apakah disperindagkop pernah memberikan pembinaan dan pelatihan, yaitu bagaimana cara meningkatkan daya saing produk Anda. Didapatkan bahwa pihak Dinas selalu menyelenggarakan pelatihan, dan pelaku UMKM termasuk owner dari Vera Al bahel. Pihak Disperindag juga mendapatkan bantuan merupakan produk yang membantu owner yaitu berupa 1000 pcs bantuan kotak kue.

“Pernah. Saya mengikuti pelatihan sekitar 1 bulan ya lalu. Dan saya juga pernah mendapatkan bantuan kotak kue sebanyak 1000 pcs.”⁷¹

Fakta yang didapatkan penulis yaitu pembinaan yang diberikan tersebut sangat membantu pelaku UMKM, dikarenakan banyak pelaku UMKM tersebut merupakan ibu rumah tangga, dimana para IRT tersebut memiliki kemampuan untuk menghasilkan suatu produk akan tetapi tidak mengerti bagaimana cara memasarkan produk ke masyarakat. Sehingga dengan pelatihan yang diberikan oleh Dinas membantu pelaku UMKM lebih terbuka matanya akan segala informasi di dunia luar.

“Sangat membantu, terutama untuk saya ibu rumah tangga yang awalnya tidak terbuka mata saya akan segala informasi di dunia luar, menjadi lebih berwawasan dalam menjalankan bisnis ini.”

⁷¹ Hasil wawancara dengan Ibu verawati selaku pemilik dari Vera Al Baheel Bakery , tanggal 2 Januari 2022.

Terakhir pemilik memberikan saran kepada pihak Disperindag agar lebih aktif memberikan pelatihan, pelatihan yang diberikan harus lebih sering karena ketika pelatihan yang diberikan hanya sekali atau dua dalam setahun tidak akan efektif bagi pelaku UMKM.

“ Untuk lebih aktif dan memperbanyak pelatihan, jangan setahun sekali”

Dari hasil wawancara diatas penulis menganalisa bahwasanya peran Disperindagkop Aceh Utara dalam membantu pelaku UMKM untuk bersaing di pasar sangat besar. Disperindagkop akan mendatangkan orang-orang yang sangat berpengaruh dan dapat membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Banyak dari UMKM kurang update terhadap perubahan yang terjadi di pasar. Sehingga untuk memunculkan dan menginformasikan hal tersebut kepada pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Tanah Jambo Aye pihak Dinas akan membuat pelatihan dan pembinaan.

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan ibu Verawati selaku pemilik dari Dodol Pulut di Rawa Itek, peneliti menyajikan 8 pertanyaan yang harus dijawab. Dari pertanyaan tersebut didapatkan hasil , awal mula ibu Verawati selaku owner atau pemilik usaha dodol pulut menceritakan tentang alasan membangun usaha ini karena melanjutkan usaha dari keluarga. Pada awalnya ini merupakan usaha dari orang tua dari ibu verawati, kemudian diteruskan oleh beliau. Dikarenakan dodol pulut ini sudah memiliki banyak pengemar dan pelanggan Beliau memasarkan produknya yaitu dengan mengirimkan dodol hasil produksinya ke berbagai tempat pembelian oleh-oleh. Dodol pulut tersebut juga di titipkan ke berbagai warung yang ada di panton labu. Selanjutnya strategi yang

digunakan dalam memasarkan produk yaitu dengan menitipkan produknya ketempat pembelanjaan oleh-oleh. Dengan rasa yang enak dan berkualitas memberikan potensi dodol pulut tersebut selalu diminati oleh masyarakat sekitar dan masyarakat dari luar daerah.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kepada pelaku UMKM tentang apakah Disperindagkop pernah memberikan pembinaan dan pelatihan, yaitu bagaimana cara meningkatkan daya saing produknya. Didapatkan bahwa pihak Dinas memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM, akan tetapi dasarnya banyak pelaku UMKM sangat membutuhkan bantuan alat atau barang yang akan menunjang proses produksi. Banyak UMKM selama ini melakukan proses produksi secara manual jadi membutuhkan waktu dan tenaga yang lebih untuk mendapatkan kualitas yang maksimal.

“Untuk pelatihan sudah, tetapi saya merasakan lebih membutuhkan barang atau alat yang diberikan dinas menunjang dalam memproduksi dodol ini.”⁷²

Terakhir pemilik memberikan saran kepada pihak Disperindag untuk lebih mengetahui kebutuhan daripada pelaku UMKM. Karena banyak pelaku UMKM yang baru membutuhkan alat atau barang yang menunjang produksi mereka.

“Semoga Disperindagkop lebih memahami kebutuhan dari pelaku UMKM karena Saya pernah mendaftar di Disperindagkop dengan harapan pihak dinas dapat membantu saya dalam menjalankan usaha saya, tetapi realitanya saya tidak mendapatkan bantuan sama sekali dari Disperindagkop. Pernah mengikuti pelatihan akan tetapi tidak akan berguna jika hanya sekedar ilmu, tetapi kami berharap pihak Disperindag memberikan ke kami alat untuk produksi atau dalam bentuk lainnya. Dan dalam 2 tahun terakhir usaha saya hampir gulung tikar disebabkan pasar yang mengecil dan kekurangan modal. Untuk pelatihan yang diberikan saya hanya pernah di undang sekali, dan selanjutnya tidak pernah

⁷² Hasil wawancara dengan Ibu verawati selaku pemilik dari Dodol Pulut Rawa Itek, tanggal 2 Januari 2022.

diundang lagi, bahkan saya berpikir bahwa saya tidak terdaftar di Dinas lagi”

Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa pihak Disperindagkop masih lemah dalam hal mensurvey kebutuhan dari para pelaku UMKM, banyak pelaku di Kecamatan Tanah Jambo mendaftarkan diri di Dinas semata untuk mendapatkan bantuan alat produksi atau bantuan nyata lainnya, agar mereka bekerja tidak manual lagi, dan dapat memproduksi produknya dalam kapasitas banyak sehingga permintaan pasar akan terpenuhi, karena ketika pelaku UMKM dapat memenuhi keinginan pasar, seperti produknya mudah didapatkan atau kemasan menarik, pembeli akan lebih menyukai dan produk dipasar akan selalu dicari dan pelaku UMKM dapat bersaing dengan produk-produk serupa dengan produksi lebih canggih di pasar.

Fakta tersebut dianggapi oleh kepala Seksi UKM bapak Saiful, beliau mengatakan:

“Dalam 2 tahun terakhir pihak Disperindagkop mengalami kesusahan dalam membantu masyarakat, karena tidak ada anggaran sama sekali diakibatkan Covid yang melanda, jadi pelaku yang tidak mendapatkan bantuan dari kami berarti tidak termasuk kriteria yang kami bantu, karena dari pihak Dinas akan memilih beberapa saja pelaku UMKM dari berbagai kecamatan yang ada di Aceh Utara, tidak semua dapat dibantu dan di fasilitasi. Pihak Dinas akan berusaha akan lebih giat untuk menyetarakan bantuan ke seluruh pelaku UMKM.”

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa, pihak Disperindagkop membenarkan tidak semua mendapatkan bantuan dalam 2 tahun terakhir, dikarenakan anggaran yang didapatkan bukan anggaran dari pusat seperti biasanya, sehingga Dinas mencoba strategi baru yaitu memberikan pelatihan secara online agar semua pelaku UMKM dapat merasakan, akan tetapi realitanya strategi

tersebut tidak berdampak signifikan terhadap pelaku UMKM terutama masyarakat yang berada di Kecamatan Tanah Jambo Aye, pelatihan via online membuat pelaku UMKM tidak serius dalam melakukan pelatihan. Sehingga Dinas melakukan seleksi terhadap beberapa pelaku UMKM yang ada di setiap Kecamatan untuk mengikuti pelatihan dan pembinaan yang diadakan. Untuk membantu dalam hal peralatan dan kebutuhan produksi lainnya, untuk saat ini diberhentikan dulu dikarenakan anggaran tidak ada. Akan tetapi, untuk mengurus segala izin produk masih selalu diusahakan oleh pihak Dinas, agar produk dari pelaku UMKM dapat dipasarkan resmi.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan ibu Cut Nora selaku pemilik usaha Keumamah di Meunasah Panton, peneliti menyediakan 8 pertanyaan yang akan diajukan, yaitu;

Dari pertanyaan tersebut didapatkan hasil, awal mula ibu Cut Nora selaku owner atau pemilik usaha menceritakan tentang alasan membangun usaha ini karena pada awalnya pemilik usaha merupakan ketua dari tim ibu-ibu panton labu yang telah menciptakan banyak produk-produk yang bisa dipasarkan untuk khalayak, dan produk tersebut juga diterima baik oleh para pelanggan, salah satunya yaitu keumamah. Ibu Cut Nora disetiap kesempatan sering mengikutsertkan produk ini di event-event dan media sosial. Beliau memasarkan produknya yaitu dengan menggunakan Platform media sosial seperti Instagram dan facebook. Produk juga direkomendasikan kepada para ibu-ibu arisan dan juga menjadi pilihan bagi masyarakat yang berangkat haji.

Selanjutnya strategi yang digunakan dalam memasarkan produk yaitu dengan memperkenalkan produk keumamah di event-event dan juga memperkenalkan untuk rekan-rekan kerja dikantor.

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kepada pelaku UMKM tentang apakah disperindagkop pernah memberikan pembinaan dan pelatihan, yaitu bagaimana cara meningkatkan daya saing produknya. Didapatkan bahwa pihak Dinas memberikan pelatihan bagaimana mengelola marketing digitalisasi dalam dunia bisnis. Dinas juga membantu pelaku UMKM dalam mengurus surat izin usaha sehingga sampai saat ini usaha keumamah sudah bisa di bawa ke malaysia dan banyak peminat di sana.

“Pembinaan dari dinas kakak ada mengikuti saat pelatihan bagaimanan mengelola marketing digitalisasi. Pelatihan dari Disperindag sangat efektif dalam memasarkan produk saya, dan juga segala perizinan dibantu oleh pihak dinas, sehingga produk saya sudah bisa saya ekspor ke malaysia. Dan juga saya bisa membantu karyawan-karyawan saya yang ingin membuka usaha sendiri, akan tetapi untuk segala alat menunjang produksi tidak diberikan”⁷³

Terakhir pemilik memberikan saran kepada pihak Disperindag untuk membantu lebih menyeluruh kesemua lapis pelaku UMKM, bukan terhadap UMKM yang sudah memiliki nama saja. Karena banyak pelaku UMKM yang baru merintis membutuhkan bantuan lebih dari pihak Dinas.

“Semoga dinas bisa lebih mencakup selurus lapisan UMKM tidak hanya terhadap Umkm yang terkenal saja akan tetapi lebih di utamakan yang baru merintis usaha mereka.”

⁷³ Hasil wawancara dengan Cut Nora selaku pemilik usaha Keumamah di Meunasah Panton, tanggal 2 Januari 2022.

Dari hasil wawancara dapat dilihat, bahwa Disperindag sangat berperan dalam mengembangkan para UMKM, sehingga UMKM bisa bertahan dan mengeksport barangnya sampai keluar negeri.

Kesimpulan dari hasil wawancara dengan responden, strategi dari Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara sudah bagus dan sangat membantu para pelaku UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye, Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara melakukan pelatihan terhadap para pelaku UMKM yang ada di Tanah Jambo Aye, dan memberikan pengawasan yang ketat, agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan yang akan membuat rugi pelaku. Dan Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara memberikan perlindungan kepada para pelaku UMKM dengan mengurus segala izin usaha, agar tidak bertentangan hukum dan bebas dalam mengembangkan usahanya dan bisa meningkatkan daya saing dari produk mereka.

2.2.3 Kendala Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM dalam meningkatkan daya saing UMKM pelaku UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye

Realitanya dalam meningkatkan daya saing dari pelaku UMKM, Disperindag mendapat beberapa kendala meningkatkan daya saing UMKM di panton labu tanah jambo aye yaitu masih terdapat banyak dari pelaku UMKM kurang pengetahuan dan pengalaman dibidang manajemen, pemasaran dan teknologi. Dan jangkauan yang harus dijangkau dinas sangat luas, sehingga

terdapat beberapa daerah dan pelaku UMKM tidak dapat dijangkau oleh pihak dinas.

“Berdasarkan pengalaman Dinas dalam meningkatkan daya saing UMKM, terdapat beberapa kendala yang selalu ada setiap tahunnya, yaitu seperti produktivitas masyarakat yang masih rendah terutama dibidang pengalaman manajemen, pemasaran dan teknologi. Selanjutnya luas jangkauan yang tidak sebanding dengan fasilitas operasional lapangan untuk melakukan pembinaan, dan terakhir terbatasnya jumlah aparatur terlatih, akibat adanya mutasi.”

Terdapat beberapa hambatan yang dirasakan dinas dalam mengembangkan atau meningkatkan daya saing umkm, diantaranya;

1. Rendahnya kualitas SDM serta minimnya pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan mengakibatkan rendahnya produktivitas usaha dan tenaga kerja, tampak pada ketidakmampuan mereka dalam hal manajemen usaha, terutama pencatatan/pembukuan.
2. Jaringan kerja sama dan kemitraan yang masih terbatas.
3. Rendahnya penyerapan kredit dari lembaga perbankan atau lembaga keuangan.
4. Rendahnya insesitas upaya pemberdayaan, pelatihan dan pengembangan konsultan keuangan/pendampingan UMKM.
5. Optimalisasi pemanfaatan dana BUMN (melalui dana program kemitraan dan bina lingkungan) untuk membiayai pengembangan dan pemberdayaan UMKM terutama melalui pembiayaan usaha mikro
6. Proses produksi masih bersifat konvensional
7. Kurangnya strategi ekspansi bisnis serta kurang tanggap atas pergerakan kebutuhan pasar

8. Belum maksimalnya pemasaran secara online
9. Pelaku UMKM masih terkendala dengan pentingnya branding bagi produk dan usahanya serta belum tersertifikasi dan terstandarisasi produknya.”

Bapak Saiful Yusuf juga mengatakan, dalam menjalankan semua kegiatan untuk meningkatkan daya saing UMKM tidak terlepas dari hambatan, ada beberapa hambatan yang menjadi tantangan bagi pihak dinas⁷⁴, diantaranya:

1. Rendahnya kualitas SDM serta minimnya pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan mengakibatkan rendahnya produktivitas usaha dan tenaga kerja, tampak pada ketidakmampuan mereka dalam hal manajemen usaha, terutama pencatatan/pembukuan.
2. Jaringan kerja sama dan kemitraan yang masih terbatas.
3. Rendahnya penyerapan kredit dari lembaga perbankan atau lembaga keuangan. Dan rendahnya insesitas upaya pemberdayaan, pelatihan dan pengembangan konsultan keuangan/pendampingan UMKM.
4. Optimalisasi pemanfaatan dana BUMN (melalui dana program kemitraan dan bina lingkungan) untuk membiayai pengembangan dan pemberdayaan UMKM terutama melalui pembiayaan usaha mikro.
5. Proses produksi masih bersifat konvensional.
6. Kurangnya strategi ekspansi bisnis serta kurang tanggap atas pergerakan kebutuhan pasar.
7. Pelaku UMKM masih terkendala dengan pentingnya branding bagi produk dan usahanya serta belum tersertifikasi dan terstandarisasi produknya.

⁷⁴ Hasil wawancara dengan bapak Saiful Yusuf kasi UKM, tanggal 20 Desember 2021

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kinerja UMKM seperti melakukan pembinaan untuk pengembangan UMKM agar dapat bersaing dengan UMKM lain baik dalam daerah maupun luar. Adapun Dinas juga membantu pelaku UMKM dalam mengurus sertifikat halal bagi produk yang layak dipasarkan, dan Dinas juga berupaya dalam meningkatkan kualitas SDM untuk pelaku UMKM melalui pelatihan kewirausahaan, manajemen, pengelolaan usaha, bimptek pencatatan usaha dan pelatihan vokasional menjahit dan kuliner. Tapi realitanya kegiatan tersebut masih belum optimal, dikarenakan pelatihan yang diberikan hanya sebatas seminar yang bersifat sementara, dimana diselenggarakan hanya sampai 1-3 hari saja dan dalam setahun 3 kali. Masih perlu peningkatan dalam semua aspek dan perlu meningkatkan kesetaraan terhadap semua ruang lingkup pelaku UMKM. Hasil analisis strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara, terdapat beberapa strategi yang dilakukan yaitu Pelatihan, pembinaan, pengawasan dan perlindungan.
2. Terdapat beberapa kendala Dinas dalam meningkatkan daya saing UMKM yang selalu ada setiap tahunnya, yaitu produktivitas masyarakat yang masih rendah terutama dibidang pengalaman manajemen, pemasaran dan

3. teknologi. Rendahnya penyerapan kredit dari lembaga perbankan atau lembaga keuangan. Rendahnya insesitas upaya pemberdayaan, pelatihan dan pengembangan konsultan keuangan/pendampingan UMKM. Selanjutnya luas jangkauan yang tidak sebanding dengan fasilitas operasional lapangan untuk melakukan pembinaan, dan terakhir terbatasnya jumlah aparatur terlatih, akibat adanya mutasi.

4.2 Saran

1. Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara harus memberikan kesetaraan kepada semua pelaku UMKM yang telah terdaftar di Dinas.
2. Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara harus lebih memahami bantuan apa yang diperlukan oleh pelaku UMKM.
3. Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara seharusnya membantu pelaku UMKM miskin yang lebih membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, Khoirul. "*Strategi pemerintah dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara.*" *Journal of Politic and Government Studies*, 2019.
- Anonim, *Profil dan Pemetaan Daya Saing Ekonomi Daerah Kabupaten/Kota di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2018.
- Amirullah, *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Astari, *Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Media, 2019.
- Arsyad, Azhar. *Pokok-Pokok Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Republik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Dharma, Abidin. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi dan UKM*. Tangerang: Media Pers, 2014.
- D. Guritno. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Jakarta: Rajawali, 2014.
- Effendi, Usman. *Asas Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Fahrudin, Adi. *Pengantar Kesejahteraan Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2012.
- Fathoni, Abdurrahman. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2016.
- Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Harahap, Isnaini. *analisis dampak penerapan perbankan syariah terhadap sektor UMKM di sumatera utara*. Disertasi, Program Doktor Ekonomi Syariah Pascasarjana UINSU, 2016.
- Hariadi, Bambang. *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia Publishing, 2015.
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2012.
- Imsar, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan*, Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU, Tidak diterbitkan, 2018.
- Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 2017.

- Juliandi, Azuar dan Irfan, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2013.
- Komaruddin dan Yooke Tjupaman, *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah, cet.5*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Mahmud dan Anomsari. *Analisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis dalam peningkatan kinerja perusahaan (studi pada usaha kecil menengah di kawasan usaha barito semarang), seminar nasional teknologi informasi dan komunikasi terapan 2011*. Semantik, 2011.
- Margona, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Komponen MKDK*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Marliyah, *Strategi pembiayaan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM): studi kasus perbankan syariah di sumatera utara*, Disertasi, Program Doktor Ekonomi Syariah Pascasarjana UINSU, 2016.
- M. Manulang, *Manajemen Strategi*. Medan: Perdana Publishing, 2016.
- Mulyadi, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Nilasari, Senja, *manajemen strategi itu gampang untuk pemula dan orang awan*. Jakarta: Dunia cerdas.2014
- Nurseto, Tejo. *Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh*, dalam Jurnal Ekonomi & Pendidikan Vol.1 No.1 februari 2014.
- P. Nayla, Akifa. *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba*. Jogjakarta: Laksana, 2014.
- PP No.7 Tahun 2021, Pasal 21.
- Rahmana, Arief. *Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah, Seminar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Snati, 2019.
- Ramadini dan Nasution. *Strategi Pengembangan UKM Batik di Kota Medan*. Padang: Universitas Negeri Padang, 2016.
- R. David, Fred. *Manajemen strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Rohman, Saifur. *“Persepsi Santri Terhadap Bank Syariah Pondok Pesantren Al-Mawaddah Jekulo Kudus”*, Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, STAIN Kudus, 2016.

- Saladin, Djaslim. *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*. Bandung: Linda Karya, 2013.
- Said, Muhammad. *Strategi Pemberdayaan UMKM pada Dinas Koperindag Kabupaten Maros*. Makasar: Mardira, 2016.
- Soejoedono, Rachman. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014.
- Suminto, Hari. *Pemasaran Blak-blakan*, Batam: Inter Aksara, 2002.
- S. Margona, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Komponen MKDK*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Suryana, *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: UPI, 2010.
- Suprpti,dkk. “Inovasi Desain, Teknologi, Dan Pemasaran Lewat Website Usaha Kecil Menengah Batik dan Lutik (Lurik Batik) di Kecamatan Laweyan Surakarta”.Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta. 2016.
- Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press, 2016.
- Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Tambunan, Tulus. *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta: Mutiara Sumber Widya, 2012.
- Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Cet.ke-II*. Yogyakarta: Andi. 2000
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.
- Wibowo, *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Winarsih, Atik Septi. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- <http://id.m.cendekia.org/shoolar/teori-daya-saing-keunggulan-kompetitif-dan-nilai-tambah/> akses pada tanggal 05 Januari, 10.17 WIB.
- http://www.academia.edu/4832768/DEFINISI_PENGEMBANGAN,diunduh pada 20 desember 2021.

Lampiran 1

Pertanyaan kepada pihak Dinas

1. Bagaimana strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara meningkatkan daya saing pelaku UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye?
2. Bagaimana strategi Disperindagkop dalam mengembangkan usaha UMKM agar naik kelas dan dapat meningkatkan daya saing?
3. Apa saja kendala Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara dalam meningkatkan daya saing pelaku UMKM di Kecamatan Tanah Jambo Aye?
4. Upaya apa saja yang sudah dilakukan oleh Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Utara dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah?
5. Fasilitas apa saja yang sudah diberikan Pemerintah kepada masyarakat dalam mengembangkan usaha UMKM?
6. Bagaimanakah strategi optimalisasi pemberdayaan dalam peningkatan industri kreatif bagi pelaku usaha UMKM?
7. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dalam mengembangkan usaha UMKM?
8. Apakah sudah melakukan promosi terhadap hasil usaha UMKM ke luar daerah-daerah?
9. Bagaimana cara meningkatkan kemampuan dalam daya saing usaha UMKM

10. Sejauh mana perkembangan kebijakan pemerintah terhadap pelaku usaha UMKM?
11. Bagaimana prosedur yang harus dilakukan pelaku UMKM mendapatkan surat izin usaha?
12. Apa saja program yang ada di dinas disperindaq untuk meningkatkan daya saing UMKM di Pantan Labu?
13. Apa saja yang menjadi hambatan dinas dalam meningkatkan daya saing UMKM?

Lampiran 2

Pertanyaan kepada pelaku UMKM

1. Bagaimana pengelolaan, sistem yang bapak/ibu dalam membangun usaha ini?
2. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk yang bapak kelola?
3. Bagaimana cara bapak/ibu dalam mengurangi terjadinya kerugian dalam usaha yang telah di bangun?
4. Apakah dinas disperindagkop pernah memberikan pembinaan dan pelatihan yaitu bagaimana cara memasarkan produk dengan baik?
5. Apakah menurut bapak/ibu pembinaan tersebut dapat membantu dalam meningkatkan pengembangan usaha ini?
6. Apakah ada bantuan yang di berikan oleh dinas dalam mengembangkan produk tersebut sehingga dapat di ekspor?
7. Apakah produk yang bapak/ibu sudah dikenal pihak ramai atau masyarakat luar daerah?
8. Apakah produk bapak/ibu ada yang pernah di ekspor?
9. Apa saja kendala ibuk/bapak dalam memasarkan produk tersebut
10. Strategi apa yang bapak/ibu gunakan dalam memasarkan produk?

Lampiran 3

Jumlah UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye

	SEKTOR UMKM			ALAMAT	JENIS USAHA
	MIKR O	KECI L	ME N	DESA	
Ramli GA, SE	-	1	-	Panton Labu	Jualan Sepeda
Dadi	1	-	-	Panton Labu	Warung Kopi
Zaini	-	1	-	Panton Labu	Jualan Kelontong
Aklina	1	-	-	Panton Labu	Jualan Kelontong
H.Jameani	-	1	-	Panton Labu	Jualan Kelontong
Ridwan	-	1	-	Panton Labu	Jualan Kelontong
Razali	-	1	-	Panton Labu	Jualan Kelontong
Razaldi	-	1	-	Panton Labu	Jualan Kelontong
Rahmad	-	1	-	Panton Labu	Jualan Kelontong
Zulkgli Jakil	1	-	-	Panton Labu	Jualan Kopi
Mawar	-	1	-	Panton Labu	Jualan Rotan
Dedi Iskandar	-	1	-	Panton Labu	Jualan Kelontong
Rabu Jali	1	-	-	Panton Labu	Jualan Kelontong
H.Ramleh Isuail	-	1	-	Panton Labu	Menjahit
Musliadi M. Nur	-	1	-	Pucok Alue	Perbengkelan
Aswadi. F	1	-	-	Matang Drien	Jualan Buah-Buahan
Zubaidah	-	1	-	Matang Maneh	Jual Beli Hasil Bumi
Muhammad	-	1	-	Buket Jrat Manyang	Jualan Hand Phone
Muhammad Adnan	-	1	-	Rawang Itek	Jualan Kelontong
Dahlan	-	1	-	Biram Cut	Jualan Kelontong
Zamzam Rasyid	-	1	-	Biara Timur	Jual Beli Hasil Bumi
M. Rasyid MD	1	-	-	Seuneubok Doe	Jualan Kelontong
Mulyadi	1	-	-	Meunasah Panton Labu	Jualan Kelontong
Hendri	1	-	-	Meunasah Panton Labu	Jualan Kelontong
Sulaiman	-	1	-	Panton Labu	Jualan Sepatu dan Saldal
Nazaruddin	1	-	-	Panton Labu	Perbengkelan
M. Jafar	-	1	-	Panton Labu	Jualan Kelontong
M. Jalil	-	1	-	Teupin Gajah	Jualan Kelontong
Muhammad Isa	1	-	-	Teupin Gajah	Jualan Kelontong
Musliadi M. Nur	-	1	-	Pucok Alue	Perbengkelan
Aswandi. F	1	-	-	Matang Drien	Usaha Jualan Buah- Buahan
Zubaidah	-	1	-	Matang	Usaha Jual Beli Hasil

				Maneh	Bumi
Muhammad	-	1	-	Buket Jrat Manyang	Jualan Hand Phone
Muhammad Adnan	-	1	-	Rawang Itek	Usaha Kelontong
Dahlan	-	1	-	Biram Cut	Usaha Jual Kelontong
Zamzam Rasyid	-	1	-	Biara Timur	Usaha Jual Beli Hasil Bumi
Ishak	-	1	-	Tanjong Ara	Usaha Perabotan
M. Rasyid MD	1	-	-	Seuneubok Doe	Usaha Kelontong
Mulyadi	1	-	-	Meunasah Panton Labu	Usaha Kelontong
Hendri	1	-	-	Meunasah Panton Labu	Usaha Jualan Kelontong
Sulaiman	-	1	-	Panton Labo	Usaha Dagang Sepatu Dan Sandal
Nazaruddin	1	-	-	Panton Labo	Usaha Pembengkelan Sertar Servis
M. Jafar	-	1	-	Panton Labo	Usaha Kelontong
M. Jalil	-	1	-	Teupin Gajah	Usaha Jual Kelontong
Muhammad Isa	1	-	-	Teupin Gajah	Usaha Jual Kelontong
Zakaria	1	-	-	Kota Panton Labu	Toko Obat
Syamliati	1	-	-	Ds Seuneubok Pidi	Produk Kesehatan
Zakaria	1	-	-	Kota Panton Labu	Jualan Kelontong
Mawardi	1	-	-	Mns. Merbo	Dagang
Sofyan	1	-	-	Ranto Panyang	Jual Hasil bumi
Muhammad Husen	1	-	-	Arongan Lise	pedagang
Yusri	-	1	-	Seuneubok Pidie	Begkel
A Aziz, SE	-	-	1	Panton Labu	Baliho Gudang Garam
Hafrizal Rahman	-	-	1	Lhoksukon	Baliho Gudang Garam
CV.Itali Sport/ Muslem	-	1	-	Panton Labu	K-L
Andi Rahman	1			Panton Labu	Warungkopi
Safwi Hasan		1		Panton Labu	Boneka
Ahmadd Subakri		1		Panton Labu	Elektronik
Jaididan Ismail	1			Panton Labu	Tas
Raihan Ibrahim	1			Panton Labu	Mainan
Sadari	1			Panton Labu	Ponsel
Adi Bahagia		1		Panton Labu	Pakaian

UD.Zahri Ismail		1		Panton Labu	Toko Bangunan
UD.Zainal Ardi		1		Panton Labu	Bengkel
Zulkarnaini		1		Panton Labu	Grosir
UD.Mursal		1		Panton Labu	Kelontong
Ramli Ga, Se		1		Panton Labu	Sepeda
Dadi		1		Panton Labu	Warungkopi
Zaini	1			Panton Labu	Kelontong
Aklina	1			Panton Labu	Kelontong
H.Jameani	1			Panton Labu	Kelontong
Ridwan		1		Panton Labu	Kelontong
Razali	1			Panton Labu	Kelontong
Razaldi		1		Panton Labu	Kelontong
Rahmad		1		Panton Labu	Kelontong
Zulkgli Jakil		1		Panton Labu	kopi
Mawar		1		Panton Labu	Rotan
Dedi Iskandar	1			Panton Labu	Kelontong
Rabu Jali	1			Panton Labu	Kelontong
H.Ramlah Isuail	1			Panton Labu	Menjahit
Musliadi M. Nur		1		Pucok Alue	Perbengkelan
Aswadi. F	1			Matang Drien	Buah-Buahan
Zubaidah		1		Matang Maneh	Hasil Bumi
Muhammad		1		Buket Jrat Manyang	Hand Phone
Muhammad Adnan	1			Rawang Itek	Kelontong
Marsrizal		1		Panton Labu	Toko Bangunan
Musa Ismail	1			Panton Labu	Pecah Belah
UD. Burhanuddin		1		Panton Labu	Pecah Belah
UD.Adnan		1		Panton Labu	Toko Besi
Fardan Syah		1		Panton Labu	Warungkopi
Ibnu Sina		1		Panton Labu	Kelontong
Ansari		1		Panton Labu	Toko Besi
UD.Awaluddin		1		Panton Labu	Elektronik
M.Jafar		1		Panton Labu	Elektronik
UD.Marhamah	1			Panton Labu	Pakaian
Dahlan		1		Biram Cut	Kelontong
Zamzam Rasyid		1		Biara Timur	Hasil Bumi
M. Rasyid Md	1			Seuneubok Doe	Kelontong
Mulyadi	1			Meunasah Panton Labu	Kelontong
Hendri	1			Meunasah Panton Labu	Kelontong
Sulaiman		1		Panton Labu	Sepatu Dan Saldal
Nazaruddin	1			Panton Labu	Perbengkelan
M. Jafar		1		Panton Labu	Kelontong
M. Jalil		1		Teupin	Kelontong

				Gajah	
Muhammad Isa	1			Teupin Gajah	Kelontong
Musliadi M. Nur		1		Pucok Alue	Perbengkelan
Aswandi. F	1			Matang Drien	Usaha Buah-Buahan
Zubaidah		1		Matang Maneh	Usaha Hasil Bumi
Muhammad		1		Buket Jrat Manyang	Hand Phone
Muhammad Adnan		1		Rawang Itek	Kelontong
Dahlan		1		Biram Cut	Kelontong
Zamzam Rasyid	1			Biara Timur	Usaha Hasil Bumi
Ishak		1		Tanjong Ara	Usaha Perabotan
M. Rasyid Md		1		Seuneubok Doe	Kelontong
Mulyadi	1			Meunasah Panton Labu	Kelontong
Hendri		1		Meunasah Panton Labu	Kelontong
Sulaiman		1		Panton Labo	Usaha Sepatu Dan Sandal
Nazaruddin	1			Panton Labo	Usaha Pembengkelan Sertar Servis
M. Jafar		1		Panton Labo	Kelontong
M. Jalil		1		Teupin Gajah	Kelontong
Muhammad Isa	1			Teupin Gajah	Kelontong
Naila Syafira		1		Keude Panton Labu	Toko Jam
UD. M.Rizal		1		Keude Panton Labu	Pakaian
UD.Ramadhan		1		Keude Panton Labu	Pakaian
UD.Zulfahmi		1		Keude Panton Labu	Kelontong
UD.Syafil		1		Keude Panton Labu	Kelontong
UD.Rusdie			1	Keude Panton Labu	Elektronik
Shalia Fitria	1			Keude Panton Labu	Laundry
Linda Wati			1	Keude Panton Labu	Perabotan
UD.Armiyadi		1		Keude Panton Labu	Kelontong
Mahmudi			1	Keude	Perabotan

				Panton Labu	
Dahlansyah			1	Keude Panton Labu	Asessoris,Perabotan
UD. Rahmat Shaleh		1		Keude Panton Labu	Kelontong
UD.Nurlina		1		Keude Panton Labu	Pakaian
UD.Ismuhar		1		Keude Panton Labu	Pakaian
UD.Faiz			1	Keude Panton Labu	Fotokopi/Atk/Percetakan
UD.Muhaimin Iskandar		1		Keude Panton Labu	Pakaian
UD.Fitri Indah		1		Keude Panton Labu	Pakaian
Suryani		1		Keude Panton Labu	Pakaian
Muhif		1		Keude Panton Labu	Warungkopi
Sudirman		1		Keude Panton Labu	Pakaian
Jumadil			1	Keude Panton Labu	Kelontong/Grosir
UD.Rahmawati Ar		1		Keude Panton Labu	Pakaian
UD.Khalidin		1		Keude Panton Labu	Sepatu/Sendal
Cv. Indah Prihatin		1		Rawang Itek	Kontraktor
Cv.Saifulla		1		Ceumpeudak	Kontraktor
Cv.Firman		1		Kota Pantonlabu	Kontraktor
Cv.Mustafa Ibrahim		1		Kota Pantonlabu	Kontraktor
UD.Abdurrahman		1		Matang Sirdeng	Hasil Bumi (Sawit)
Agus Suardi		1		Kota Pantonlabu	Pupuk Dan Pemberantasan Hama
UD.Helmizar		1		Keude Panton Labu	Bengkel
UD.Muhadi		1		Keude Panton Labu	Bengkel
UD.Surya Saputra		1		Keude Panton Labu	Pakaian
UD.Musbihati			1	Keude Panton Labu	Pakaian
Attahilah	1			Keude Panton Labu	Kelontong

Musa Saleh		1		Keude Panton Labu	Kelontong
UD.Angga Saputra		1		Keude Panton Labu	Bengkel
Ramadi	1			Keude Panton Labu	Pisang Goreng
Nasir		1		Keude Panton Labu	Kelontong
Saifannur		1		Panton Labu	Pecah Belah
M.Yanis		1		Panton Labu	Pecah Belah
UD.Mansur		1		Panton Labu	Toko Besi
UD.Nasrullah		1		Panton Labu	Fotokopi
Rifan Fakrazi		1		Keude Panton Labu	Service
Cv. Muhammad A			1	Panton Labu	Service
UD.Bukhari A. Jalil		1		Tanjong Meunuang	Bali Lembu
UD. Fery Kurniawan		1		Panton Labu	Spare Part Motor
Cv.Jailani Cut Amad		1		Teupin Bayu	Pecah Belah
UD. Teuku Amdani		1		Tamkurok	Pengolahan Kayu Dan Pengetaman
UD.Mukhlis Ahmad		1		Teupin Gajah	Service
UD.As Sahri		1		Panton Labu	Bengkel
UD.Muhammad	1			Panton Labu	Grosir
Irwan Abi	1			Panton Labu	Toko Emas
Dara Azkia	1			Panton Labu	Toko Emas
Ahmad Mulia			1	Panton Labu	Toko Emas
Lina		1		Panton Labu	Toko Emas
Rahmadi M.Ali			1	Panton Labu	Toko Emas
Marzani		1		Panton Labu	Pakaian
Amiruddin, S. Pd		1		Kota Panton. Labu	Peralatan Kaca Dan Alumunium
H. Abdul Manan		1		Panton Labu	Pakaian
Zeega Jaya (Rina Novianti)		1		Gp. Keh Nibong	Kontraktor
		1		Tanjong Meunye	Pakaian
M. Zubir		1		Tanjong Meunye	Pakaian
Cv. Muktaruddin		1		Kota Panton Labu	pupuk &bahan Pertanian
Faisal	1			Tanjung Menjei	Warung Makan
Aiyub Abi	1			Panton Labu	Perabotan
UD.Muhammad	1			Panton Labu	Grosir/Market

Putra Driansyah	1			Panton Labu	Ponsel
Faisal	1			Panton Labu	Warungkopi
Rizal Fahmi		1		Keude Panton Labu	Pakaian
UD.Boihaki		1		Keude Panton Labu	Bengkel
UD.Amrizal		1		Keude Panton Labu	Kelontong
Minasir		1		Keude Panton Labu	Grosir Plastik
Rosa Firdaus		1		Panton Labu	Perabotan
Tihawa		1		Panton Labu	Air Mineral/Depot Air
Mhd.Azizi	1			Panton Labu	Obat-Obatan
Mahdi.S.Kep	1			Panton Labu	Pengobatan Luka
UD. Musliadi Hanafi	1			Teupin Gajah	Beras
UD. Sempurna Tani	1			Rawang Itek	pupuk & Alat-Alat Pertanian
Cv.Rasyidin Abdullah		1		Panton Labu	Pengobatan Luka
Darmawan	1			Panton Labu	Spare Part
M. Zuboystro	1			Panton Labo	Farfum Dan Pakaian
Drs. Rusli	1			Panton Labo	Suku Cadang & Assesoris Sepeda Motor
Adi Saputra	1			Samakurok	Warung Nasi
Zulkifli	1			Panton Labu	Pakaian
Rusling Buyong	1			Terminal Mayang Ubi	Spare Part & Reparasi Mobil
Dani Ib		1		Panton Labu	Warungkopi
Andi Rahman	1			Panton Labu	Grosir
Arian Syahputra		1		Panton Labu	Kue-Kue
Sayuti. Ma	1			Panton Labu	Ponsel
Ihsan Nanda		1		Panton Labu	Perbengkelan
Akmali		1		Panton Labu	Grosir
Cv.T.Zulikar Mahmud,St		1		Kota Panton Labu	Mini Market
UD.Muhammad Nasir		1		Rawang Itek	Shoroom Mobil Baru & Berkas
UD.H.Abdurrani		1		Jl.Jambo Aye Meunasah	Hasil Bumi
UD.M. Yakub		1		Biara Barat	Grosir Buah-Buah Dan Hasil Bumi
UD.Husaini,Ar		1		Tanjong Ceungai	Kilang Padi
UD.Zainal Abidin		1		Teupin Bayu	Pengilingan Padi
UD.Hasanuddin		1		Sp. Rawang Itek	Sepeda Motor Bekas

Toko Mas Cantik		1		Kota Pantonlabu	Toko Perhiasan
Bustami		1		Keude Panton Labu	Toko Bangunan
Aris Munandar		1		Keude Panton Labu	Kelontong
Sofyan		1		Keude Panton Labu	Pakaian
Muzakir		1		Keude Panton Labu	Toko Bangunan
Zulfikar		1		Keude Panton Labu	Toko Bangunan
M.Irfan		1		Keude Panton Labu	Pakaian
UD.Syahrul		1		Keude Panton Labu	Pecah Belah
M.Rizal	1			Keude Panton Labu	Es Cendol
Riski Ramanda	1			Panton Labu	Grosir
Sela Azkia		1		Panton Labu	Warung Nasi
Amrizal Vida		1		Panton Labu	Service
Mawardi		1		Keude Panton Labu	Kelontong
Mirza Firdaus		1		Keude Panton Labu	Asessoris
T. Zaman Huri		1		Biram Rayeuk	Pangkalan Gas Elpiji DanBBM
Nurlaili	1			Matang Maneh	Pangkalan Gas Elpiji DanBBM
Nurlaila	1			Matang Maneh	Pangkalan Gas Elpiji DanBBM
UD. Fery Kurniawan	1			Kota Pantonlabu	Sparepar Mobil Dan Aksesoris
Cv. Indotama Mienyak Gah		1		Ceumepudak	Kontraktor
UD.Murtala	1			Kota Pantonlabu	Sparepar Mobil Dan Aksesoris
Tgk. Zakaria		1		Ceumpeudak	Pangkalan Gas Elpiji DanBBM
Pangkalan Gas Saudah		1		Tanjong Ceungai	Pangkalan Gas Elpiji DanBBM
UD. Muhammad		1		Teupin Gajah	pupuk Dan Obat Pertanian
Yusri		1		Samakurok	Mini Market
Dian Siddiq		1		Keude Panton Labu	Grosir Plastik
Ismi Azima		1		Keude Panton Labu	Asessoris
Akmal Iksan		1		Keude	Perabotan

				Panton Labu	
Deli Saputra		1		Keude Panton Labu	Toko Bangunan
Rahmat Mulia		1		Keude Panton Labu	Pakaian
Zakaria		1		Keude Panton Labu	Kelontong
Optik Arun		1		Panton Labu	Toko Kaca Mata
Abdul Samad		1		Los C Panton Labu	Rempah-Rempah
Cv.Buchari Umar		1		Panton Labu	Kontraktor
Zea Noval	1			Ceumpedak	Toko Obat
Fuadi		1		Kota Panton Labu	Apotik
UD.Aiyub Ab	1			Kota Panton Labu	Sepeda Motor
Adrul Fadli	1			Kota Panton Labu	Pakaian
Ud.Muklis		1		Glumpang Umpung Unoe	Kelontong
Muhammad Rizki	1			Panton Labu	Pakaian
Sofyan M Yusuf	1			Rawang Itek	kopi
Idris	1			Kota Panton Labu	Air Kelapa Muda
Rosniana	1			Rawang Itek	Kelontong
Barry	1			Sama Kurok	Kuliner
Nardiah		1		Sama Kurok	Air Tebu
Zakaria	1			Kota Panton Labu	Toko Obat
Syamliati		1		Seuneubok Pidi	Produk Kesehatan
Zakaria		1		Kota Panton Labu	Kelontong
Mawardi		1		Mns. Merbo	
Sofyan		1		Ranto Panyang	Hasil Bumi
Muhammad Husen		1		Arongan Lise	Pe
Yusri		1		Seuneubok Pidie	Begkel
Ajmiati	1			Seuneubok Pidie	Rujak
Aisyah	1			Seuneubok Pidie	Rujak
UD.Safwan		1		Panton Labu	Kelontong
UD.Saladin		1		Panton Labu	Kelontong
Razali Ahmad		1		Panton Labu	Grosir Plastik

Hendra Raza		1		Panton Labu	Kelontong
Faisal Maulana		1		Panton Labu	Warung Nasi
Sulaiman		1		Panton Labu	Bumbu Masak
Ilham		1		Panton Labu	Grosir Plastik
M. Nasir A. Taleb		1		Kota Pantonlabu	Logam Mulia
Muklis Adinata		1		Kota Pantonlabu	Industri Aluminium
Herry Syah Poetra		1		Samakurok	Industri Sabun Danbahan Pembersih
Rizky Halim		1		Buket	Industri Furniture
Mukhlisin		1		Punti	Kilang Padi
Safwandi	1			Panton Labu	Stiker
Muksal Mina		1		Keude Panton Labu	Kelontong
Indah Prihatin		1		Rawang Itek	Kontraktor
Saifullah		1		Ceumpeuda k	Kontraktor
Firman		1		Kota Pantonlabu	Kontraktor
Mustafa Ibrahim		1		Kota Pantonlabu	Kontraktor
Abdurrahman		1		Matang Sirdeng	Hasil Bumi (Sawit)
Agus Suardi		1		Kota Pantonlabu	Pupuk dan Pemberantasan Hama
Muhammad A		1		Panton Labu	Kelontong
Bukhari A. Jalil		1		Tanjong Meunuang	Jual Beli Lembu
Fery Kurniawan		1		P. Labu	Spare Part Motor
Jailani Cut Amad		1		Teupin Bayu	Kelontong
H. Shalihin			1	P. Labu	Kelontong
M. Ali Ismail			1	Terminal Bus Panton Labo	Kelontong
Mukhlis Ahmad		1		Teupin Gajah	0
amiruddin, S. Pd		1		Panton. Labu	peralatan Kaca dan Alemenium
Zhaki		1		Bintang Hu	Perdagangan Eelektronik
Iskandar Yusuf		1		Bintang Hu	Hasil Bumi
Eva Lisma				P. Labu	0
Buchari H. Cek			1	P. Labu	0
M. zubir		1		Tanjong Meunye	0
M. zubir		1		Tanjong Meunye	0
Muktaruddin		1		P Labu	pupuk &bahan Pertanian
Rina Ramawati		1		Panton Labu	Pakaian

M. Siddiq		1		Panton Labu	Perlengkapan Listrik
				Mns. Rayeuk Meunye	Ternak Sapi
Syamsul Bahri			1		
Aminah Abdullah	1			Rawang Itek	Menjahit
Syarniati	1			Rawang Itek	Menjahit
Nabila Tailor	1			Keude Panton Labu	Menjahit
Muhammad Isa	1			Teupin Gajah	Kelontong
Hasanuddin		1		Jl. T. Umar Sp. Rawang Itek	Sepeda Motor Bekas
Canti		1		Kota Pantonlabu	Toko Perhiasan
Sofyan M Yusuf	1			Rawang Itek	kopi
Idris	1			Kota Panton Labu	Air Kelapa Muda
Rosniana	1			Rawang Itek	Kelontong
Barry		1		Sama Kurok	Kuliner
Nardiah	1			Sama Kurok	Air Tebu
A Aziz, SE			1	Panton Labu	Baliho Gudang Garam
Hafrizal Rahman			1	Lhoksukon	Baliho Gudang Garam
Ramli GA, SE		1		Panton Labu	Sepeda
Dadi	1			Panton Labu	Warungkopi
Zaini		1		Panton Labu	Kelontong
Aklina	1			Panton Labu	Kelontong
Muslim		1		Rawang Itek	Pengetaman Kayu
Ishak		1		Teupin Gajah	Industri Furniture
Hasanuddin		1		Sp. Rawang Itek	Sepeda Motor Bekas
Toko Mas Cantik		1		Kota Pantonlabu	Toko Perhiasan
CV. Studio 21		1		Rawang Itek	Kontraktor
Saifullah		1		Ceumpeuda k	Kontraktor
Rosmiati		1		Matang Drien	Menjahit
Ratniwati	1			Sama Kuruk	Menjahit
H.Abdurrani		1		JL.Jambo Aye Meunasah	Hasil Bumi
M. Yakub		1		Glp Payong Biara Barat	Grosir Buah-Buah Dan Hasil Bumi
Husaini,AR		1		JL. Tanjong Ceungai	Kilang Padi
Zainal Abidin		1		Teupin Bayu	Pengilingan Padi
Firman		1		Kota	Kontraktor

				Pantonlabu	
Mustafa Ibrahi		1		Kota Pantonlabu	Kontraktor
Abdurrahman		1		Matang Sirdeng	Hasil Bumi (Sawit)
Agus Suardi		1		Kota Pantonlabu	pupuk dan Pemberantasan Hama
T. Saiful Amri		1		Biara Timu	Industri Kecap
Afifuddin		1		Kota Pantonlabu	Industri daribahan Aluminium
Safruddin		1		Samakurok	Pengergajian Kayu
Zainal Abd		1		Kota Pantonlabu	Logam Mulia
Muhammad A		1		Dusun Lampoh U Kota Panton Labu	Pengergajian Kayu
Bukhari A. Jalil		1		Tanjong Meunuang	Bali Lembu
Dian Zuhra			1	P. Labu	Bali Lembu
Muhammad			1	Panton Labu	Bali Lembu
Jokko Efendi, SE			1	Panton Labu	Bali Lembu
Muhammad A		1		Panton Labu	Kontraktor
Bukhari A. Jalil		1		Tanjong Meunuang	Bali Lembu
Dian Zuhra			1	P. Labu	Kontraktor
Muhammad			1	Panton Labu	Kontraktor
CV. Tustam Jaya Said (Zaidul Amri)		1		Keude Panton Labu	Kontraktor
CV. Tupat Tamita (Dian Zuhra)		1		Keude Panton Labu	Kontraktor
PT. Karya Mukti Bersaudara (Dian Zuhra)			1	Panton Labu	Kontraktor
T. Zaman Huri		1		Gp. Biram Rayeuk	Pangkalan Gas Elpiji DanBBM
PT. Aceh Wood Industri (Musnani)			1	Terminal Panton Labu	Kontraktor
UD. Aszam Furniture (Martunis)		1		Panteu Breuh	Gudang Perabot
M. Jalil		1		Teupin Gajah	Kelontong
Dll...					

Sumber: Disperindagkop Aceh Utara, 2019

Lampiran 4

Wawancara dengan Kasi UKM

Nama : Saiful Yusuf
 Usia : 50 Tahun
 Jabatan : Kasi UKM
 Tanggal wawancara : 20 Desember 2021
 Waktu : 14:00 s/d selesai

No	Pertanyaan	Jawaban
1	cara Pihak Disperindag dalam meningkatkan daya saing UMKM yang ada di Panton Labu	Dengan melakukan pengembangan kapasitas usaha dan kualitas produk, penguatan kapasitas kelembagaan, perluasan jangkauan pemasaran usaha dan promosi, perlindungan usaha serta pendampingan akses pembiayaan KUR
2	Bagaimana strategi dinas dalam mengembangkan usaha UMKM agar dapat bersaing dengan UMKM yang lain.	Dinas melakukan kebijakan perberdayaan UMKM yaitu; <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kualitas SDM, melalui penguatan sektor wirausaha dengan pelatihan dan pendampingan. 2. Peningkatan akses pembiayaan, melalui perbankan dan pembiayaan lainnya. 3. Peningkatan nilai tambah produk dan jangkauan pemasaran, melalui pemanfaatan keunggulan lokal, peningkatan penerapan standarisasi produk, HaKI, sertifikasi (halal, keamanan pangan dan obat) dan transformasi digital. 4. Penguatan kelembagaan usaha, melalui kemitraan. 5. Kemudahan, kepastian dan perlindungan usaha, melalui fasilitas perizinan

3	Upaya apa saja yang telah dilakukan oleh Disperindag terhadap UMKM yang ada di Pantan Labu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan fasilitas perlindungan produk, berupa penyuluhan pangan produksi rumah tangga (P-IRT) dan Sertifikat Halal. 2. Pelatihan Digitalisasi 3. Sosialisasi perizinan usaha 4. Sosialisasi pembiayaan usaha 5. Memfasilitasi UMKM untuk dapat bergabung dalam market place atau berjualan dan memasarkan produknya secara digital melalui platform e-commerce
4	Contoh bantuan yang diberikan kepada pelaku UMKM	Pemberian bantuan hibah alat-alat/mesin pendukung usaha
5	Apa saja kendala Disperindag daalam meningkatkan daya saing UMKM di panton labu tanah jambo aye	Berdasarkan pengalaman Dinas dalam meningkatkan daya saing UMKM, terdapat bebrapa kendala yang selalu ada setiap tahunnya, yaitu seperti produktivitas masyarakat yang masih rendah terutama dibidang pengalaman manajemen, pemasaran dan teknologi. Selanjutnya luas jangkauan yang tidak sebanding dengan fasilitas operasional lapangan untuk melakukan pembinaan, dan terakhir terbatasnya jumlah aparatur terlatih, akbiat aanya mutas
6	Bagaimana strategi optimalisasi pemberdayaan dalam peningkatan industri kreatif bagi pelaku usaha UMKM	Dinas melakukan beberapa upaya diantara; pelatihan/bimbingan teknik peningkatan kualitas produk, perluasan jaringan pemasaran/promosi melalui pameran produk dan pendampingan untuk mengakses pembiayaan KUR
7	apa saja yang menjadi faktor pendukung dalam mengembangkan usaha UMKM	Terdapat sumber daya mansuia pelaku UMKM yang melimpah, tenaga kerja yang memadai, dan bahan baku yang mudah ditemukan
8	Sejauh mana perkembangan kebijakan pemerintah terhadap pelaku UMKM.	Telah terfasilitasinya para pelaku UMKM dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya dan terciptanya lapangan pekerjaan.

		Dalam masa pandemi covid-19 pelaku UMKM juga telah memperluas jaringan pemasaran secara online
9	Bagaimana prosedur yang harus dilakukan pelaku UMKM mendapatkan surat izin usaha	untuk mendapatkan izin usaha bagi UMKM secara online dapat dilakukan melalui website resmi online single submission (OSS)
	Apa pernah melakukan promosi terhadap hasil usaha UMKM ke luar daerah-daerah	Memperluas jaringan pemasaran produk UMKM, telah dilakukan promosi dengan cara mengikuti pelaku dan atau produk UMKM pada pameran di dalam dan luar daerah. Juga melakukan promosi produk melalui pisat layanan terpadu (PLUT) di provinsi Aceh serta promosi online
	Apa hambatan dalam meningkatkan daya saing UMKM	<p>Hambatan yang dirasakan dians dalam mengembangkan atau meningkatkan daya saing umkm diantaranya</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rendahnya kualitas SDM serta minimnya pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan mengakibatkan rendahnya produktivitas usaha dan tenaga kerja, tampah pada ketidakmampuan mereka dalam hal manajemen usaha, terutama pencatatan/pembukuan. 2. Jaringan kerja sama dan kemitraan yang masih terbatas. 3. Rendahnya penyerapan kredit dari lembaga perbankan atau lembaga keuangan. 4. Rendahnya insesitas upaya pemberdayaan, pelatihan dan pengembangan konsultan keuangan/pendampingan UMKM. 5. Optimalisasi pemanfaatan dana BUMN (melalui dana program kemitraan dan bina lingkungan) untuk membiayai pengembangan dan pemberdayaan UMKM

		<p>terutama melalui pembiayaan usaha mikro.</p> <p>6. Proses produksi masih bersifat konvensional.</p> <p>7. Kurangnya strategi ekspansi bisnis serta kurang tanggap atas pergerakan kebutuhan pasar.</p> <p>8. Belum maksimalnya pemasaran secara online.</p> <p>9. Pelaku UMKM masih terkendala dengan pentingnya branding bagi produk dan usahanya serta belum tersertifikasi dan terstandarisasi produknya</p>
--	--	--

Wawancara dengan pemilik CV.Atlantik

Nama : Ichsan
 Usia : 25
 Nama usaha : CV. Atlantik
 Lama usaha : 32 tahun
 Tanggal wawancara : 02 Januari 2022
 Waktu : 09:00-10:30

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana pengelolaana atau sistem yang bapak/ibu dalam membangun usaha ini?	awal mula usaha saya merupakan usaha jual beli segala hasil panen dari masyarakat sekitar, dan pada suatu saat ketika saya membeli daun kelor, saya memiliki ide untuk membuat produk dari daun kelor, yang mana daun ini memiliki seribu manfaat.
2	Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk yang bapak kelola?	Produk kami dipasarkan ke berbagai pasar di wilayah aceh, dan ke minimarket-minimarket ke berbagai daerah. Dan juga membuka peluang bagi yang ingin menjadi reseller dari CV ini.

3	Strategi apa yang bapak/ibu gunakan dalam memasarkan produk?	Saya pernah menggunakan menggunakan e-commers seperti shopee, tokopedia dan lainnya, akan tetapi tidak berjalan dengan lancar, dikarenakan ongkir dari Aceh ke luar kota sangat mahal.
4	Apa saja kendala ibuk/bapak dalam memasarkan produk tersebut	Kendala salah satunya susah untuk mempromosikan produk ke pada khalayak, karena biaya yang dibutuhkan sangat besar. Sehingga masyarakat masih asing dengan manfaat dan produk kami.
5	Bagaimana cara bapak/ibu dalam mengurangi terjadinya kerugian dalam usaha yang telah di bangun?	Memproduksi produk tidak terlalu banyak, sesuai dengan kebutuhan saja.
6	Apakah produk yang bapak/ibu sudah dikenal pihak ramai atau masyarakat luar daerah?	Untuk luar daerah kami sudah coba memperkenalkan dengan adanya reseller kami diberbagai kota, tapi belum terlalu signifikan.
7	Apakah produk bapak/ibu ada yang pernah di ekspor?	Tidak.
8	Apakah dinas diperindagkop pernah memberikan pembinaan dan pelatihan yaitu bagaimana cara meningkatkan daya saing produk anda?	Pernah, diperindagkop memberikan pelatihan dan pembinaan kepada saya, untuk meningkatkan daya saing produk saya di pasaran, memberikan masukan dan saran agar produk lebih menarik dilihat.
9	Apakah menurut bapak/ibu pembinaan tersebut dapat membantu dalam meningkatkan pengembangan usaha ini	Untuk meningkatkan 100% tidak bisa, kami harus lebih berinovasi, tetapi dengan kehadiran dapat mudah mengurus segala masalah perizinan
10	Saran untuk Dinas	Untuk lebih aktif dan memperbanyak pelatihan, jangan setahun sekali.

Wawancara dengan Ibu Vera Albaheh pemilik Albahel Bakery

Nama : Vera Wati
 Usia : 42
 Nama usaha : Vera Albahel bakery
 Lama usaha : 16 tahun
 Tanggal wawancara : 02 Januari 2022
 Waktu :

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana pengelolaana atau sistem yang bapak/ibu dalam membangun usaha ini?	Awal mula al bahel bakery ini merupakan produksi kue rumahan, yang hanya menerima pesanan, sampai pada akhirnya kue yang dibuat banyak digemari, sehingga bisa di stokc banyak dirumah, karena pembeli akan datang kerumah untuk membeli kue buatan saya.
2	Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk yang bapak kelola?	Pemasarannya dilakukan secara <i>mouth to mouth</i> setelahnya ketika sudah cukup dikenal dilingkungan mencoba mempromosinya via sosial media.
3	Strategi apa yang bapak/ibu gunakan dalam memasarkan produk?	Ketika kue saya mulai merambat ke berbagai daerah, saya aktif mendekati diri dengan berbagai event” untuk segala kebutuhan cathering menggunakan jasa saya.
4	Apa saja kendala ibuk/bapak dalam memasarkan produk tersebut	Kendala dipengiriman, ketika barang yag dikirim mengalami kerusakan maka menjadi tanggung jawab dari owner. Dan apalagi mati lampu beberapa brownis yang diproduksi akan tidak enak lagi dan <i>deseart</i> akan basi.
5	Bagaimana cara bapak/ibu dalam mengurangi terjadinya kerugian dalam usaha yang telah di bangun?	Meminimalisirkan jumlah produksi kue. Dan tidak mengambil pesanan luar daerah, karena mengurangi risiko kue menjadi hancur.
6	Apakah produk yang bapak/ibu sudah dikenal pihak ramai atau masyarakat luar daerah?	Untuk dalam lingkungan kue dari al bahel bakery sudah cukup viral, apalagi cukup update mengikuti zaman. Untuk masyarakat luar daerah belum ditahap itu.

7	Apakah produk bapak/ibu ada yang pernah di ekspor?	tidak
8	Apakah dinas disperindagkop pernah memberikan pembinaan dan pelatihan yaitu bagaimana cara meningkatkan daya saya produk anda?	Pernah. Saya mengikuti pelatihan sekitar 1 bulan ya lalu. Dan saya juga pernah mendapatkan bantuan kotak kue sebanyak 1000pcs.
9	Apakah menurut bapak/ibu pembinaan tersebut dapat membantu dalam meningkatkan pengembangan usaha ini	Sangat membantu, terutama untuk saya ibu rumah tangga yang awalnya tidak terbuka mata saya akan segala informasi didunia luar, menjadi lebih berwawasan dalam menjalankan bisnis ini.
10	Saran untuk Dinas	Untuk lebih aktif dan memperbanyak pelatihan, jangan setahun sekali.

Wawancara dengan pemilik Dodol Pulot

Nama : Vera Wati
 Usia : 34
 Nama usaha : Dodol Pulot
 Lama usaha : 30 tahun
 Tanggal wawancara : 2 januari
 Waktu : 14: 00

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana pengelolaana atau sistem yang bapak/ibu dalam membangun usaha ini?	Awalnya ini adalah bisnis dari orang tua saya, selanjutnya saya diberikan tanggungjawab untuk menuruskan usaha bapak saya ini.
2	Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk yang bapak kelola?	Produknya saya kirim ke berbagai tempat beli oleh-oleh, dan juga dipasarkan ke warung dengan ukuran lebih kecil.
3	Strategi apa yang bapak/ibu gunakan dalam memasarkan produk?	Tidak ada strategi khusus, Cuma mengadakan rasa yang semakin lama semakin enak.
4	Apa saja kendala ibuk/bapak dalam memasarkan produk tersebut	Segala proses produksi masih menggunakan cara manual, sehingga sangat terbatas dalam proses produksinya.

5	Bagaimana cara bapak/ibu dalam mengurangi terjadinya kerugian dalam usaha yang telah di bangun?	Tidak memproduksi dalam jumlah banyak, sekedar beberapa kebutuhan pasar, sehingga tidak ada yang akan berkulat dan membusuk.
6	Apakah produk yang bapak/ibu sudah dikenal pihak ramai atau masyarakat luar daerah?	Untuk luar daerah belum, tapi untuk wilayah tanah jambo aye cukup mencakup rata.
7	Apakah produk bapak/ibu ada yang pernah di expor?	Tidak.
8	Apakah dinas disperindagkop pernah memberikan pembinaan dan pelatihan yaitu bagaimana cara meningkatkan daya saya produk anda?	Untuk pelatihan sudah, tetapi saya merasakan lebih membutuhkan barang atau alat yang diberikan dinas menunjang dalam memproduksi dodol ini.
9	Apakah menurut bapak/ibu pembinaan tersebut dapat membantu dalam meningkatkan pengembangan usaha ini	Teori tanpa alat penunjang kurang efektif untuk mengembangkan produk.
10	Saran untuk Dinas	Semoga Disperindagkop lebih memahami kebutuhan dari pelaku UMKM.

Wawancara dengan pemilik Dapue Tjot Nora kuliner Aceh

Nama : Cut Yanti Nora
 Usia : 43
 Nama usaha : Keumamah
 Lama usaha : 4 tahun
 Tanggal wawancara : 4 Januari 2022
 Waktu : 14:54

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana pengelolaana atau sistem yang bapak/ibu dalam membangun usaha ini?	Awal saya membuat produk keumamah karna saya ada Tim UMKM yang saya bangun jadi bukan keumamah saja usaha yang saya kelola banyak makanan lain juga yang saya kelola di bawah bimbingan saya,keumamah salah satu usaha kakak dan produk makanan lain itu punya tim umkm kakak yang kakak pasarkan di even-even dan media sosial.

2	Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk yang bapak kelola?	Kakak memasarkan produk lewat sosial media karna kita tahu bahwa sekarang serba canggih jadi kakak memasarkan produk kakak lewat instagram dan facebook.
3	Strategi apa yang bapak/ibu gunakan dalam memasarkan produk?	Strategi kakak dalam memasarkan produk kakak yaitu memperkenalkan produk kakak sama kawan-kawan kantor dan memasarkan lewat even-even juga
4	Apa saja kendala ibuk/bapak dalam memasarkan produk tersebut	Kendala yang kakak alami saat kakak jual produk kakak yaitu produk cepat basi Cuma bertahan beberapa hari saja jika tidak di masukkan ke freezer.
5	Bagaimana cara bapak/ibu dalam mengurangi terjadinya kerugian dalam usaha yang telah di bangun?	Cara kakak mengatasi kerugian itu dengan cara memproduksi dengan jumlah yang sedikit kalau ada yang pesan baru saya buat.
6	Apakah produk yang bapak/ibu sudah dikenal pihak ramai atau masyarakat luar daerah?	Berkat media sosial produk kakak sudah dikenal masyarakat lokal dan luar daerah
7	Apakah produk bapak/ibu ada yang pernah di ekspor?	Pernah sampai ke malaysia
8	Apakah dinas disperindagkop pernah memberikan pembinaan dan pelatihan yaitu bagaimana cara meningkatkan daya saya produk anda?	pembinaan dari dinas kakak ada mengikuti saat pelatihan bagaimanan mengelola marketing digitalisasi.
9	Apakah menurut bapak/ibu pembinaan tersebut dapat membantu dalam meningkatkan pengembangan usaha ini	Membantu dalam hal mengurus P-IRT saja dan sertifikat halal produk
10	Saran untuk Dinas	Semoga dinas bisa lebih mencakup seluruh lapisan UMKM tidak hanya terhadap Umkm yang terkenal saja akan tetapi lebih di utamakan yang baru merintis usaha mereka.

Foto Dokumentasi





PROFIL MAHASISWA

Nama : Ananda Fitria
Tempat/Tanggal Lahir : Ulee Ateung, 10 januari 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Status : Belum Kawin
Alamat : Mns geudong,
Kecamatan Tanah Jambo Aye,
Kabupaten Aceh Utara.
Pekerjaan : Mahasiswa
Email : anandaf036@gmail.com
Nama Orang Tua
1. Ayah : Rusli
2. Ibu : Juraida
Pekerjaan
1. Ayah : Wiraswasta
2. Ibu : Ibu Rumah Tangga

Pendidikan yang telah ditempuh:

1. MIN 11 Madat Aceh Timur Berijazah tahun 2011
2. SMP Ulumul Islam Berijazah tahun 2014
3. SMA Ulumul Islam Berijazah tahun 2017

Langsa, 02 Februari 2022
Penulis

ANANDA FITRIA
NIM. 4022017104



KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM-INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 15 TAHUN 2022
TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA,

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penyusunan skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing skripsi;
- b. bahwa personil yang namanya tersebut dalam Lampiran Surat Keputusan ini dianggap memenuhi syarat dan mampu untuk ditetapkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi sebagaimana dimaksud;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa tentang Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 376 Tahun 2009 tentang Dosen;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
- Memperhatikan: Hasil Seminar Proposal Skripsi Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 27 Oktober 2021;
- MEMUTUSKAN :
- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
- Kesatu : Menetapkan **Dr. Abdul Hamid, MA** sebagai Pembimbing I dan **Rifyal Dahlawi Chaili, M.Sc.** sebagai Pembimbing II untuk penulisan skripsi mahasiswa atas nama **Ananda Fitria NIM 4022017104** dengan judul skripsi **"Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM terhadap Pelaku UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye"**;
- Kedua : Masa pembimbingan dilakukan maksimal selama enam bulan, dengan ketentuan :
1. setiap bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
2. perubahan judul skripsi tidak diperkenankan kecuali atas persetujuan Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa;
3. selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada IAIN Langsa;
- Ketiga : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan akan diperbaiki sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan dalam penetapan ini;

Ditetapkan di Langsa
Pada tanggal 20 Januari 2022 M
17 Jumadil Tsani 1443 H

DEKAN,


ISKANDAR

Tembusan :

1. Ketua Jurusan/Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus IAIN Langsa, Jln. Meurandeh - Kota Langsa, Provinsi Aceh, Telp. 0641-22619/23129
Fax. 0641-425139 website : <http://www.febi.iainlangsa.ac.id> email : febi@iainlangsa.ac.id

Nomor : B-30/In.24/FEBI/PP.00.9/01/2022
Lampiran : -
Perihal : **Mohon Izin Untuk Penelitian Ilmiah**

Kepada Yth,
Kepala Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM
Kabupaten Aceh Utara
Di -
Tempat

Assalamu`alaikum Wr. Wb.,

Dengan hormat,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Langsa dengan ini memaklumkan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa kami
yang tersebut di bawah ini :

Nama : ANANDA FITRIA
Tempat / Tanggal Lahir : Ulee Ateung, 10 Januari 1999
Nomor Induk Mahasiswa : 4022017104
Jurusan : Ekonomi Syariah

Bermaksud mengadakan penelitian di wilayah Bapak/Ibu, sehubungan dengan
penyusunan skripsi berjudul "Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian,
Koperasi dan UKM dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM terhadap Pelaku
UMKM Kecamatan Tanah Jambo Aye".

Untuk kelancaran penelitian dimaksud kami mengharapkan kepada Bapak/ibu
berkenan memberikan bantuan sepenuhnya sesuai dengan ketentuan yang
berlaku, segala biaya penelitian dimaksud ditanggung yang bersangkutan.

Demikian harapan kami atas bantuan serta perhatian Bapak/ibu kami ucapkan
terima kasih.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.

Langsa, 20 Januari 2022

Dekan



Iskananda





PEMERINTAH KABUPATEN ACEH UTARA
DINAS PERDAGANGAN, PERINDUSTRIAN, KOPERASI
DAN USAHA KECIL MENENGAH

Jln. Mayjend Nyak Adam Kamil No.7 Lhokseumawe Kode Pos 24313

Telp. (0645) 6500586 Fax. (0645) 42305

Email : disperdaginkop.ukm@gmail.com Webside : www.acehutara.co.id

Nomor : 800/2080

Sifat : -

Lampiran : -

Hal : Kesedian Izin Penelitian Ilmiah

Lhokseumawe, 20 Desember 2021 M

15 Jumadil Awal 1443 H

Kepada,

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa
di-

Langsa

1. Sehubungan dengan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa Nomor B-1501/In.24/FEBI/PP.00.9/12/2021 tanggal 02 Desember 2021, perihal mohon izin penelitian ilmiah.
2. Berkenaan hal tersebut pada prinsipnya, kami bersedia menerima mahasiswa tersebut yaitu:

Nama : ANANDA FITRIA

Nim : 4022017104

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa

Untuk melakukan penelitian ilmiah pada Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Aceh Utara sepanjang yang bersangkutan memenuhi ketentuan yang berlaku.

3. Demikian disampaikan, dan terima kasih.

KEPALA DINAS PERDAGANGAN, PERINDUSTRIAN,
KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH
KABUPATEN ACEH UTARA,





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Meurandeh – Kota Langsa – Aceh, Telepon 0641) 22619 – 23129; Faksimili(0641) 425139;
Website: www.febi.iainlangsa.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B/538/In.24/LAB/PP.00.9/02/2022

Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : ANANDA FITRIA
NIM : 4022017104
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI DINAS PERDAGANGAN, PERINDUSTRIAN,
KOPERASI DAN UKM DALAM MENINGKATKAN DAYA
SAING UMKM TERHADAP PELAKU UMKM
KECAMATAN TANAH JAMBO AYE

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 35% pada naskah skripsi yang disusun. Surat Keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti sidang munaqasyah.

Langsa, 03 Februari 2022

Ketua Laboratorium FEBI

Mastura, M.E.I

NIDN. 201307870