



Strategi Dinas Perdagangan dan Koperasi dalam Mengembangkan Produk Pelaku UMKM di Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe

Nopa Auliza¹, Lisa Iryani², Nanda Ameliany³, Nursanjaya⁴

¹²³⁴Universitas Malikussaleh

Email: nopa.200270005@mhs.unimal.ac.id

Article Info

Article history:

Received October 26, 2024
Revised November 05, 2024
Accepted November 14, 2024

Keywords:

Strategy, Department of Trade and Cooperatives, MSMEs product development

ABSTRACT

This research aims to analyze the strategies implemented by the Trade and Cooperatives Service in developing products for MSMEs in Muara Satu District, Lhokseumawe City. In the face of increasingly fierce competition, MSME players need support and effective strategies to improve the quality and competitiveness of their products. This research uses qualitative methods with data collection techniques through in-depth interviews, observation and document study. The research results show that the Department of Trade and Cooperatives has carried out various strategic efforts, including skills training, product innovation workshops, market research assistance and marketing support. One of the important findings is the training and workshop program which significantly improved the quality of sewing and design for MSMEs, thus increasing customer satisfaction and loyalty to their products. Apart from that, the department also encourages MSME players to build new and well-known brands, as well as providing assistance in market research which helps MSME players understand consumer needs and preferences. The conclusion of this research is that the strategy implemented by the Department of Trade and Cooperatives is effective in developing products for MSME players, but ongoing efforts and more intensive collaboration between the agency and MSME players are needed to achieve more optimal results.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received October 26, 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Dinas Perdagangan dan Koperasi dalam mengembangkan produk pelaku UMKM di Kecamatan Muara



Revised November 05, 2024Accepted November 14, 2024

Keywords:*Strategi, Dinas Perdagangan**Dan Koperasi, Ummk**Pengembangan Produk*

Satu, Kota Lhokseumawe. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, pelaku UMKM membutuhkan dukungan dan strategi yang efektif agar dapat meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Perdagangan dan Koperasi telah melakukan berbagai upaya strategis, termasuk pelatihan keterampilan, workshop inovasi produk, bantuan riset pasar, dan dukungan pemasaran. Salah satu temuan penting adalah program pelatihan dan workshop yang secara signifikan meningkatkan kualitas jahitan dan desain pelaku UMKM, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap produk mereka. Selain itu, dinas juga mendorong pelaku UMKM untuk membangun merek baru dan dikenal, serta memberikan bantuan dalam riset pasar yang membantu pelaku UMKM memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi yang diterapkan oleh Dinas Perdagangan dan Koperasi efektif dalam mengembangkan produk pelaku UMKM, namun diperlukan upaya berkelanjutan dan kolaborasi yang lebih intensif antara dinas dan pelaku UMKM untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Nama penulis: Nopa Auliza

Universitas Malikussaleh

Email: nopa.200270005@mhs.unimal.ac.id

Pendahuluan

Menerapkan strategi pengembangan kualitas produk merupakan salah satu hal krusial yang harus dilakukan saat memulai suatu bisnis atau usaha guna membantu usaha tersebut tumbuh dan berkembang. Menurut Amirullah Imam Hardjanto menyatakan bahwa Bisnis adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan nilai guna menghasilkan laba dengan memproduksi barang yang memenuhi persyaratan dan keinginan pelanggan. Ini sama halnya dengan mengembangkan kegiatan, mengembangkan produk, menciptakan penjualan, mengembangkan pelanggan, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan nilai, manfaat, serta distribusi barang (Kartoyo, 2021).



Strategi pengembangan perusahaan merupakan upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperkenalkan peluang pasar baru dan meningkatkan aspek teknis manufaktur melalui inovasi. Untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, suatu industri atau UMKM memerlukan perencanaan yang matang. Aspek penting produk yang perlu diperhatikan terlebih dahulu antara lain legalitas perusahaan atau produk dan memperhatikan kehalalan dan kesucian produk bagi pelanggan muslim (Ian Alfian and Muslim Marpaung, 2017:126).

Menurut Afiffuddin, (2010:180) Dalam Riyanti menyebutkan bahwa peran usaha kecil terus berkembang menjadi UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan organisasi masyarakat yang melihat potensi sumber daya manusia dan alam sebagai usaha baru yang dapat meningkatkan perekonomian mereka sendiri maupun perekonomian Indonesia secara keseluruhan. Dengan menciptakan lapangan kerja dan mengurangi kemiskinan, pemberdayaan UMKM merupakan langkah yang tepat untuk pemerataan dan meningkatkan ikatan ekonomi yang mengikat sebagian besar masyarakat Indonesia.

Selain itu, UMKM harus selalu meningkatkan produk yang diproduksi, membuat keputusan dengan cepat dan tepat, serta mengembangkan konsep yang orisinal, kreatif, dan modern yang diterima masyarakat agar dapat bersaing di sektor ekonomi. Kedua, yakni promosi. Agar penjualan dapat meningkat dan UMKM dapat mencapai target omzet yang ditetapkan, promosi dapat memudahkan calon konsumen untuk mengetahui produk (Annisaq Ulfa Siregar, 2018).

Metode

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian ini bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang akan diteliti (Albi Anggito dan Johan Setiawan, 2018).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan objek atau subjek yang diteliti sesuai dengan apa



adanya (Rusmini, 2017). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisis Strategi Pengembangan Kualitas Produk Pelaku Usaha UMKM di Kota Lhokseumawe pada Dinas Perdagangan dan Koperasi.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Strategi dinas Perdagangan Dan Koperasi

No	Strategi Dinas Perdagangan Dan Koperasi Dalam Mengembangkan Pelaku Umkm
1	Meningkatkan sarana produksi
2	Memberikan Pelatihan Untuk Pengembangan Umkm
3	Mengarahkan Pelaku Umkm untuk mengurus BPOM
4	berusaha menciptakan iklim usaha yang kondusif dengan menyederhanakan prosedur perizinan dan memberikan keringanan pajak

Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kota Lhokseumawe telah memiliki rencana matang untuk pengembangan UMKM. Berbagai strategi, baik yang sudah dilaksanakan maupun yang masih dalam tahap perencanaan, disusun dalam sebuah program yang dikenal dengan nama Program Pengembangan UMKM. Program ini meliputi berbagai kegiatan untuk membantu usaha mikro berkembang menjadi usaha kecil di bidang desain dan teknologi, pemasaran, sumber daya manusia, serta produksi dan pengolahan.

Kegiatan pertama yang biasanya dilakukan oleh pelaku UMKM adalah produksi dan pengolahan. Para peneliti menemukan bahwa kegiatan ini memegang peranan penting dalam menentukan kualitas produk UMKM. Jika produksi dan pengolahan dilakukan dengan baik, hasilnya pun akan baik, dan jika tidak, hasilnya pun akan kurang baik. Upaya Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kota Lhokseumawe dalam mengembangkan UMKM di bidang produksi dan pengolahan mencakup beberapa strategi yang sudah direncanakan oleh dinas.



Kesimpulan

Strategi pengembangan UMKM adalah serangkaian rencana dan tindakan yang dirancang untuk meningkatkan kinerja, daya saing, dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah. Strategi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari peningkatan kualitas produk dan layanan, diversifikasi produk, pengembangan pasar, hingga peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Tujuan utama dari strategi pengembangan ini adalah untuk membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan pasar, memenuhi kebutuhan konsumen, dan bersaing secara efektif di pasar nasional maupun internasional. Dengan strategi pengembangan yang tepat, UMKM dapat lebih mudah menghadapi tantangan bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Strategi pengembangan UMKM sangat penting dalam menghadapi berbagai tantangan dan permasalahan yang dihadapi oleh sektor ini. Melalui langkah-langkah strategis seperti peningkatan kualitas, keistimewaan, dan gaya produk, serta dukungan dari pemerintah melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif, bantuan permodalan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan, pelatihan, dan pembentukan lembaga khusus, UMKM dapat menjadi lebih kompetitif di pasar nasional dan internasional. Hasil wawancara dengan pihak terkait seperti Kepala Dinas Perdagangan dan Koperasi serta pelaku UMKM menunjukkan bahwa dukungan pemerintah melalui regulasi dan pendampingan sangat dirasakan manfaatnya oleh pelaku UMKM. Perlindungan usaha khususnya memberikan rasa aman dan kepercayaan diri yang sangat dibutuhkan oleh UMKM untuk berkembang.

Daftar Pustaka

- Adiaksa, Angga & Abadi, Said. 2022. *Strategi pengembangan produk untuk meningkatkan pendapatan UMKM sumber waras desa tahunan kecamatan tegalombo kabupaten pacitan*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 08(01). 46-55
- Alfian, Ian, and Muslim Marpaung. *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan*. *At-Tawassuth* 2, no. 1 (2017): 126
- Anggar, Sahya. 2015. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Astari, Suci. 2019. *Strategi dinas koperasi dan ukm kabupaten Langkat dalam pengembangan sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Bajuri, Diding Bajuri, 2013 *Analisis Kualitas Pelayanan Publik Perangkat Desa Pagandon Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka*. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara* 6(1).
- Budio, Sesra. 2019. *Strategi Manajemen*. *Jurnal Mananta*, 2(2).
- Dewi, Nunik Lestari dan Yunita Christy. 2012. *Manajemen Strategis Dan Proses Implementasinya Pada Pemerintah Daerah, Prosiding Seminar Nasional & Call*



Paper Forum Manajemen Indonesia.

- Fadzillah, Nurul. 2020. *Strategi Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan Kota Banda Aceh Dalam Meningkatkan Perkembangan Industri Kreatif Bagi UMKM*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
- Gandi, Anwar. 2019. *Strategi Untuk Mengembangkan UMKM Kota Jambi Menghadapi Revolusi Industri 4.0*. Jurnal
- Hendrawan, Andi Dkk. 2019. *Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. *Jurnal HUMANIS (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)* 2(1).
- Janice, Astrella. 2015. *Study Tentang Pelaksanaan Tugas Dan Fungsi Badan Pemberdayaan Masyarakat Desa (Bpmd) Dalam Pembangunan Desa Tanjung Lapang Kecamatan Malinau Barat Kabupaten Malinau*. *E-Journal Ilmu Pemerintahan*, 3(3).
- Kartoyo. 2021. *Proses Pengembangan Usaha*. Jakarta: Grasindo
- Mekarisce, Arnild Augina. 2020. *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat*. *JIKM*, 12, Edisi 3.
- Mihani & Hutaeruk, Thomas Robert. 2020. *Strategi pengembangan UMKM Dapur Etam Sejahtera Samarinda dalam Meningkatkan Penjualan*. *Jurnal Riset Inossa*. 2(2). 111-122
- Muksin, Raudhah DKK. 2017. *Pengaruh Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kelompok Pengolahan Hasil Perikanan Di Kota Makassar*, Universitas Hasanudin Makasar, *Jurnal Analisis*, Vol 6 No 2.
- Nazarudin, H. 2020. *Manajemen Strategik*. Palembang : CV Amanah Ritonga,
- Peraturan Presiden Nomor 80 tahun Tahun 2017 Tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan
- Riyanthi Idayu, Dkk. 2021. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten*. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1).
- Saleh, Sirajudin. 2017. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung. Pustaka Ramadhan.
- Sidiq, Umar dan Miftachul Choiri. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Suwendra, I Wayan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*. Bandung: Kalacakra.
- Timotius, Kris H. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Pengembangan Pengetahuan*. Yogyakarta: Andi.



Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2003 Tentang Keuangan negara.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah

Zuriani . 2020. *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

<http://umkm.depkop.go.id> Diakses pada tanggal 12 Januari 2024

<https://lensapost.net> Diakses pada tanggal 28 Desember 2023

<https://RRi.co.id> Diakses pada tanggal 10 Januari 2024