

PERAN DINAS KOPERASI, USAHA MIKRO, PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN DALAM PENGEMBANGAN MELALUI PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* UMKM DI KECAMATAN BINTAN TIMUR

Oleh:

Esrayanti Lumban Gaol

NIM: 180563201046

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian negara. Hal ini karena sektor UMKM memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Naik atau turunnya pertumbuhan ekonomi Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah peran serta usaha mikro, kecil dan menengah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peran dinas koperasi, UKM, perindustrian dan perdagangan dalam pengembangan melalui penerapan *digital marketing* UMKM di Kecamatan Bintan Timur dan apa saja faktor pendukung dan penghambat perkembangan UMKM di Kecamatan Bintan Timur. Penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan informan yaitu Kepala Dinas dan beberapa perangkat dinas yang terkait serta masyarakat. Hasil penelitian ini menjelaskan 1). Peran sebagai Inovator, terdapat pelaku UMKM yang masih kebingungan dalam mengembangkan usahanya karena sejauh ini mereka belum pernah mendapatkan pelatihan. 2). Peran sebagai modernisator, terdapat pelaku usaha yang tidak mendapatkan fasilitas dan terdapat kelompok usaha yang sudah tidak aktif lagi. 3). Peran sebagai Pelopor, tidak meratanya pemberian bantuan baik bantuan dalam menangani masalah, kelengkapan dokumen, serta penggunaan teknologi dalam mempromosikan produknya. 4). Peran sebagai pelaksana sendiri, selama ini pelaksanaan yang dilakukan dapat diterapkan oleh pelaku UMKM namun tidak semua pelaku UMKM yang mendapatkan pelatihan maupun fasilitas yang disediakan. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa antara keempat indikator yang peneliti analisis peran Dinas Koperasi, usaha mikro, perindustrian dan perdagangan masih belum optimal. Para pelaku usaha masih banyak yang kebingungan dalam hal pemasaran produk, tidak meratanya pemberian fasilitas kepada para pelaku usaha, serta minimnya perluasan pelatihan dari dinas yang belum didapatkan para pelaku usaha. Saran dari penelitian ini, pihak Dinas agar lebih mengoptimalkan lagi dalam aspek pendataan pelaku UMKM yang belum menerima fasilitas maupun pelatihan dan untuk para pelaku UMKM agar lebih meningkatkan produk UMKM nya dan mengembangkan usahanya dengan cara memberikan inovasi-inovasi baru sesuai dengan perkembangan zaman.

Kata kunci: Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan, UMKM, *Digital Marketing*

**ROLE OF OFFICE OF COOPERATIVES, UKM, INDUSTRY AND TRADE
IN DEVELOPMENT OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES
BY IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING IN EAST BINTAN
DISTRICT**

By:
Esrayanti Lumban Gaol
NIM: 180563201046

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises (MSME) played a very important role in the economy country' s. This is because the micro, small and medium enterprises sektor provided the largest contribution to Produk Domestik Bruto (PDB), absorbs most employment opportunities, and relatively resistant to financial crisis. The up and down economic growth of Indonesia influenced by many factors, one of is participation of micro, small and medium enterprises. The purpose of this study is to find out how the role of the Office of Cooperatives, UKM, Industry and Trade in development of UMKM in Bintan East District through the application of digital marketing and what are the factors of supporting and inhibiting micro, small and medium enterprises development in District Bintan East. This study used a qualitative method approach. The informants in this study were the Head of the Office of Cooperatives, UKM, Industry and Trade, and several related agencies and the community. Techniques of data collection in this study are conducting observations, interview, and documentation. Techniques of analysis data are data reduction, data presentation and conclusion. The results of this study indicate that the role of the Cooperatives, micro-enterprise, industry and trade offices is still not optimal, this can be seen from the many business actors who are still confused in terms of product marketing, the uneven distribution of facilities to business actors, and the lack of expansion of training from the department, that have not been obtained by business actors. Therefore, the researcher suggests to the Cooperatives Office to optimize it again in the aspect of collecting data on MSME actors who have not received facilities or training. For business actors to further improve their MSME products and develop their business by providing new innovations in accordance with the times

Keywords: Office of Cooperatives, UKM, Industry and Trade, micro, small and medium enterprises, Digital Marketing