

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transaksi bisnis melalui internet merupakan satu fenomena bisnis baru dan salah satu keunggulan dari internet sebagai sarana perkenalan dan pemasaran produk barang atau jasa. Dari sudut pandangan keuangan, pemasaran online sangat menjanjikan untuk peningkatan pendapatan operasional usaha. Penguatan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. (Setiawati, 2017)

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak yang sangat besar pada semua aspek dan sektor kehidupan masyarakat terutama pada sektor perekonomian, kehadiran covid-19 memperburuk ekonomi global. Pemerintah melalui kementerian keuangan, mengakui covid-19 telah memberikan dampak yang sangat signifikan bagi Indonesia. Ada tekanan ekonomi yang luar biasa di hampir setiap bidang kehidupan masyarakat. Indonesia mengalami efek domino yang sangat kuat yaitu kesehatan bertemu masyarakat, ekonomi bertemu masyarakat, dan perekonomian pasti akan sangat mempengaruhi sektor keuangan khususnya lembaga keuangan bank dan juga non bank.

Menteri Keuangan Sri Mulyani mengatakan ada tiga dampak besar perekonomian utama dari pandemi Covid-19, Pertama, dampak terhadap konsumsi rumah tangga, yaitu turunnya daya beli masyarakat. Kedua, investasi juga ikut melemah di tengah ketidakpastian pandemi Covid-19 dan yang ketiga, perlambatan

ekonomi global telah menghentikan ekspor Indonesia akibat aktivitas masyarakat diluar rumah. Ini secara otomatis mengarah pada pengurangan jumlah pada suatu usaha. Hal ini mengurangi pendapatan yang dihasilkan, dampaknya tidak hanya pada industri besar namun pandemi virus corona juga berdampak pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, khususnya di Kabupaten Bintan Kecamatan Seri Kuala Lobam Desa Teluk Sasah (Abidin Achmad et al., 2020).

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek dan sektor masyarakat. Pendapatan dan penjualan terasa setelah pandemi ini. Dengan situasi yang semakin memburuk, para pemangku kepentingan UMKM mengambil tindakan segera untuk keberlanjutan usaha salah satunya mengikuti kursus pelatihan media promosi menggunakan media sosial. (Muzdalifah et al., 2020)

Media sosial juga dapat memberikan kemajuan kepada para pelaku usaha. Media sosial dapat digunakan dalam memberikan informasi produk, membantu pemasaran, berkomunikasi dengan pembeli, mengurangi pengeluaran, dan mempromosikan penjualan online (Sembiring et al., 2019).

Media sosial yang kini menjadi wadah ekspresi diri anak muda menjadi peluang besar untuk iklan dan promosi bisnis. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Whatsapp banyak digunakan sebagai media bisnis, mulai dari produk terkenal hingga produk rumahan (Gultom & Putriani, 2020)

Media sosial memang sangat diminat UMKM untuk mengembangkan bisnisnya. Pengaruh media sosial sangat besar, orang mendapatkan informasi lebih cepat melalui internet. Digunakan oleh para pengusaha UMKM kecil untuk lebih berani mempromosikan produknya, karena jaringan internet yang sangat luas dan tidak memiliki batasan waktu dan wilayah menjadikannya sebagai media pemasaran yang efektif, sehingga dapat diakses dengan mudah dan cepat (Abidin Achmad et al., 2020).

Di saat pandemi Covid-19 dan sekarang beralih ke era New Normal jumlah tersebut akan selalu meningkat seiring dengan masih adanya beberapa tempat di berlakukannya *physical distancing* yang membuat beberapa kegiatan di lakukan secara online. Oleh karena itu, media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk mengembangkan dan mengoptimalkan usaha tertentu, khususnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), terutama untuk mempromosikan bisnis mereka.

Salah satu bidang yang dilakukan membantu ekonomi masyarakat di Kabupaten Bintan adalah melakukan bisnis UMKM. UMKM sendiri sudah di tetapkan sesuai dengan yang di atur dalam Undang-Undang 20 Tahun 2008. Menurut pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Ketentuan Umum UMKM menyatakan bahwa:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh 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 ini.
3. 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 di atur dalam Undang-Undang ini.

Permasalahan atau fenomena yang terjadi semenjak adanya pandemi di Indonesia adalah perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dimasa pandemi dari offline ke online, penurunan sejumlah tenaga kerja, adanya hambatan distribusi produk, dan kesulitan bahan baku produksi. Maka dari itu pemerintah melakukan sejumlah upaya dalam memajukan atau meningkatkan kembali UMKM di Indonesia dengan beberapa program, yaitu diciptakannya UU Ciptakerja, program PEN (Pemulihan Ekonomi Nasional), KUR (Kredit Usaha Rakyat), dan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI).

UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam mencapai stabilitas nasional. Selain itu, UMKM merupakan

salah satu penopang perekonomian nasional dan sebagai bentuk asosiasi tetap dengan kelompok-kelompok usaha ekonomi harus diupayakan semaksimal mungkin peluang, dukungan, dan perlindungan utamanya dengan tidak mengabaikan peran perusahaan besar, harus mengalami pengembangan dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Pembangunan ekonomi tidak lepas dari peran dan tanggung jawab Pemerintah Daerah. Berdasarkan pada Undang-Undang No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, dimana Pemerintah Daerah memiliki tanggung jawab serta peran yang sangat besar untuk mengurus urusan pemerintahannya termasuk didalamnya adalah hal pembangunan ekonomi. Salah satu tugas Pemerintah Daerah dalam pembangunan ekonomi adalah meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya Pemerintah Daerah untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi masyarakat sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kesejahteraan masyarakat di wilayahnya. (Sumadi, 2021).

Meskipun UMKM telah membuktikan perannya dalam perekonomian nasional, mereka menghadapi berbagai kendala dan kendala internal dan eksternal, baik dari segi produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan dan lingkungan usaha. Mengingat besarnya dan potensi dan tantangan UMKM, pemerintah daerah harus mampu melakukan berbagai inisiatif yang dapat mendukung perkembangannya. Salah satu pemerintah daerah yang memiliki program untuk mendukung pengembangan UMKM adalah Pemerintah provinsi Kepulauan Riau khususnya Kabupaten Bintan.

Provinsi Kepulauan Riau juga berupaya dalam meningkatkan dan mendorong program UMKM *Go Digital* guna membantu masyarakat dalam memasarkan produk penjualannya ke dalam maupun luar negeri, peningkatan pelaku UMKM di Kepulauan Riau sendiri terus meningkat setiap tahunnya berdasarkan Online Data Sistem (ODS) di Dinas Koperasi dan UKM di masing-masing daerah tersebut.

Tabel 1.2 Jumlah Usaha UMKM Yang Aktif di Desa Kabupaten Bintan Tahun 2021

| No. | Nama Desa | Jumlah |
|-----|----------------|--------|
| 1. | Pengujan | 105 |
| 2. | Teluk Sasah | 150 |
| 3. | Lancang Kuning | 95 |
| 4. | Kampung Melayu | 80 |
| 5. | Malang Rapat | 85 |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Kabupaten Bintan memiliki potensi UKM yang cukup besar dari database yang diperoleh peneliti dari Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bintan.ada sekitar kurang lebih 4262 unit usaha, baik dari usaha Mikro, Kecil, maupun Menengah, dan akan selalu meningkat ditiap tahunnya.

Kementerian koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah (KemenkopUkm) mendorong adanya program UMKM Go Digital dalam membantu masyarakat memasarkan produknya melalui media sosial. Tercatat sudah ada 19 juta pelaku usaha, mikro, krcil, dan menengah (UMKM) yang sudah berhasil go digital dan memperluas pasar mereka. Presiden Joko Widodo menargetkan pada tahun 2024 Indonesia memiliki 30 juta UMKM digital, untuk

merealisasikan target tersebut pemerintah bersinergi dengan mendorong digitalisasi.

Kabupaten Bintan juga mendorong dengan adanya program UMKM go digital dapat mampu meningkatkan penjualan produknya dan perekonomian masyarakat Kabupaten Bintan, upaya dalam meningkatkan daya saing UMKM harus dibarengi dengan adanya pendampingan program-program dan juga pelatihan usaha secara berkesinambungan, mulai dari cara berusaha yang baik, sampai bijak mengelola modal usaha.

Dalam Peraturan Daerah No 7 Tahun 2008 Tentang Pembentukan Organisasi Daerah Kabupaten Bintan pada bagian kedelapan pasal 17 dijelaskan tupoksi dan fungsi dari Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan pada pasal 7 adalah sebagai berikut:

1. DKUPP Kabupaten Bintan memiliki Tugas pokok melaksanakan urusan otonomi daerah dibiidang Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan.
2. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) pasal ini, Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan, menyelenggarakan fungsi:
 - a. perumusan kebijakan teknis dibidang Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan;
 - b. penyelenggaraan pelayanan umum di bidang Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan;

- c. pembinaan pelaksanaan tugas dibidang Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan;
- d. pelaksanaan urusan tata usaha dinas;
- e. pelaksanaan tugas yang diberikan oleh Bupati

Masih kurangnya pendampingan yang di dapatkan pelaku usaha UMKM Pemerintah Daerah setempat harusnya bisa membantu masyarakat dalam meningkatkan penjualannya di era new normal yang saat ini masih berlanjut.

Tabel 1.1. Jumlah Koperasi dan UMKM Yang Aktif Di Kabupaten Bintan Tahun 2018-2021

| Kecamatan | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Teluk Bintan | 12 | 13 | 13 | 12 |
| Bintan Utara | 20 | 21 | 23 | 23 |
| Teluk Sebong | 15 | 17 | 17 | 19 |
| Seri Kuala Lobam | 13 | 13 | 13 | 14 |
| Bintan Timur | 38 | 44 | 46 | 47 |
| Mantang | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Bintan Pesisir | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Toapaya | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Tambelan | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Gunung Kijang | 16 | 16 | 18 | 20 |

Sumber :Dinas Koperasi, UMKM Perindustrian dan Perdagangan Kab. Bintan (2018-2021)

Hanya saja perkembangan UMKM saat ini berbasis pada media sosial dalam meningkatkan penjualannya dan untuk menstabilkan ekonomi daerah masih kurang maksimal dan masih adanya kendala yang dihadapi Pemerintah Daerah maupun pelaku usaha UMKM. Kendala yang dihadapi UMKM seperti sumber daya manusia (SDM) yang minim, kurangnya pengetahuan dan penguasaan teknologi yang modern. Pemerintah dianggap perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM berbasis ekonomi yang kreatif dan produktif di Era New Normal setelah pandemi Covid-19 yang berkepanjangan.

Perkembangan UMKM tidak lepas dari peran Negara sebagai fasilitator. Strategi yang diterapkan memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan UMKM, baik berkembang maupun menurun. Oleh karena itu, perlu adanya komunikasi yang efektif antara pelaku UMKM dengan pemerintah daerah. Berdasarkan fenomena yang telah di uraikan tersebut, ada beberapa gejala yang ditimbulkan, yaitu:

1. Masih terbatasnya jangkauan UMKM dalam memasarkan produknya
2. Masih terbatasnya strategi untuk meningkatkan dan memasarkan produk UMKM
3. Kurangnya pendampingan yang diberikan sehingga masyarakat kurang kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya

Dari beberapa gejala tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Bintan Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Di Era New Normal”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang difokuskan untuk penelitian tersebut ialah “Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Bntan Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm Di Era New Normal.

1.3. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang terencana, sudah mempunyai tujuan tertentu, demikian pula halnya dengan penelitian yang penulis lakukan ini. Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini diharapkan dapat mampu menjawab pertanyaan yang telah diuraikan. Adapun tujuan hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Bntan Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Di Era New Normal.

1.4. Manfaat Penelitian

Untuk manfaat penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dipergunakan untuk menambah kajian lingkup dalam meningkatkan pemasaran produk UMKM yang dapat menjadi referensi dan acuan bagi yang akan melakukan penelitian sejenisnya. Oleh karena itu, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian-kajian yang berkaitan dengan persoalan tersebut.

1.4.2. Manfaat Praktis

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan peneliti dapat memperoleh wawasan mengenai kegiatan UMKM, dan juga dapat meningkatkan *soft skill* seperti membangun jejaring dan dapat menganalisis permasalahan.

b. Bagi Pemerintah (Dinas UMKM Kabupaten Bintan)

Penelitian ini diharapkan bagi instansi Dinas UMKM Kabupaten Bintan diharapkan dapat menjadi salah satu referensi pemerintah dalam memberikan informasi, pendampingan, pemberdayaan ataupun pelatihan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada terkait UMKM yang ada di Kabupaten Bintan

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini nantinya akan memberikan informasi mengenai bagaimana masyarakat dapat senantiasa mengikuti program-program yang dapat menunjang hasil penjualan dan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat pentingnya menjaga kestabilan penjualan.

d. Bagi Peneliti Lain

Tulisan ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi tambahan dan sumber data yang dapat mendukung dalam penelitian lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.