



**STRATEGI DINAS KOPERASI PERINDUSTRIAN DAN
PERDAGANGAN (DISKOPERINDAG) DALAM PENINGKATAN
DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) PANGAN/MAKANAN DI KABUPATEN TANAH
DATAR**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar*

Oleh:
Shinta Mailani
1830402101

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR
1443H/2022M**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama SHINTA MAILANI, NIM: 1830402101 dengan judul "STRATEGI DINAS KOPERASI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN (DISKOPERINDAG) DALAM PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PANGAN/MAKANAN DI KABUPATEN TANAH DATAR" memandang bahwa skripsi ini yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke Sidang Munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 20 Januari 2022

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Pembimbing



Campito, SE., M.Si
NIP. 19670219 200501 1 005



Khalrusli Shobirin, SE., MM
NIP. -

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 19731007 200212 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shinta Mailani

NIM : 1830402101

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul: **“STRATEGI DINAS KOPERASI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN (DISKOPERINDAG) DALAM PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PANGAN/MAKANAN DI KABUPATEN TANAH DATAR”** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, Januari 2022

Yang membuat pernyataan



Shinta Mailani

NIM.1830402101

ABSTRAK

Shinta Mailani NIM, 1830402101. Judul Skripsi: **“Strategi Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pangan/Makanan Di Kabupaten Tanah Datar”**. Program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar 2022.

Masalah dalam penelitian ini adalah rendahnya daya saing UMKM Pangan yang ada di Kabupaten Tanah Datar, hal ini disebabkan oleh keterbatasan modal, keterbatasan peralatan yang digunakan untuk kegiatan produksi, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam mengoperasikan mesin baru atau teknologi, sehingga menyebabkan UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar masih bersifat industri rumahan (*home industry*). Permasalahan lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM Pangan adalah selama masa pandemi covid-19 pelaku UMKM Pangan sulit memasarkan hasil produksinya.

Penelitian yang digunakan ialah penelitian *field research* atau penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan sumber data dalam penelitian ini adalah Kasi Agro, Kasi Pengembangan dan Promosi dan beberapa karyawan Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data yang penulis lakukan ialah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini ialah strategi yang digunakan oleh dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar untuk peningkatan daya saing UMKM Pangan adalah strategi penguatan dengan kegiatan penyelenggaraan promosi produk, strategi pemberdayaan dengan kegiatan melakukan penyuluhan dan pelatihan kewirausahaan, Sosialisasi dan penyuluhan kemasan yang baik dan strategi penguatan dengan program menciptakan iklim usaha yang kondusif dengan memfasilitasi peningkatan daya saing UMKM Pangan. Kendala yang dihadapi oleh Dinas Koperindag dalam peningkatan daya saing UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar adalah rendahnya jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku UMKM Pangan serta kurangnya anggaran yang akan berdampak pada terhambatnya pelaksanaan strategi peningkatan daya saing UMKM Pangan.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada setiap hambanya. Dengan Rahmat dan Nikmat-Nya itulah peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini yang berjudul: **”Strategi Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pangan/Makanan Di Kabupaten Tanah Datar”**

Shalawat dan salam tidak lupa peneliti mohonkan kepada Allah SWT, semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabat dan kepada para pengikut beliau sampai pada akhir zaman yang telah membentangkan jalan kebenaran dimuka bumi Allah yang tercinta ini.

Skripsi ini ditulis untuk menyelesaikan perkuliahan peneliti guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Skripsi ini disusun sebagai tanda bukti penyelesaian Strata Satu (S.1) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar. Dalam membahas dan menyelesaikan skripsi ini penulis menemui berbagai bentuk kesulitan, namun berkat bantuan, bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak baik moril maupun materil sehingga semua kendala dan kesulitan yang penulis temui tersebut dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih.

Selain itu pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor IAIN Batusangkar, Bapak **Dr. Marjoni Imamora, M.Sc** beserta wakil rektor IAIN Batusangkar.
2. Bapak **Dr. H. Rizal, M.Ag**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang selalu memberikan kemudahan dalam dalam hal menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak **Gampito, SE., M. Si**, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, serta dosen Pembimbing Akademik, beserta staf Jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan dorongan dan fasilitas belajar kepada peneliti selama mengikuti pendidikan dan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
4. Bapak **Khairulis Shobirin, SE., MM** selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan dengan penuh kesabaran dan kebijaksanaannya, meluangkan waktu, memberikan nasehat serta saran kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibuk dosen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar sehingga memperluas cakrawala keilmuan peneliti.
6. Bapak **Darfizal, SE, M. Si** selaku Kepala Dinas Koperindag dan Ibuk **Multarida, S, Sos** selaku Kepala Seksi Industri Agro (Pangan) beserta karyawan/i yang telah bersedia memberikan izin untuk melakukan penelitian dan bersedia membantu peneliti unuk mendapatkan data yang dibutuhkan selama penelitian.
7. Orang tua Bapak Jasril dan Ibu Rosma, Saudara Kandung Riski Rahmatullah dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan materi dan non materi kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (SI) jurusan ekonomi syariah di IAIN Batusangkar.
8. Kepada Sahabat peneliti, Rahmad Rido Illahi, Rusdi Randy Pratama, Septia Nindi, Serli Sepka Putri, Pertiwi Dan teman Ekonomi Syariah Angkatan “2018” Terkhususnya seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Syariah 18C yang tidak bisa disebutkan satu-satu.

Terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan seluruhnya yang dengan sukarela memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mohon maaf jika dalam skripsi ini terdapat kekhilafan dan kekeliruan, baik secara teknis maupun mengenai pembahasannya. Kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Batusangkar, 29 Januari 2022

Peneliti,



Shinta Mailani
NIM. 1830402101

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Sub Fokus Penelitian.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Dan Luaran Penelitian	6
F. Definisi Operasional.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Landasan Teori	9
1. Konsep Strategi	9
2. Konsep Daya Saing	20
3. Konsep UMKM.....	26
B. Penelitian Yang Relevan.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Latar Dan Waktu Penelitian	43
C. Subjek Penelitian.....	44
D. Instrumen Penelitian.....	44
E. Sumber Data.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45

G. Teknik Analisis Data.....	46
H. Teknik Penjamin Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar	48
1. Sejarah Singkat Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar	48
2. Visi Misi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah datar	49
3. Struktur Organisasi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar	49
B. Hasil Penelitian	
1. Strategi Dinas Koperindag Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar	55
2. Kendala yang dihadapi oleh Dinas Koperindag dalam peningkatan daya saing UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar.....	66
BAB V KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Pada Industri Pangan di Kabupaten Tanah Datar.....	3
Tabel 2.1 Perbedaan Kriteria UMKM Menurut UU No.20 Tahun 2008 dengan UU No.11 Tentang Cipta Kerja PP No.7 Tahun 2021 Tentang UMKM.....	32
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	43
Tabel 4.1 Jumlah Tenaga Kerja di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar	49
-----------------------------------------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang lebih populer di masyarakat dengan sebutan UMKM adalah suatu kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, memenuhi kekayaan bersih atau hasil dari penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana yang diatur di dalam undang-undang. (Primiana, 2012) UMKM memegang peran yang sangat penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi sebuah negara, baik pada negara maju maupun negara berkembang. Saat terjadinya krisis ekonomi yang berlangsung di Indonesia, kemampuan UMKM untuk dapat bertahan di masa krisis ekonomi adalah bukti bahwa sektor UMKM merupakan bagian dari sektor usaha yang cukup tangguh, saat ini UMKM juga mampu memberikan serta menciptakan lapangan kerja secara langsung bagi masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan yang relatif rendah. (Ling, 2013, p. 1)

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan sebuah bagian integral dari dunia usaha nasional yang memiliki kedudukan, potensi dan peranan yang strategis dalam mewujudkan tujuan dari pembangunan nasional. Namun, peran UMKM dalam sebuah perekonomian Indonesia ternyata belum bisa meningkatkan daya saing ekonomi di tingkat Internasional terutama regional ASEAN. Hasil dari sebuah penelitian *World Economic Forum* terhadap 59 negara termasuk di dalamnya Indonesia, melihat bahwa peringkat daya saing Indonesia menempati posisi ke-37 pada tahun 1999. Tahun 2009-2014 Indonesia menempati posisi ke 54, 44, 46, 50, 38, dan 34. Tahun 2015 peringkat daya saing Indonesia kembali menurun pada posisi ke-37. (Rusdiana, 2016, p. 2)

Tahun 2018 peringkat daya saing Indonesia menempati posisi ke-45 dan pada tahun 2019 daya saing Indonesia mengalami penurunan sehingga

menempati posisi ke-50. Indonesia menempati posisi keempat di ASEAN setelah Singapura, Malaysia, dan Thailand. Jika dibandingkan dengan Singapura yang menempati posisi pertama dalam daya saing global, Indonesia masih tertinggal di hampir seluruh komponen daya saing, kecuali komponen stabilitas makroekonomi dan ukuran ekonomi. (Pusat Kajian Anggaran Badan Keahlian Setjen DPR RI)

Rendahnya daya saing ekonomi Indonesia disebabkan oleh banyak faktor. Salah satu permasalahan pokok yang sering dihadapi oleh sebagian besar usaha kecil antara lain ialah pemasaran, keuangan, manajemen, lokasi, sumber daya manusia, struktur ekonomi dan teknologi. (Adnan, 2017, p. 78)

Permasalahan yang kerap juga dihadapi oleh pelaku UMKM ini adalah keterbatasan modal. Hal ini karena biasanya modal yang digunakan oleh pelaku UMKM merupakan modal sendiri ataupun pinjaman dari pihak ketiga. Namun, tidak jarang pelaku UMKM dalam meminjam dari pihak ketiga mengalami kesulitan dikarenakan tingkat suku bunga kredit yang tinggi dan dibutuhkannya jaminan kebendaan dalam memperoleh kredit yang sulit untuk dipenuhi. (Muslimin, 2013, p. 272)

Secara umum permasalahan lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya adalah kurangnya pembinaan, informasi, serta aksesibilitas yang dilakukan oleh pemerintah daerah setempat. Permasalahan lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM ialah masih kurangnya penguasaan teknik produksi, pemasaran, dan teknologi. (Kara, 2013, p. 272)

Menghadapi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, pemerintah telah melakukan berbagai upaya yang sekaligus menunjukkan komitmen untuk meningkatkan kinerja dan daya saing ekonomi Indonesia. Upaya secara institusi ditunjukkan melalui pembentukan kementerian yang menangani UMKM sejak zaman pemerintahan orde baru. Secara Yuridis komitmen pemerintah ditandai dengan adanya Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil, yang bertujuan antara lain untuk mewujudkan peran

usaha kecil sebagai tulang punggung serta memperkuat struktur perekonomian nasional. Lembaga atau instansi yang ada di setiap pemerintahan di daerah Indonesia ialah Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan atau yang lebih dikenal masyarakat dengan Dinas Koperindag. Salah satunya adalah yang terletak di Kabupaten Tanah Datar.

Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Sumatera Barat yang memiliki satu instansi yang berkaitan langsung dengan UMKM yaitu Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar. Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan merupakan sebuah instansi yang berkewajiban untuk mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan iklim usaha. Dengan demikian untuk mewujudkan tujuan tersebut Dinas Koperasi dan Perdagangan harus saling bekerja sama dengan masyarakat selaku pelaku utama dalam usaha kecil dan menengah (UMKM). Jumlah UMKM di Kabupaten Tanah Datar per 31 Desember tahun 2020 adalah sebanyak 28.811 UMKM.

Jenis UMKM di Kabupaten Tanah Datar salah satunya adalah UMKM pangan/makanan. Jumlah UMKM pada bidang industri pangan/makanan ini berjumlah sebanyak 1738 unit usaha. Berikut tabel rincian jumlah UMKM pada industri pangan di Kabupaten Tanah Datar :

Tabel 1.1
Jumlah UMKM pada Indusri Pangan/Makanan
di Kabupaten Tanah Datar pada tahun 2020

No	Industri Pangan/Makanan	Jumlah
1	Formal	223
2	Non Formal	1515
JUMLAH		1738

Sumber: Dinas Koperindag Tanah Datar

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa jumlah UMKM pada industri pangan atau makanan berjumlah sebanyak 1738 unit usaha, dimana usaha industri pangan yang formal berjumlah sebanyak 223 unit usaha dan industri

pangan yang bersifat non-formal berjumlah sebanyak 1515 unit usaha. Unit usaha formal merupakan sebuah industri pangan yang unit usahanya sudah memiliki legalitas seperti surat izin usaha (SHU), sedangkan untuk unit usaha non-formal dimana unit usaha ini belum memiliki legalitas.

UMKM pada industri pangan di Kabupaten Tanah Datar memiliki beberapa persoalan diantaranya kurangnya peralatan yang digunakan oleh pelaku UMKM dalam melakukan kegiatan produksi. Hal ini dikarenakan pada umumnya industri pangan/makanan di Kabupaten Tanah Datar masih bersifat industri rumahan. Oleh sebab itu industri rumahan ini masih menggunakan mesin atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbatasan teknologi atau peralatan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan modal untuk membeli mesin serta keterbatasan sumber daya manusia dalam mengoperasikan mesin baru, hal ini menyebabkan daya saing UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar menjadi rendah. Permasalahan lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah selama masa pandemi covid-19 berlangsung, pelaku UMKM pada sektor pangan/makanan juga mengalami kesulitan dalam hal menjual produk yang dihasilkannya (Mularida, Wawancara, 15 September 2021)

Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu lembaga pemerintahan yang berada di setiap wilayah yang ada di Indonesia. Dinas koperindag memiliki tugas untuk melakukan kegiatan sebagian urusan pemerintahan, diantaranya yaitu bidang koperasi dan UMKM, perdagangan dan perindustrian. Terfokus pada UMKM pada Industri makanan pada dasarnya Dinas Koperindag telah membuat beberapa program kerja dalam peningkatan UMKM, salah satunya dalam bidang permodalan dan pengurusan perizinan usaha serta program-program lainnya. Namun program kerja yang dilakukan oleh Dinas Koperindag masih kurang efektif dikarenakan banyaknya permasalahan yang dihadapi UMKM seperti yang telah dijelaskan di atas.

Berdasarkan Latar belakang di atas, banyak permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UKM salah satunya adalah keterbatasan modal, kurangnya SDM

yang memadai serta kurangnya penguasaan teknik pemasaran dan teknologi yang dapat mengakibatkan UMKM belum terlalu mampu bersaing dengan para pesaing-pesaingnya. Dengan demikian Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan berperan dalam pengembangan serta peningkatan daya saing UMKM. Hal ini dikarenakan Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan merupakan sebuah instansi yang berkewajiban untuk mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan iklim usaha bagi pelaku UMKM. Oleh karena itu, maka peneliti tertarik untuk mengangkatnya dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Strategi Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (DisKoperindag) dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pangan/Makanan di Kabupaten Tanah Datar”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas fokus penelitian pada penelitian ini difokuskan pada Strategi Dinas Koperindag dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pangan/Makanan di Kabupaten Tanah Datar dan Kendala yang dihadapi Oleh Dinas Koperindag dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Pangan/Makanan di Kabupaten Tanah Datar.

C. Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan dalam peningkatan daya saing UMKM Pangan/Makanan di Kabupaten Tanah Datar ?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi oleh Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan dalam meningkatkan daya saing UMKM Pangan/Makanan di Kabupaten Tanah Datar ?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan serta mengetahui :

1. Strategi Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan dalam peningkatan daya saing UMKM Pangan/Makanan di Kabupaten Tanah Datar
2. Kendala yang dihadapi oleh Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan dalam meningkatkan daya saing UMKM Pangan/Makanan di Kabupaten Tanah Datar

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat penelitian

- a. Bagi peneliti

Sarana untuk menambah wawasan di bidang kewirausahaan atau suatu usaha bisnis dan sebagai syarat dalam penyelesaian penyelesaian studi strata guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah.

- b. Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing untuk menambah omzet yang akan didapatkan.

- c. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya baik itu dilaksanakan dengan metode penelitian yang sama ataupun dengan metode penelitian yang berbeda.

2. Luaran penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat diterbitkan pada jurnal ilmiah skala nasional maupun internasional.

F. Definisi Operasional

1. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini ialah menurut Chandler (1962) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. (Umar, 2010)
2. Strategi Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan merupakan sebuah alat untuk mencapai sebuah tujuan dan merupakan sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang, agar terwujudnya usaha ekonomi masyarakat yang berdaya saing tinggi pada sektor usaha mikro kecil dan menengah, perindustrian dan perdagangan.
3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah menurut Tambunan (2012:22) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebuah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dijalankan secara individu atau kelompok disemua bidang ekonomi. Pada dasarnya, yang membedakan antara Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah adalah dari segi aset awal, penghasilan rata-rata tiap tahunnya dan jumlah dari pegawai tetap. (Rizal, 2021)
Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau suatu badan usaha yang bukan merupakan anak dari suatu perusahaan tertentu.
4. Daya saing yang dimaksud dalam penelitian ini menurut Crown Dirgantoro daya saing adalah perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk membelinya. Sedangkan menurut Agustinus Sri Wahyudi memberikan pengertian bahwa keunggulan bersaing adalah sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing dalam industri. (Rifki, 2020, p. 2)

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kemampuan dari suatu industri untuk menunjukkan keunggulan dalam hal tertentu, hal ini dilakukan dengan cara memperlihatkan situasi dan kondisi yang saling menguntungkan, hasil kerja yang lebih baik daripada industri lain, sehingga faktor yang harus diperhatikan di dalam sebuah persaingan ialah keunggulan.

5. Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskoperindag) Tanah Datar merupakan sebuah instansi yang beralamat di Jl. Moh Yamin SH No. 39 Batusangkar, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. Salah satu fungsi dan tugas Dinas Koperindag adalah berkewajiban untuk mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan iklim usaha. Dengan demikian untuk mewujudkan tujuan tersebut Dinas Koperasi dan Perdagangan harus saling bekerja sama dengan masyarakat selaku pelaku utama dalam usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Konsep Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* atau *strategus* dengan kata jamak strategi. *Strategos* berarti jenderal namun, dalam bahasa Yunani Kuno sering disebut dengan perwira negara dengan fungsi luas. Dalam zaman Yunani Kuno jenderal dianggap bertanggung jawab dalam suatu peperangan, kalah atau menang, ia menguasai logistik dan sumber daya militer terutama dikalangan perwira. Akan tetapi, pada periode sesudah abad ke 19 dan 20 faktor militer telah bercampur dengan faktor politik, ekonomi, teknologi dan psikologis. Istilah strategi lalu muncul dengan nama baru *grand strategi* atau strategi tingkat tinggi, yang berarti seni memanfaatkan semua sumber daya suatu bangsa atau kelompok bangsa untuk mencapai sasaran perang dan damai. (Purwanto, 2006, p. 73)

Strategi pada dasarnya disusun untuk membentuk ‘response’ terhadap perubahan eksternal yang relevan dari suatu organisasi. Perubahan eksternal tersebut tentunya akan dijawab dengan memperhatikan kemampuan internal dari suatu organisasi. Hal ini dilakukan untuk sampai sejauh mana suatu organisasi dapat memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman dari luar sehingga dapat memperoleh manfaat yang maksimal dengan mendayagunakan keunggulan organisasi yang dimiliki pada saat ini. Ketidakmampuan atau ketidakpedulian untuk melihat perubahan lingkungan eksternal ini akan membuat ‘*shock*’ suatu organisasi, sehingga strategi berguna untuk menjaga, mempertahankan, meningkatkan kinerja serta keunggulan bersaing dari sebuah organisasi.

Menurut Kenneth R. Andrews, Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada di dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Sedangkan menurut Chandler (1962), Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Potter (1985) strategi adalah alat yang digunakan untuk mencapai keunggulan bersaing. (Umar, 2010, p. 16)

Menurut Stephanie K. Marrus, strategi merupakan suatu proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Hamel dan Prahalad (1995) mengemukakan bahwa strategi ialah suatu tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Menurut Chaig dan Grant (1996), strategi ialah sebuah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*).

Menurut Jahnsen and Scholes strategi merupakan sebuah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang

mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang, untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.

Menurut Glueck dan Jauch (1989) strategi ialah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Menurut Kenichi Ohmae, strategi merupakan sebuah keunggulan bersaing guna mengubah kekuatan perusahaan menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing melalui cara yang paling efisien. (Pranadita, 2018, p. 42)

Dirgantoro menyatakan bahwa strategi ialah suatu hal yang berhubungan dengan penetapan arah bagi perusahaan dalam arti sumber daya yang ada di dalam sebuah perusahaan serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan yang terbaik untuk membantu memenangkan persaingan pasar.

Sofjan menyatakan bahwa strategi ialah penetapan keputusan yang harus diambil dalam menghadapi para pesaing di dalam lingkungan kehidupan yang saling memiliki ketergantungan dan penentuan tujuan serta sasaran suatu organisasi yang mendasar dan bersifat untuk jangka panjang. Sedangkan David menyatakan bahwa strategi merupakan sebuah sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Berdasarkan pengertian para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebagai suatu rencana yang disusun oleh pemimpin puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan menggunakan alat serta segala unsur yang dimiliki oleh sebuah organisasi/perusahaan untuk memenangkan persaingan dan mencapai

tujuan jangka panjang suatu perusahaan. (Watrianthos, Sutrisno & DKK, 2020, pp. 125-126)

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. (Sedarmayanti, 2014, p. 16)

Kesimpulannya strategi merupakan sebuah tindakan yang diambil oleh sebuah organisasi atau perusahaan dan senantiasa memfasilitasi perubahan yang dibutuhkan organisasi atau perusahaan guna mencapai sebuah tujuan tertentu.

b. Jenis-Jenis Strategi

Strategi pada prinsipnya dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe, diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Strategi Manajemen

Strategi manajemen ialah sebuah rangkaian atau proses dalam kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh dan disertai dengan cara pelaksanaannya yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di suatu organisasi guna mencapai sebuah tujuan.

2) Strategi Investasi

Strategi investasi ialah sebuah kegiatan yang berorientasi pada investasi. Contohnya apakah sebuah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan dan strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan lain sebagainya.

3) Strategi Bisnis

Strategi bisnis atau yang sering disebut dengan strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-

fungsi kegiatan manajemen, contohnya seperti strategi produksi, strategi pemasaran, strategi operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Strategi sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategik yang mana strategi tidak di definisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai suatu tujuan karena strategi dalam konsep manajemen strategi mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri yang diharapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan bersaing perusahaan. Jika strategi yang dibuat oleh sebuah perusahaan dikaitkan dengan struktur organisasi perusahaan. Dimana dalam hal tersebut sebuah perusahaan adalah perusahaan yang berbentuk korporasi yaitu perusahaan yang memiliki beberapa bidang usaha dalam satu wadah organisasi perusahaan.

Menurut Wheelen dan Hunger (1990) strategi dibagi menjadi 3 tingkatan yaitu adalah sebagai berikut :

1) *Enterprise Strategy*

Strategi ini ialah strategi yang berkaitan dengan respon masyarakat, dalam strategi ini terlihat relasi antar organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi dan menampakkan organisasi benar-benar bekerja dan berusaha untuk memberikan sebuah pelayanan yang baik terhadap kebutuhan sebuah masyarakat.

2) *Corporate Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan sebuah misi dari organisasi, sehingga disebut dengan gren strategy

3) *Business Strategy*

Strategi ini menjabarkan bagaimana cara agar dapat merebut pasar di tengah masyarakat.

4) *Functional Strategy*

Strategi ini ialah strategi pendukung dan menunjang suksesnya sebuah strategi yang lainnya. Dimana strategi fungsional ini terbagi atas 3 jenis yaitu :

- a) Strategi fungsional ekonomi ialah yang mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi dapat hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang relatif sehat
- b) Strategi fungsional manajemen mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu : *planning*, *organizing*, *controlling*, *staffing*, *implementing*, *communicating*, *decision making* dan *integtating*.
- c) Strategi dan isu stratejik, fungsi utamanya adalah untuk mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui yang selalu berubah (Budio, 2019, p. 61)

Strategi yang dibuat perusahaan dapat dibedakan kedalam 3 kelompok besar yaitu :

- 1) *Corporate Strategi* , adalah menunjukan suatu arah keseluruhan strategi perusahaan dalam artian apakah perusahaan memiliki strategi pertumbuhan (*growth*), strategi stabilitas (*stability*), atau strategi pengurangan usaha (*retcenchment*), serta bagaimana pilihan strategi tersebut disesuaikan dengan pengelolaan berbagai bidang usaha dan produk yang terdapat didalam sebuah perusahaan.
- 2) *Business Strategi* adalah suatu strategi yang dibuat pada level *business unit*, divisi atau level produk dan strateginya lebih ditekankan untuk meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan dalam suatu industri atau segmen pasar.

- 3) *Functional Strategi* adalah strategi yang dibuat oleh masing-masing fungsi organisasi perusahaan dengan tujuan menciptakan kompetensi yang lebih baik dibandingkan dengan para pesaing sehingga, akan meningkatkan keunggulan dalam bersaing. (Solihin, 2009, p. 86)

c. Fungsi Strategi

Griffin menyatakan bahwa strategi yang efektif ialah strategi yang dapat mendorong terciptanya keselarasan antara perusahaan atau sebuah organisasi dengan lingkungan dan pencapaian tujuan strategi tersebut. Sedangkan menurut Hutabarat Huseini menyatakan bahwa proses yang berada pada perusahaan dapat mempengaruhi bagaimana strategi dapat diimplementasikan. Chan dan Sam menyatakan bahwa ada tiga ciri-ciri strategi yang baik, yaitu diantaranya:

- 1) Fokus, dimana setiap strategi yang baik harus memiliki fokus dan profil perusahaan harus menunjukkan ke arah fokus tersebut
- 2) Motto yang memikat, yaitu strategi yang baik harus membuat motto yang dapat menarik hati konsumen
- 3) Bergerak jauh (*divergent*), yaitu sebuah organisasi atau perusahaan harus dapat mengikuti irama kompetisi dengan menerapkan empat langkah yaitu mengurangi, menghilangkan, menciptakan dan meningkatkan. (Watrianthos, Sutrisno & DKK, 2020, pp. 126-127)

Fungsi dari sebuah strategi adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Oleh karena itu terdapat enam fungsi yang harus dilakukan yaitu adalah sebagai berikut :

- 1) Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

- 2) Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang banyak dari pada yang digunakan pada saat sekarang.
- 3) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.
- 4) Mengkomunikasikan maksud dari suatu visi yang akan dicapai kepada orang lain.
- 5) Memanfaatkan peluang dari lingkungan untuk menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi.
- 6) Mengeksploitasi atau memanfaatkan keberhasilan serta kesuksesan yang didapat sekarang, serta menyelidiki adanya peluang-peluang yang baru. (Assauri, 2013, p. 7)

d. Manajemen Strategi

Menurut Husein Umar (1999:86) manajemen strategi adalah sebagai suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya pada masa mendatang. Sedangkan menurut Fred R. David (2004:5) manajemen strategi adalah sebuah ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

Manajemen strategi ialah sebuah proses serta rangkaian pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, yang dilakukan dengan penetapan cara melaksanakannya yang dibuat oleh seorang pimpinan dan di implementasikan oleh seluruh anggota di dalam sebuah organisasi untuk mencapai sebuah tujuan. (Yunus, 2016, p. 5)

Manajemen strategi memiliki beberapa karakteristik, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Manajemen strategi bersifat dinamik
- 2) Manajemen strategi bersifat jangka panjang
- 3) Manajemen strategi perlu dimotori oleh unsur-unsur pada manajer tingkat puncak
- 4) Manajemen strategi merupakan sesuatu yang berpadu dengan manajemen operasional
- 5) Manajemen strategi senantiasa harus didorong dan didukung dalam pelaksanaannya oleh semua sumber daya ekonomi yang tersedia
- 6) Manajemen strategi berorientasi dan mendekati untuk masa depan. (Taufiqurokhman, 2016, p. 22)

Menurut Taufiqurokhman (2016:33) manajemen strategi memiliki beberapa komponen dalam proses pelaksanaannya, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi, merupakan suatu keterampilan atau sebuah ilmu dalam memenangkan sebuah persaingan. Persaingan merupakan perebutan konsumen (pangsa pasar) dan konsumen setiap saat akan mengalami perubahan, maka strategi hendaknya dikelola dengan sebaik mungkin guna mencapai tujuan dari sebuah perusahaan
- 2) Misi Organisasi/ perusahaan, merupakan sebuah gambaran tujuan tentang keberadaan sebuah perusahaan. Misi ini meliputi ruang lingkup serta karakteristik tindakan yang akan dijalankan
- 3) Tujuan, merupakan suatu hasil akhir dari sebuah kegiatan. Pada tujuan akan ditegaskan hal apa yang akan dicapai, kapan waktunya dan berapa lama harusnya tujuan tersebut dicapai

- 4) Profil Perusahaan, merupakan sebuah gambaran kondisi perusahaan baik itu sumber daya manusia (SDM), keuangan dan sumber daya fisik lainnya.
- 5) Kebijakan, merupakan cara dalam mencapai sasaran perusahaan. Kebijakan mencakup garis pedoman, aturan-aturan dan prosedur untuk menyongkong usaha pencapaian sasaran atau tujuan yang sudah diterapkan
- 6) Lingkungan Internal, merupakan lingkungan yang mencakup seluruh unsur bisnis yang terdapat pada sebuah perusahaan
- 7) Lingkungan Eksternal, merupakan sebuah seluruh kekuatan yang akan memberikan pengaruh terhadap pilihan strategi serta mendefinisikan kondisi kompetisinya
- 8) Analisa Strategi dan Pilihan, hal ini ditunjukan kepada keputusan dalam investasi untuk masa mendatang
- 9) Strategi Unggulan, merupakan rencana umum serta komprehensif atas semua aktivitas utama yang ditunjukan pada usaha pencapaian sasaran dalam lingkungan yang bersifat dinamis
- 10) Strategi Fungsional, merupakan penjabaran strategi umum yang nantinya dijalankan oleh divisi.

Menurut Fred R. David (2006) manajemen strategi memiliki beberapa tahapan, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Perumusan strategi: meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, serta memilih strategi tertentu untuk digunakan.
- 2) Pelaksanaan strategi: mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi

karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategis dapat dilaksanakan.

- 3) Pelaksanaan strategi mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.
- 4) Evaluasi strategi: tahap ini ialah tahap akhir dari manajemen strategi tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah yang pertama mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini. Kedua, mengukur kinerja dan melakukan tindakan-tindakan korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan merupakan jaminan untuk keberhasilan di hari esok. (Taufiqurokhman, 2016, p. 17)

Manajemen strategi ini memiliki beberapa tujuan dalam sebuah organisasi maupun bisnis, diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan inovasi atas produk agar selalu sesuai dengan selera konsumen serta selalu ada *product development*
- 2) Melaksanakan dan mengevaluasi strategi yang dipilih secara efektif
- 3) Untuk memperbarui yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan dan menjawab lingkungan eksternal yang akan selalu berubah
- 4) Meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman bisnis yang ada

5) Mengevaluasi kinerja, mengkaji dan meninjau ulang situasi serta melaksanakan berbagai penyesuaian dan koreksi jika terdapat sebuah penyimpangan di dalam pelaksanaan strategi

Selain memiliki tujuan, manajemen strategi juga memiliki manfaat terhadap sebuah organisasi ataupun bisnis, diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Dapat membuat keputusan terbaik dikarenakan interaksi antar kelompok dapat mengumpulkan strategi yang lebih besar
- 2) Dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi perusahaan secara tepat dan cepat
- 3) Kerjasama dalam kelompok atau tim karyawan dalam perumusan strategi akan dapat memperbaiki pengertian mereka atas penghargaan produktivitas di dalam setiap perencanaan strategi, dengan demikian dapat meningkatkan motivasi kerja.
- 4) Menjadi lebih peka dalam menjawab ancaman yang datang dari luar perusahaan
- 5) Organisasi yang menggunakan konsep manajemen strategi akan lebih menguntungkan dan berhasil daripada yang tidak menerapkannya. (Yunus, 2016, p. 6)

2. Konsep Daya Saing

a. Pengertian Daya Saing

Daya saing secara umum didefinisikan sebagai kemampuan dari suatu industri untuk menunjukkan keunggulan dalam hal tertentu, hal ini dilakukan dengan cara memperlihatkan situasi dan kondisi yang saling menguntungkan, hasil kerja yang lebih baik daripada industry lain. Sehingga faktor yang harus diperhatikan di dalam sebuah persaingan ialah keunggulan.

Daya saing juga didefinisikan sebagai sebuah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau

Negara untuk menjual dan memasok barang dan jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing sebuah Negara dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan, (Kuncoro, 2007, p. 82)

Menurut *Organization for Economic Co-Operation and Development* (OECD) menjelaskan bahwa daya saing adalah sebuah kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara, atau antar daerah untuk menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relative tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional. Oleh karena itu daya saing industry merupakan fenomena di tingkat mikro perusahaan, maka kebijakan pembangunan industry nasional didahului dengan mengkaji sektor industri secara utuh sebagai dasar pengukurannya.

Menurut peraturan menteri pendidikan nasional No. 41 tahun 2007 menjelaskan bahwa daya saing ialah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud ialah kemampuan untuk memperkokoh pangsa pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan serta kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti. Dengan menggunakan kinerja atau melihat indicator tertentu sebagai acuan, maka dapat diukur tingkat kekuatan dan kelemahan suatu daya saing. Sedangkan menurut Porter dalam Putri (2012:14) daya saing diartikan sebagai kemampuan usaha suatu perusahaan dalam industri untuk menghadapi berbagai lingkungan yang dihadapi, dengan kata lain daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relative yang dimilikinya atau biasa kita sebut keunggulan kompetitif.

Porter juga menjelaskan bahwa pentingnya sebuah daya saing dikarenakan oleh tiga hal berikut: (1) mendorong produktivitas dan

meningkatkan kemampuan mandiri, (2) kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi, (3) dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kuantitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat.

Menurut World Economic Forum daya saing nasional adalah kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan.

Keunggulan daya saing dari sebuah faktor tergantung pada bagaimana efisiensi dan efektivitas faktor-faktor tersebut menyebar. Sebuah perusahaan mendapatkan keunggulan daya saing jika memiliki biaya rendah dan faktor-faktor tersebut memiliki kualitas yang tinggi. (Wardani, 2010, p. 9)

Kesimpulannya daya saing ialah sebuah kemampuan dari sebuah perusahaan atau sebuah organisasi dalam menunjukkan keunggulan dalam hal tertentu yang dilakukan dengan cara memperlihatkan kondisi yang menguntungkan dan hasil kerja yang baik dibandingkan dengan perusahaan ataupun organisasi lainnya.

Menurut Tambunan (2002:46) kondisi yang harus dipenuhi agar pengembangan industri pada akhirnya dapat bersaing di pasar regional maupun internasional ialah :

1) Menciptakan sebuah lingkungan internal yang kondusif

Hal ini meliputi kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), penguasaan teknologi dan informasi, struktur organisasi, sistem manajemen, budaya bisnis, kekuatan kodal dan jaringan bisnis dengan pihak luar

2) Menciptakan lingkungan eksternal yang kondusif

Hal ini meliputi sistem perburuhan dan kondisi pasar, kondisi infrastruktur dan tingkat pendidikan masyarakat.

Sedangkan menurut Ismail dan Syafitri (2005:29), mengatakan bahwa untuk mengukur daya saing ekonomi daerah, ada empat indikator yang harus digunakan, yaitu :

- 1) Struktur ekonomi yang meliputi kondisi ekonomi, produktivitas, output dan nilai tambah, serta tingkat investasi asing atau domestik.
- 2) Sumber daya manusia meliputi kualitas sumber daya manusia yang mendukung kegiatan ekonomi mulai dari proses produksi, konsumsi hingga distribusi
- 3) Potensi wilayah yang meliputi *non tradeable* seperti lokasi, prasarana, sumber daya alam, serta citra daerah
- 4) Kelembagaan meliputi konsistensi kebijakan pemerintah dan perilaku masyarakat yang pro-pengembangan ekonomi lokal, serta budaya yang mendukung produktivitas

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing UMKM

Faktor yang dapat mempengaruhi daya saing sebuah UMKM, diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Keunggulan Produk. Produk suatu UMKM harus memiliki sebuah kelebihan maupun keunggulan dibandingkan dengan produk hasil UMKM lainnya. Hal ini dikarenakan keunggulan sebuah produk dapat menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi konsumen.
- 2) Inovasi. Inovasi yang dilakukan sebuah UMKM dapat mempengaruhi daya saing sebuah UMKM. Dimana hal ini dikarenakan konsumen tidak akan bosan dengan produk yang hanya itu-itu saja
- 3) Pemasaran. Dalam hal pemasaran pelaku UMKM dapat melakukan kegiatan promosi dengan teknologi dan informasi, melalui sosial media berupa *facebook*, *instagram*, *whatsApp*, dan *blok* untuk meningkatkan daya saing sebuah produk.

- 4) Sumber daya manusia (SDM). Pemilihan sumber daya manusia atau tenaga kerja sangat penting bagi sebuah UMKM. Hal ini dikarenakan jika sumber daya manusia dalam UMKM kompeten maka akan dapat menghasilkan produk-produk yang berkualitas
- 5) Pesaing. Pesaing merupakan faktor penting yang mempengaruhi daya saing UMKM dikarenakan dengan adanya pesaing akan nanti akan mempengaruhi pelanggan dan besarnya produk yang dijual.
- 6) Kerja sama dengan pihak lain. Dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif, keberadaan UMKM dituntut untuk mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Dengan melakukan kerja sama dengan pihak lain maka produk yang dihasilkan oleh sebuah UMKM semakin dikenal oleh masyarakat luas.
- 7) Lokasi. Lokasi menjadi faktor penting dalam pengembangan usaha, karena lokasi akan menjadi penting untuk memudahkan pembeli yang berkunjung.
- 8) Fleksibilitas. Fleksibilitas merupakan sebuah kemampuan untuk beradaptasi dan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan. Sebab, fleksibilitas nantinya akan mempengaruhi harga produk yang ditawarkan disesuaikan dengan kondisi masyarakat setempat. (Nurhayati dan Khodijah, 2019, p. 17)

Pengembangan lingkungan usaha yang kondusif bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dimaksud untuk meningkatkan daya saing UMKM dengan menciptakan sebuah peluang usaha seluas-luasnya, serta akan menjamin adanya mekanisme pasar yang sehat. (Irawan, 2020, p. 7)

Menurut Tambunan (2008), UMKM yang berdaya saing tinggi dapat dicirikan sebagai berikut :

- 1) Kecenderungan yang meningkat dari laju pertumbuhan volume produksi
- 2) Pasar domestic atau pasar ekspor yang selalu meningkat
- 3) Untuk pasar domestik tidak hanya melayani pasar lokal saja namun juga nasional
- 4) Bagi pasar ekspor, tidak hanya melayani di satu Negara namun, juga dilakukan di banyak Negara.

Menurut Russell dan Millar (2014) untuk menghasilkan UMKM yang berdaya saing ada lima komponen *competitive priority*, yaitu *Cost* (Biaya), *Quality* (Mutu), *Flexibilitas* (Fleksibilitas), *Delivery* (Pengiriman) dan *Inovation* (Inovasi).

- 1) Biaya, meliputi empat indikator, yaitu produksi, produktifitas tenaga kerja, penggunaan kapasitas produksi dan persediaan.
- 2) Mutu, menurut Mahardi (2007) meliputi indikator seperti tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan konsumen dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain.
- 3) Waktu, meliputi ketetapan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi dan ketetapan waktu penyampaian produk
- 4) Fleksibilitas meliputi berbagai indikator seperti macam produk yang dihasilkan, kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.
- 5) Inovasi bisa menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan bisa membuat improvisasi terhadap proses dan produk yang tersedia. (Asri Delmayuni, Musa Hubeis, DKK, 2017, p. 86)

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) ialah salah satu bagian penting dalam perekonomian sebuah negara maupun daerah, tak terkecuali juga di Indonesia. Pengembangan sektor usaha kecil dan menengah memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta usaha dalam menekan angka kemiskinan sebuah negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki *income* perkapita yang rendah. Peranan UMKM yang besar tersebut, dapat memberikan penjabaran bahwa sebuah UMKM harus dapat lebih baik lagi. UMKM akan mampu bertahan dan bersaing apabila mampu menerapkan pengelolaan manajemen yang baik. Pengelolaan manajemen secara umum mencakup bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), serta keuangan. (Wibowo, 2015, p. 60)

Definisi UMKM menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

- 1) Menurut Ina Primiana UMKM ialah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia yaitu industri manufaktur, bisnis kelautan, sumber daya manusia dan Agribisnis. Selain itu Ina Primiana juga menyatakan bahwa UMKM sebagai pengembangan kawasan andalan untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi, sedangkan usaha kecil merupakan suatu peningkatan berbagai upaya pemberdayaan masyarakat.
- 2) Menurut Rudjito, UMKM ialah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang akan tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.

- 3) Menurut Tambunan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) ialah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau sebuah badan usaha di semua sektor ekonomi. (Halim, 2020, p. 161)

Pengertian UMKM menurut PP No 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah :

- 1) Usaha Mikro adalah suatu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah ini.
- 2) 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 kecil sebagaimana dimaksud dalam peraturan pemerintah 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 yang mempengaruhi kriteria usaha menengah sebagaimana yang diatur dalam peraturan pemerintah ini.

Menurut Lembaga Pengembangan Perbankan di Indonesia (2015: 5) UMKM memiliki peranan yang penting dalam perekonomian di Indonesia. Saat terjadinya krisis moneter di Indonesia pada tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan dengan perusahaan yang besar. Hal ini dikarenakan oleh mayoritas usaha berskala kecil tidak bergantung pada modal yang

besar ataupun pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga ada sebuah fluktuasi nilai tukar, yang menyebabkan perusahaan berskala besar secara umum akan selalu berurusan dengan mata uang asing. Dengan kata lain perusahaan berskala besar yang paling berpotensi mengalami imbas dari krisis.

UMKM ialah gabungan dari tiga kelompok usaha yaitu usaha Mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah terdapat ciri-ciri yang digunakan untuk mendefinisikan suatu usaha mikro, kecil serta menengah. Beberapa ciri-ciri tersebut akan dijabarkan sebagai berikut :

1) Usaha Mikro

Usaha mikro ialah suatu usaha produktif milik orang perorangan.

a) Ciri-Ciri Usaha Mikro :

- (1) Tempat usaha tidak selalu menetap dan sewaktu-waktu dapat berpindah tempat
- (2) Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, dan sewaktu-waktu dapat berganti
- (3) Sumber daya manusia (pengusaha nya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai
- (4) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha
- (5) Tingkat pendidikan yang relatif rendah
- (6) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau sebuah persyaratan legalitas lainnya termasuk juga NPWP (UU 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

(7) Umumnya belum akses kepada perbankan, tetapi sebagian dari mereka sudah akses lembaga keuangan non bank.

b) Kriteria Usaha Mikro

(1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

(2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.30.000.000 (Tiga Puluh Juta Rupiah)

2) Usaha Kecil

Usaha kecil ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau suatu badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan ataupun cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai ataupun menjadi bagian baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar

a) Ciri-ciri usaha kecil

(1) Telah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk juga NPWP

(2) Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha

(3) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal

(4) Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga

(5) Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walaupun masih tergolong yang sederhana

(6) Lokasi atau tempat usaha sudah menetap dan tidak berpindah-pindah

- (7) Jenis barang/komoditi yang diusahakan pada umumnya telah tetap dan tidak gampang berubah
- (8) Sudah membuat neraca usaha
- (9) Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha yang baik seperti *business planning*.

b) Kriteria Usaha Kecil

- (1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000- Rp. 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan dari Rp. 300.000.000- Rp.2.500.000.000 paling banyak

3) Usaha Menengah

Usaha menengah ialah suatu ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan ataupun cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha yang kecil ataupun usaha yang besar dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan.

a) Ciri-ciri Usaha Menengah

- (1) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP
- (2) Telah adanya Jamsostek pemeliharaan kesehatan dan lainnya
- (3) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan
- (4) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan

(5) Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia (SDM) yang terlatih dan terdidik

(6) Upaya pengelolaan lingkungan, sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan (Partomo, 2009, p. 6)

b) Kriteria Usaha Menengah

(1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000-Rp.10.000.000.000 paling banyak tidak termasuk bangunan dan tempat usaha

(2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000-Rp.50.000.000.000 paling banyak

Namun peraturan atau UU No 20 tahun 2008 tentang UMKM telah di perbaharui menjadi UU No 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja PP Nomor 7 Tahun 2021 Tentang UMKM. Dimana terdapat perubahan tentang kriteria UMKM yang akan dijabarkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2.1
Perbedaan Kriteria UMKM menurut UU No.20 Tahun 2008
Tentang UMKM dengan UU No.11 Tentang Cipta Kerja PP No.7
Tahun 2021 Tentang UMKM

Indikator	UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM	PP Nomor 7 Tahun 2021 Tentang UMKM
Pengelompokan UMKM	UMKM dikelompokkan berdasarkan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih adalah jumlah aset setelah dikurangi dengan hutang atau kewajiban	UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal sendiri dan modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha
Kekayaan Bersih atau Modal Usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha Mikro paling banyak Rp. 50.000.000 2. Usaha kecil lebih dari Rp.50.000.000- paling banyak Rp.500.000.000 3. Usaha Menengah lebih dari Rp.500.000.000- paling banyak 10.000.000.000 <p>Diluar tanah dan bangunan tempat usaha</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha Mikro paling banyak Rp. 1.000.000.000 2. Usaha kecil lebih dari Rp.1.000.000.000- paling banyak Rp.5.000.000.000 3. Usaha Menengah lebih dari Rp.5.000.000.000- paling banyak 10.000.000.000 <p>Diluar tanah dan bangunan tempat usaha</p>
Hasil Penjualan Tahunan	1. Usaha mikro paling banyak Rp.300.000.000	1. Usaha mikro paling banyak Rp.

	2. Usaha kecil lebih dari Rp.300.000.000-paling banyak Rp.2.500.000.000	2.000.000.000
	3. Usaha menengah lebih dari Rp. 2.500.000.000-paling banyak Rp.50.000.000.000	2. Usaha kecil lebih dari Rp. 2.000.000.000-paling banyak Rp. 15.000.000.000 3. Usaha menengah lebih dari Rp.15.000.000.000-paling banyak 50.000.000.000

Sumber: *UU No. 20 Tahun 2008 dan PP No. 7 Tahun 2021 Tentang UMKM*

b. Karakteristik UMKM

UMKM pada saat ini tengah berada di posisi lemah jika dilihat dari segi hukum, hal ini disebabkan oleh sebagian besar usahanya masih bersifat perorangan sehingga tidak berakta notaris. Sedangkan dari segi ekonomi keberadaan UMKM juga memiliki posisi yang lemah terhadap pasar, hal ini disebabkan oleh sifat usahanya yang kurang terorganisir. Untuk memahami hal tersebut ada beberapa karakteristik usaha kecil, diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi
- 2) Modal yang tersedia terbatas
- 3) Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar, kadangkala pembukuan tidak *up to date* sehingga sulit untuk menilai kinerja usahanya

- 4) Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas
- 5) Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit diharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang
- 6) Kemampuan memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Agar mendapatkan dana di pasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus terapan. (Anoraga dan Sudantoko, 2002, p. 225)

Berdasarkan aspek komoditas yang dihasilkan, UMKM juga memiliki karakteristik tersendiri antara lain:

- 1) Desain produknya terbatas. Hal ini dipicu oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk. Mayoritas UMKM bekerja berdasarkan pesanan, belum banyak yang berani mencoba berkreasi desain baru.
- 2) Kapasitas dan daftar harga produk terbatas. Dengan kesulitan menetapkan kapasitas produk dan harga membuat konsumen menjadi kesulitan.
- 3) Kualitasnya belum standar. Hal ini dikarenakan sebagian besar UMKM belum memiliki teknologi yang memadai. Produk yang dihasilkan biasanya dalam bentuk *handmade* sehingga standar kualitasnya beragam
- 4) Jenis produknya terbatas. Biasanya UMKM hanya memproduksi beberapa jenis produk saja. Apabila ada permintaan model baru, UMKM kesulitan untuk memenuhinya. Kalaupun menerima nantinya akan membutuhkan waktu yang lama
- 5) Kontinuitas produk tidak menjamin dan kurang sempurna. Karena produksi belum teratur maka biasanya produk-produk yang dihasilkan sering apa ajanya

- 6) Bahan baku kurang standar. Hal ini dikarenakan bahan baku yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda. (Bank Indonesia, 2015, p. 16)

UMKM dalam perspektif usaha dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yaitu:

- 1) UMKM sektor informal, seperti pedagang kaki lima
- 2) UMKM Mikro ialah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
- 3) Usaha kecil Dinamis ialah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama dan ekspor
- 4) *Fast Moving Enterprise* ialah UMKM yang memiliki serta mempunyai jiwa kewirausahaan yang cakap dan telah siap untuk bertransformasi menjadi usaha besar. (Bank Indonesia, 2015, p. 12)

c. Masalah yang Dihadapi UKM

Menurut Fajar (2004:41) UMKM pada umumnya memiliki beberapa permasalahan-permasalahan diantaranya ialah sebagai berikut :

- 1) Faktor Internal
 - (a) Kurangnya permodalan dan terbatasnya akses pembiayaan, hal ini merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan pada sebuah UMKM, disebabkan oleh usaha kecil dan menengah merupakan sebuah usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya masih tertutup.
 - (b) Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, hal ini dikarenakan jaringan usaha yang sangat terbatas serta kemampuan penetrasi rendah maka produk yang dihasilkan

jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif.

- (c) Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih lemah, hal ini disebabkan oleh keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan yang formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh kepada manajemen pengelolaan usaha, sehingga sebuah usaha tersebut sulit untuk berkembang secara optimal.

2) Faktor Eksternal

- (a) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha. Kurangnya informasi yang berhubungan dengan IPTEK menyebabkan sarana dan prasarana yang dimiliki juga tidak berkembang dengan cepat serta kurang mendukung kemajuan usaha.
- (b) Sifat produk dengan ketahanan pendek, hal ini disebabkan oleh masih banyaknya produk hasil usaha kecil dan menengah yang sifat ketahanannya tidak dalam jangka waktu panjang, sehingga dapat menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh sebuah UKM.
- (c) Terbatasnya akses pasar. Sebuah akses pasar dapat menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional.
- (d) Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif dengan kebijaksanaan pemerintah untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini dapat terlihat dari masih banyaknya terjadi persaingan kurang sehat antara pengusaha kecil dan pengusaha besar.

d. Solusi dalam Mengatasi Permasalahan UMKM

Ada beberapa langkah yang bisa ditempuh untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di dalam sebuah UMKM, diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Menciptakan iklim usaha yang kondusif dimana pemerintah dapat mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif antara lain dengan cara mengusahakan ketentraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur perizinan usaha dan keringanan pajak serta lain sebagainya
- 2) Perlindungan usaha. Dimana jenis-jenis usaha terutama usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, hal ini baik melalui undang-undang maupun peraturan daerah yang saling menguntungkan.
- 3) Pelatihan. Pemerintah dapat meningkatkan pelatihan bagi UMKM baik berupa aspek kewirausahaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilan dalam mengembangkan sebuah usaha.
- 4) Bantuan permodalan. Pemerintah dalam hal ini perlu memperluas skema kredit khusus dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi pelaku UMKM, dalam membantu peningkatan modal dapat dilakukan melalui sektor jasa finansial formal, sektor jasa finansial informal, skema penjaminan, dan dana ventura.
- 5) Membentuk lembaga khusus. Hal ini dimaksudkan agar suatu lembaga bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuh kembangan UMKM dan juga berfungsi untuk mencari solusi dalam rangka mengatasi permasalahan internal maupun eksternal dalam sebuah UMKM

- 6) Mengembangkan sarana dan prasarana. Hal ini perlu adanya pengalokasian tempat usaha yang strategis bagi UMKM yang dapat menambah potensi berkembang bagi UMKM tersebut. (Singgih, 2007, p. 8)

e. Peran UMKM dalam Perekonomian

UMKM secara umum memiliki peran sebagai pemeran utama dalam perekonomian nasional, hal ini disebabkan oleh UMKM mampu menyediakan lapangan pekerjaan, pemain penting dalam perekonomian lokal serta pemberdayaan masyarakat. Tak hanya itu UMKM juga dapat menciptakan pasar baru dan kontribusinya terhadap PDB serta neraca pembayaran. (Sofyan, 2017, p. 47)

Secara spesifik dapat disimpulkan beberapa manfaat serta peran UMKM yang diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) UMKM Dapat Menjadi Penyumbang Terbesar Nilai Produk Domestik Bruto. Manfaat bisnis di sektor UMKM adalah meningkatkan produk-produk yang dihasilkan oleh dalam Negeri. Produk-produk yang tidak ada hanya akan menambah pasar nasional saja namun juga merambah pasar Internasional.
- 2) Solusi Masyarakat Kelas Menengah. Hal ini dikarenakan modal untuk membuka usaha dalam sektor UKM tidaklah susah. Sebab sudah banyaknya lembaga pemerintah yang membantu untuk memberikan dana modal dengan nilai kredit yang kecil. Tak hanya itu sekarang bank juga telah memberikan jaminan pinjaman modal dengan nilai perkreditan yang kecil
- 3) Terbukanya Lapangan Pekerjaan. Tidak dapat disanggah lagi bahwa sektor UMKM secara langsung maupun tidak langsung membawa peluang untuk orang-orang yang mendapatkan pekerjaan. Hal ini tentu membantu pemerintah karena akan berdampak terhadap angka pengangguran yang ada.

- 4) Operasional yang Fleksibel. Struktur kepemimpinan dalam sebuah UMKM relatif tidak besar. Hal ini dikarenakan setiap kepemimpinan mempunyai sebuah wewenang dan tanggung jawab masing-masing. Tidak hanya itu biasanya untuk bisnis sektor UMKM lebih cenderung memikirkan selera konsumen dan trend-trend yang berkembang dimasyarakat saat ini. (Kadeni dan Srijani, 2020, p. 195)

B. Penelitian yang Relevan

1. Maulida Rusdiana (2016) dengan judul Strategi Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan ESDM Kabupaten Sidoarjo untuk Meningkatkan Daya Saing UKM Batik pada Sentral UKM Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan oleh Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan ESDM ialah strategi pengembangan pasar serta dioperasionalkan dengan strategi fungsional. Strategi tersebut diimplementasikan melalui sebuah kebijakan dan program.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama memfokuskan bagaimana strategi dinas Koperindag dalam peningkatan daya saing UMKM. Sedangkan yang menjadi perbedaannya adalah penelitian milik Maulida Rusdiana ini dengan yang dilakukan peneliti sekarang ialah peneliti terdahulu lebih memfokuskan kepada pengembangan UKM batik. Sedangkan peneliti lebih memfokuskan pada pengembangan dan peningkatan daya saing UMKM pada Industri Pangan/ Makanan yang ada di Kabupaten Tanah Datar.

2. Ali Zaenal Abidin (2017) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa strategi pengembangan UMKM Kota Tangerang Selatan oleh Dinas Koperasi dan UKM sudah cukup baik. Dengan pengembangan yang selama ini berbentuk pelatihan

workshop kewirausahaan dan bimbingan teknis yang diikuti oleh para pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana penulis menggunakan wawancara, observasi langsung ke lapangan.

Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Ali Zaenal Abidin adalah Penelitian terdahulu memfokuskan pada pengembangan UMKM di Tangerang Selatan sedangkan penelitian ini membahas tentang peningkatan daya saing UMKM pada industri pangan di Kabupaten Tanah Datar, sedangkan yang menjadi persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang UMKM serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif

3. Endah Dewi Apriliana (2019). Dengan judul Strategi Pengembangan UMKM Batik untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Semarang di Kampung Batik Kota Semarang. Dimana hasil penelitian ini adalah UMKM Batik Semarang memiliki daya saing komparatif yang kurang baik. Faktor internal yang menjadi kekuatan adalah pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan teknis, dan yang menjadi kelemahan adalah pemasaran yang dilakukan hanya di lingkungan usaha. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian milik Endah Dewi Apriliana menggunakan metode deskriptif kuantitatif sedangkan metode yang peneliti pakai adalah metode deskriptif kualitatif. Tak hanya itu yang menjadi perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini membahas tentang strategi Dinas Koperindag dalam Peningkatan Daya Saing UMKM pada Industri Pangan/Makanan Di Kabupaten Tanah Datar sedangkan penelitian terdahulu lebih memfokuskan tentang Strategi Perkembangan UMKM Batik untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Semarang di Kampung Batik Kota Semarang. Yang menjadi persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu

adalah sama-sama membahas tentang pengembangan serta peningkatan daya saing UMKM

4. Mohammad Arfandi Adnan (2017) dengan judul Strategi Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam Peningkatan Daya Saing UKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan Departemen Koperindag dalam memberdayakan usaha mikro, kecil dan menengah tidak berjalan optimal. Penelitian ini juga menggambarkan strategi Departemen Koperindag dalam memberdayakan usaha mikro, kecil dan menengah, diperlukan tiga fase, yaitu inisial, partisipatif, dan emansipatoris.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian milik Mohammad Arfandi Adnan lebih memfokuskan pada UMKM pada sektor perdagangan. Sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan pada UMKM pada sektor industri pangan/makanan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

5. Asri Delmayuni, Musa Hubeis, dan Eko Ruddy Cahyadi (2017) dengan judul Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pangan di Palembang. Hasil dari penelitian ini adalah strategi prioritas yang harus dilakukan oleh UMKM Pangan di Palembang adalah penggunaan peralatan yang lebih modern dalam proses produksi agar variasi makanan dapat dibuat secara lebih efisien dan efektif, serta pemanfaatan manajemen modern agar pengelolaan UMKM dapat mencakup ekonomi lokal dan juga luar negeri. Untuk itu kontribusi dan kerjasama yang baik antara pemerintah dan UMKM akan membuat UMKM bisa melakukan perannya dengan baik dan menciptakan UMKM Pangan yang berdaya saing tinggi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang peningkatan daya saing UMKM Pangan, sedangkan yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya

adalah penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan di dalam penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan), yang mengamati setiap kejadian yang ada di lapangan atau fenomena yang ada di tempat penelitian. (Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen ,2014, p. 347). Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Deskriptif adalah berupa gambaran rinci tentang lokasi, situasi, kejadian ataupun yang diamati saat melakukan suatu penelitian. Dalam penelitian ini meliputi strategi dinas Koperindag dalam peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Tanah Datar.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yang penulis lakukan adalah pada Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Kabupaten Tanah Datar.

**Tabel 3.1
Jadwal Penelitian**

Penelitian	Septemb er				Oktober				Novemb er				Desemb er				Januari				Februari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi Awal																								
Pengajuan Proposal																								
Bimbingan Proposal																								
Seminar Proposal																								

E. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. (Sugiyono, 2009, p. 255). Adapun sumber data yang penulis gunakan, adalah :

1. Data primer ialah data yang didapatkan melalui penelitian lapangan, yaitu melakukan penelitian dengan cara terjun langsung ke lapangan dengan menggunakan teknik pengambilan data melalui wawancara dan observasi langsung. Dari penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah Kasi Agro atau yang langsung berhubungan dengan UMKM pada industri pangan di Diskoperindag Kabupaten Tanah Datar
2. Data sekunder ialah data yang diperoleh berdasarkan acuan ataupun literatur yang berhubungan dengan penelitian, seperti buku-buku, literatur dan artikel yang berhubungan dengan objek dan permasalahan penelitian, dokumen dan laporan penelitian. Serta data ini digunakan untuk mendukung data primer.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu hal yang sangat penting di dalam sebuah penelitian. Maka dari itu teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab atau mengajukan serangkaian pertanyaan kepada informan yang dianggap mengetahui informasi yang relevan dalam penelitian yang berlangsung secara lisan, dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung keterangan atau informasi-informasi yang hanya didapat saat bertanya langsung dengan responden. (Narkubu, 2013, p. 83). Tujuan penulis melakukan metode ini agar memperoleh data yang jelas tentang strategi dinas Koperindag dalam peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Tanah Datar.

2. Observasi

Observasi ialah kegiatan pengamatan langsung dilapangan yang dilakukan untuk memperoleh informasi dan keterangan yang relevan. Penulis melakukan observasi langsung dengan mengunjungi Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Kabupaten Tanah Datar serta beberapa UMKM pangan/makanan yang ada di Kabupaten Tanah Datar.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai suatu hal atau variabel berupa sebuah catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan lain sebagainya. (Arikunto, 2010). Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Kabupaten Tanah Datar.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses mencari serta menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri serta orang lain. (Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen , 2014, p. 139)

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yang berhubungan dengan strategi dinas Koperindag dalam peningkatan daya saing UMKM pangan/makanan di Kabupaten Tanah Datar. Hal ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui wawancara, membaca, menelaah, serta mencatat data-data yang dikumpulkan dan membahas masalah-masalah yang telah diajukan berdasarkan teori-teori yang berkaitan.

H. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data peneliti melakukan dengan teknik *triangulasi*. Menurut Wiersma (1986) mengatakan bahwa triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu. (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D , 2009, p. 273)

Teknik triangulasi merupakan sebuah model ketiga untuk interpretasi yang akan dapat dipercaya serta memperbaiki temuan. Ada empat model dalam triangulasi yang berbeda, yaitu :

1. Triangulasi sumber, dimana penggunaan sumber data yang beragam dalam sebuah studi
2. Triangulasi peneliti/investigator, dimana penggunaan beberapa peneliti ataupun evaluator yang berbeda
3. Triangulasi teori, dimana penggunaan perspektif ganda untuk menginterpretasikan seperangkat data tunggal
4. Triangulasi metodologis, dimana penggunaan metode-metode ganda untuk menstudi sebuah masalah ataupun program tunggal. (Ahmadi, 2014, p. 265)

Teknik triangulasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan dan mengecek kembali informasi yang diperoleh dari karyawan, Kasi Agro, kasi pengembangan dan promosi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dan pelaku UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

1. Sejarah Singkat Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

Dinas Koperasi dan Usaha kecil menengah (UKM) dibentuk berdasarkan pada Pasal 33 ayat 1 yang menerangkan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Selain itu juga mengacu kepada Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR RI/1998 tentang Politik Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Sebagaimana implementasi dari Undang-Undang serta TAP MPR RI tersebut.

Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dahulunya bernama dinas Koperindagpastam yang merupakan salah satu unsur pelaksana pemerintah yang ada di Kabupaten Tanah Datar dibidang koperasi, perindustrian, perdagangan, pasar dan pertambangan yang dipimpin oleh seorang kepala dinas dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui sekretaris daerah, dibentuk berdasarkan peraturan daerah Kabupaten Tanah Datar no 9 tahun 2010 tentang pembentukan dan susunan organisasi dinas koperasi, perindustrian, perdagangan pasar dan pertambangan.

Kantor Dinas Koperindag beralamat di Jl. Moh Yamin SH No. 39 Batusangkar, Kabupaten Tanah, Sumatera Barat. Melalui kantor ini, secara umum pemerintah pada wilayah kerjanya merancang kebijakan bidang perindustrian, perdagangan, hingga ekonomi pasar (pengelolaan pasar).

2. Visi dan Misi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

a. Visi

Terwujudnya usaha ekonomi masyarakat yang berdaya saing tinggi di sektor koperasi usaha kecil dan menengah, perindustrian dan perdagangan

b. Misi

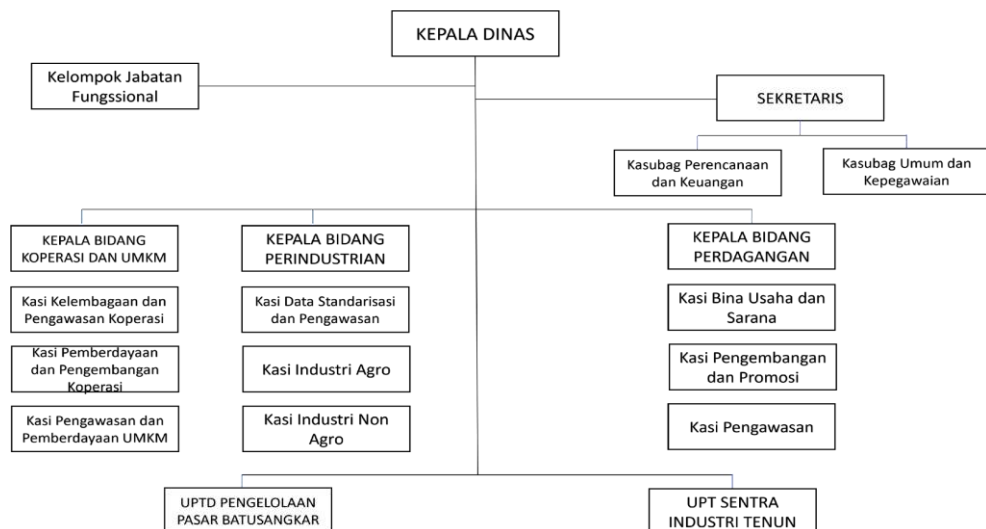
- 1) Pemberdayaan ekonomi kerakyatan di bidang industry dan perdagangan
- 2) Pengembangan kelembagaan koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

3. Struktur Organisasi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

a. Struktur Organisasi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar terdapat struktur organisasi yang disusun kedalam bentuk suatu bagan, yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar



b. Jumlah Tenaga Kerja Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

Jumlah tenaga kerja yang ada di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar terdiri dari:

Tabel 4.1
Jumlah Tenaga Kerja di Dinas Koperasi, Perindustrian dan
Perdagangan Kabupaten Tanah Datar

NO	NAMA	STATUS	JABATAN
1	Darfizal. SE, Msi	PNS	Kepala Dinas
2	Lola Nasution. SH	PNS	Sekretaris
3	Sugiyah	PNS	Bendahara
4	Zulhendrianto A.MD	PNS	Bendahara Pengeluaran
5	Addewita S.AP	PNS	Kepala Sub Bagian Tata Usaha
6	Afrina Yarlis SP	PNS	Kasi Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi
7	Andrizal A.Md	PNS	Pengolah Data
8	Aldy	PNS	Pengemudi
9	Azmi Wenry SE	PNS	Kepala Sub Bagian Tata Usaha
10	Bendrizar	PNS	Pengadministrasian Kepegawaian
11	Candoko Bana	PNS	Verifikator Keuangan
12	Didik Nurhadi	PNS	Fasilitator Sarana Pemasaran
13	Djasmalinar S.SOS	PNS	Kepala UPT Sentra Industri Tenun Lintau
14	Donni SE	PNS	Kepala Sub Bagian Perencanaan dan Keuangan
15	Helen Diana Mora S.SOS	PNS	Kepala Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM

16	Multarida S.Sos	PNS	Kepala Seksi Industri Agro
17	Nova Efinoyenti	PNS	Pengadministrasian Izin Usaha
18	Noviandri	PNS	Pengadministrasian Kepegawaian
19	Rafendi, S.H	PNS	Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
20	Reni Maryulis S.AP	PNS	Pengadministrasian Keuangan
21	Rifna Ludin SE	PNS	Kepala Seksi Industri Non Agro
22	Rita Maria SE	PNS	Pengelola Sarana dan Prasarana Kantor
23	Rusdi	PNS	Fasilitator Promosi
24	Elwis, S.Sos	PNS	Kepala UPT Pasar
25	Andry,SE	PNS	Kabid Koperasi dan UKM
26	Widdondri	PNS	Pengadministrasian Pengamanan dan Perlindungan Akses Pasar
27	Wilda Anas SE	PNS	Kepala Bidang Perindustrian
28	Yendrizal SE	PNS	Analisis Koperasi
29	Dewi Bakhtiar	PNS	Kepala Seksi Pengawasan
30	Yesi Siska Trisia, SE	PNS	Kepala Seksi Pengembangan dan Promosi
31	Yorry Irawan SE	PNS	Kabid Perdagangan
32	Yurnalis S.SOS	PNS	Kepala Seksi Data, Standardisasi dan Pengawasan
33	Wilda Usman S.SOS	PNS	Pengelola Pasar
34	Siska Denny Zoebir	PNS	Penyusunan Program, Anggaran dan Pelaporan

35	Ahmad Ardinal Rasyidi	PNS	Penelaah Pengembangan Usaha
36	Gazalmi Reko Saputra	PNS	Analisis Kelembagaan
37	Nurlela Septia Yudha	PNS	Analisis Industri
38	Taufik Hidayat	PNS	Penagih Retribusi Pasar
39	Ade Suryanta Sembiring, A.Md	PNS	Pelaksana/Terampil-Penera
40	Hena Oktaria Ginting, A.M.d	PNS	Pelaksana/Terampil-Penera

Sumber: Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

c. Pembagian tugas dan Tanggung Jawab Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar setiap bidangnya memiliki beberapa tugas pokok, fungsi dan uraian tugas yang diatur didalam Peraturan Bupati Tanah Datar Nomor 16 Tahun 2017. Berikut tugas dari setiap bidang pada Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar:

1) Kepala Dinas

Kepala Dinas memiliki beberapa tugas pokok diantaranya adalah sebagai berikut:

- a) Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan dibidang koperasi dan usaha kecil dan menengah (UKM), perindustrian dan perdagangan yang berdasarkan azas otonomi dan tugas pembantuan
- b) Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan dalam melaksanakan tugas sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1)

2) Sekretariat

Sekretariat mempunyai tugas pokok melaksanakan tugas penunjang urusan pemerintahan serta mengkoordinasikan penyelenggaraan tugas secara terpadu. Sekretariat terdiri dari Subbagian Umum dan Kepegawaian dan Subbagian Perencanaan dan Keuangan. Uraian subbagian umum dan kepegawaian pasal 8 yaitu :

Subbagian umum dan kepegawaian mempunyai tugas urusan ketatausahaan, pengendalian surat masuk dan surat keluar, kearsipan, rumah tangga, perlengkapan, humas dan protokol, menyiapkan bahan penyusunan rencana kebutuhan pegawai, mutasi pegawai, gaji berkala, pendidikan dan latihan, cuti, kesejahteraan pegawai, kehadiran dan administrasi kepegawaian dinas sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Subbagian perencanaan dan keuangan mempunyai tugas menyiapkan bahan penyusunan rencana umum jangka pendek, jangka menengah, dan angka panjang serta menyelenggarakan pelayanan administrasi keuangan, pembukuan, laporan keuangan dan memelihara dokumen keuangan serta membuat laporan pertanggung jawaban keuangan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Uraian tugas subbagian perencanaan dan keuangan

3) Bidang Koperasi UKM

Bidang koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pasal 11 menjelaskan bahwa bidang koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mempunyai tugas pokok menyiapkan bahan kebijaksanaan dan perumusan pelaksanaan urusan sesuai dengan ruang lingkup koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah. Bidang Koperasi dan UMKM terdiri dari tiga yaitu

seksi kelembagaan dan pengawasan koperasi, seksi pemberdayaan dan pengembangan koperasi, seksi pemberdayaan dan pengembangan UMKM.

Seksi kelembagaan dan pengawasan koperasi menurut pasal 12 yaitu seksi kelembagaan koperasi dan pengawasan koperasi mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijakan teknis ruang lingkup kelembagaan dan pengawasan koperasi yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan, sesuai urusan yang menjadi kewenangan.

Seksi pemberdayaan dan pengembangan koperasi pasal 13 yaitu seksi pemberdayaan koperasi dan pengembangan mempunyai tugas menyiapkan bahan dan pelaksanaan kebijaksanaan teknik ruang lingkup pemberdayaan dan pengembangan koperasi urusan yang menjadi kewenangan

Seksi pemberdayaan dan pengembangan UMKM mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijaksanaan teknis ruang lingkup pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah sesuai dengan urusan yang menjadi kewenangan

4) Bidang Industri

Bidang perindustrian mempunyai tugas pokok menyiapkan bahan perumusan kebijaksanaan dan pelaksanaan urusan pemerintahan bidang perindustrian. Bidang industri terdiri dari seksi industri agro, seksi industri non agro, seksi data, standarisasi dan pengawasan.

Seksi industri Agro pasal 16 yaitu mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijaksanaan teknis ruang lingkup industri Agro meliputi hasil perikanan, makanan dan minuman, hasil hutan dan perkebunan, perwilayahan industri dan sarana prasarana sesuai urusan yang menjadi kewenangan.

Seksi industri non Agro pasal 17 yaitu seksi industri non agro mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijaksanaan teknis ruang lingkup industri non Agro meliputi industri aneka dan tekstil, kimia hilir dan maritim, perwilayahan industri dan sarana prasarana sesuai urusan yang menjadi kewajiban.

Seksi data, standarisasi dan pengawasan pasal 18 yaitu seksi pengawasan mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijaksanaan teknis ruang lingkup data, standarisasi dan pengawasan di bidang perindustrian yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan, sesuai urusan yang menjadi kewenangan

5) Bidang Perdagangan

Bidang perdagangan mempunyai tugas pokok menyiapkan bahan kebijaksanaan dan perumusan pelaksanaan kegiatan urusan perdagangan.

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan dalam peningkatan daya saing UMKM Pangan/Makanan di Kabupaten Tanah Datar

Dinas Koperasi perindustrian dan perdagangan kabupaten Tanah Datar mempunyai beberapa program kegiatan dalam usaha peningkatan daya saing UMKM Pangan/Makanan yang ada di Kabupaten Tanah Datar. Strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar berasal atau merupakan turunan dari kebijakan dari pemerintahan pusat yaitu Kementerian Koperasi dan UMKM. Namun tidak semua strategi yang diterapkan oleh pemerintahan pusat dapat diterapkan di Kabupaten Tanah Datar. Hal ini dikarenakan pelaksanaan strategi tersebut harus sesuai

dengan Anggaran yang dialokasikan serta harus disesuaikan juga dengan keadaan daerah masing-masing.

Strategi peningkatan daya saing UMKM Pangan/Makanan di Kabupaten Tanah Datar terdiri dari strategi Perkuatan, Pemberdayaan dan Perlindungan. Strategi tersebut akan diimplementasikan ke dalam beberapa program serta kegiatan yaitu sebagai berikut:

a. Strategi Penguatan

Strategi penguatan merupakan sebuah strategi yang memiliki program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM. Strategi ini bertujuan untuk dapat meningkatkan kemampuan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan serta menggunakan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya yang bersifat lokal. Program ini memiliki sasaran untuk meningkatkan penataan kelembagaan, permodalan dan pemasaran bagi sebuah UMKM. Untuk mencapai sasaran tersebut maka Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar menetapkan program dengan kegiatan penyelenggara promosi produk UMKM Pangan.

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Pangan biasanya adalah rendahnya akses UMKM Pangan terhadap pasar. Oleh sebab itu Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar memberikan bantuan berupa ajang promosi yang berguna untuk memperkenalkan dan memasarkan produk Pangan/Makanan yang ada di Kabupaten Tanah Datar. Ajang promosi ini dilakukan dengan melakukan pameran-pameran, bazar, pasar lelang, dan festival budaya Minangkabau.

Pameran yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar adalah sebagai berikut:

1. Pameran dalam daerah

- a) Pameran Pagaruyung Expo 2018 di Lapangan Cindua Mato Batusangkar tanggal 4 sampai tanggal 8 Desember 2018.
- b) Pameran Expo 2019 di Kecamatan Lintau Buo Utara
- c) Festival budaya minangkabau Pagaruyung Expo tanggal 13 sampai 14 November 2021
- d) Festival minang kabau yang di adakan di Padang Panjang tanggal 13 sampai 19 November 2021

2. Pameran luar daerah

- a) Pameran festival produk unggulan Nusantara di Auditorium Barat Batam pada tanggal 13 sampai tanggal 19 September 2018
- b) Pameran Smesco di Jakarta tanggal 30 Maret sampai tanggal 02 April 2018
- c) Padang fair tahun 2019 di Gor H. Agus Salim Padang
- d) APKASI di Jakarta Convention Center tahun 2019
- e) Kriya Nusa di JCC Jakarta pada tanggal 11 sampai tanggal 15 September 2019

3. Pameran Luar Negeri

Pameran luar negeri hanya dilakukan sebanyak satu kali yaitu Pameran YWCA Charity Bazaar di Bangkok tanggal 14 sampai dengan tanggal 08 Desember 2019 (Yesi Siska, Wawancara, 05 Januari 2022)

Promosi melalui pameran ini bermanfaat bagi UMKM untuk memasarkan produknya dan memperkenalkan hasil produksinya kepada masyarakat. Oleh sebab itu Dinas selektif dalam memilih UMKM yang akan menjadi peserta dalam pameran ini. UMKM yang biasanya menjadi peserta adalah UMKM yang menjadi binaan Dinas Koperindag, peserta dalam acara pameran dan bazar ini tiap tahunnya

akan berbeda. Namun tak menutup kemungkinan jika ada pelaku UMKM Pangan yang mau meletakkan barang hasil produksinya di stan Dinas maka akan tetap diterima, namun hal tersebut memang jarang. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Ibuk Yesi Siska.

” UMKM Pangan yang ikut dalam pameran ini adalah UMKM Pangan yang menjadi Binaan Dinas Koperindag. Peserta dalam pameran dan bazar ini orangnya setiap tahun akan digilir dan tidak hanya itu itu saja orangnya. Namun, kami juga mengundang UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar untuk hadir dan meletakkan produk hasil produksinya di stan Dinas, namun karena daerah masing-masing UMKM juga mengadakan stan untuk pameran jadi para pelaku UMKM Pangan biasanya lebih memilih meletakkan produksinya di Stan-stan milik daerahnya masing-masing. Hal ini tentu dapat memperkenalkan hasil produksi pangan mereka sehingga makin banyak diketahui oleh orang. Salah satu UMKM Pangan yang menjadi binaan Dinas adalah Dakak-dakak Vitra yang terletak di Nagari Simabuah”(Yesi Siska,Wawancara 05 Januari 2022)

Penyelenggaraan promosi produk bagi UMKM Pangan merupakan sebuah kegiatan yang sangat bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM Pangan. oleh sebab itu para pelaku UMKM bisa memperkenalkan hasil produksinya kepada masyarakat luas, sehingga para pelaku UMKM Pangan dapat bersaing dengan para pesaingnya baik itu di dalam daerah maupun luar daerah.

b. Strategi pemberdayaan

Strategi pemberdayaan adalah sebuah strategi dengan program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM Pangan. program ini bertujuan untuk meningkatkan sumber daya manusia UMKM sehingga menjadi tangguh dan memiliki jiwa wirausaha. Sasaran yang akan dicapai adalah meningkatnya Sumber

Daya Manusia (SDM) bagi UMKM yang kuat, mandiri, dinamis, inovatif dan berdaya saing tinggi. Untuk mendukung program tersebut maka kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar adalah sebagai berikut:

1. Penyelenggaraan Pelatihan Kewirausahaan bagi UMKM

Penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan bagi pelaku UMKM terutama UMKM Pangan bertujuan untuk meningkatkan kualitas pribadi sumber daya manusia (SDM) yang memiliki jiwa wirausaha yang tinggi serta meningkatkan kemampuan manajerial serta kewirausahaan bagi UMKM. Sehingga tercapai kinerja yang sehat dan mampu berdaya saing yang tinggi

Pelatihan yang diadakan Pemerintah Kabupaten Tanah Datar melalui Dinas Koperindag dalam melaksanakan pelatihan dengan menghadirkan narasumber yang berkompeten. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Multarida selaku Kasi Agro sebagai berikut:

” untuk UMKM Pangan pembinaan dilakukan setiap bulan, serta rutin setiap setahun sekali kami selalu mengadakan sosialisasi selama dua sampai tiga hari. Pelatihan-pelatihan ini kami adakan dengan mengundang narasumber-narasumber yang berkompeten. Contoh pelatihan yang kami adakan adalah pelatihan saus tomat pada tanggal 6,7,8,9 Desember 2021 dan untuk sosialisasi kami adakan pada tanggal 27,28,29 Oktober 2021 dengan tema Keamanan Pangan. (Multarida, Wawancara 05 Januari 2022)

Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dalam melakukan pelatihan tentu memerlukan peserta. Peserta dalam kegiatan pelatihan ini biasanya disesuaikan dengan kebutuhan para pelaku UMKM Pangan dan disesuaikan dengan kriteria pelatihan yang akan dilaksanakan.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Ibu Mutarida selaku kasi Agro

”bagi peserta yang ingin mengikuti pelatihan harus disesuaikan dengan kriteria pelatihan yang akan kami adakan. Biasanya kami mengundang para pelaku UMKM pangan di Kabupaten Tanah Datar untuk mengikuti pelatihan. Contohnya seperti kami mengadakan pelatihan saus tomat kemarin, maka yang kami undang adalah pelaku UMKM atau kelompok UMKM yang bergerak dibidang produksi saus tomat”(Mutarida, Wawancara 05 Januari 2022)

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Santi selaku karyawan di bidang Koperasi dan UMKM berikut ini:

” pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh Dinas bertujuan untuk bagaimana sebuah usaha dapat berkembang dan dapat berdaya saing tinggi, pelatihannya mulai dari Pelatihan tentang perizinan untuk para pelaku UMKM Pangan yang baru merintis usahanya, bisnis plan, marketplace dan pelatihan kewirausahaan.

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar bertujuan untuk meningkatkan keterampilan para pelaku usaha UMKM Pangan yang ada di Kabupaten Tanah Datar. Hal ini sesuai pula dengan pernyataan Ibuk Vitra selaku pelaku UMKM Pangan yang menjadi binaan Dinas Koperindag, yaitu sebagai berikut:

”pelatihan-pelatihan yang pernah saya ikuti memang banyak manfaatnya, saya belajar mengenai administrasi, promosi dan dinas pun juga mengadakan penyuluhan serta mengajarkan bagaimana pengelolaan pangan yang baik dengan langsung dengan ke dapur. Dinas juga membantu saya dalam pengurusan izin halal, haki, dan surat izin usaha. Tak hanya itu berkat binaan

dari Dinas saya bisa mengetahui bagaimana pengemasan yang bagus dengan cara memberikan plastik yang tebal diberi merek dan nomor usaha sehingga usaha saya bisa masuk ke supermarket dan dijual keluar daerah. Keuntungan lain yang saya peroleh dalam acara temu mitra yang diadakan oleh Dinas saya bisa bertemu dengan Pengusaha-pengusaha sukses salah satunya yang memiliki usaha Kripik Balado yaitu Kristin Hakim. Pengalaman yang juga berharga yang saya dapat selama menjadi binaan dinas adalah memperoleh penghargaan bintang satu dalam rangka peringatan hari pangan se dunia pada bulan Desember 2008. (Fitra, Wawancara 06 Januari 2022).

2. Sosialisasi dan Penyuluhan Kemasan yang baik

Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dulunya memiliki program kerja yaitu Rumah Kemasan. Rumah kemasan ini diperuntukan untuk pelaku UMKM pada industri Pangan tentang bagaimana cara untuk membuat kemasan yang baik dan lebih menarik. Namun pada tahun 2019 program Rumah Kemasan ini diambil alih oleh Dinas Provinsi. Hal tersebut sama seperti yang disampaikan oleh Bapak Wanda.

” dinas dulu mempunyai program rumah kemasan, dimana rumah kemasan ini para pelaku dan kelompok UMKM pada industri pangan kami bina tentang bagaimana cara membuat kemasan yang bagus, namun program ini pada tahun 2019 pindah ke Provinsi. Walaupun sudah menjadi program provinsi, namun di Dinas Koperindag Kabupaten tetap mengadakan sosialisasi dan penyuluhan terhadap UMKM Pangan yang ada di Kabupaten Tanah Datar dengan cara memberitahukan cara pengemasan yang baik. Seperti kemasan yang digunakan harus yang tebal, di dalam kemasan harus ada merek dan nomor izin usaha serta adanya label

halal. Sehingga pelaku UMKM Pangan nantinya bisa meletakkan barang hasil produksinya di Supermarket dan semakin banyak diketahui oleh orang banyak (Wanda, Wawancara 16 Januari 2022). Kemasan yang baik nantinya akan membantu pelaku UMKM pada industri pangan untuk dapat memasarkan produknya di pasar yang lebih luas lagi, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

Jiwa kewirausahaan sangat penting dimiliki oleh setiap individu seorang pengusaha untuk dapat menjalankan usahanya. Oleh sebab itu pelatihan kewirausahaan dan sosialisasi tentang bagaimana kemasan yang baik untuk digunakan dalam kemasan industri pangan ini sudah seharusnya dilakukan dan sangat penting dilakukan.

c. Strategi Perlindungan

Strategi perlindungan ini merupakan sebuah program penciptaan iklim usaha yang kondusif. Tujuannya adalah untuk terwujudnya perubahan perilaku gerakan UMKM sesuai dengan peraturan yang berlaku. Sasaran yang dicapai ialah meningkatkan perubahan perilaku UMKM dalam berusaha untuk melaksanakan dan menaati peraturan yang berlaku sehingga nantinya dapat terjalin hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dengan pemerintah selaku pembina. Kegiatan dalam strategi perlindungan ini adalah sebagai berikut:

1. Fasilitas Pengembangan UMKM Pangan

Masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM Pangan saat ini adalah keterbatasan sarana dan prasarana. Hal ini dikarenakan kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu dan teknologi (IPTEK), sehingga hal tersebut menyebabkan pelaku

usaha dalam mengembangkan usahanya kurang berjalan dengan optimal.

Peran Dinas Koperindag dalam pengembangan dan peningkatan daya saing UMKM Pangan adalah memfasilitasi setiap kegiatan pengembangan dengan menjadi sebuah penghubung antara pelaku usaha dengan pihak yang dibutuhkan oleh pelaku usaha. Dengan kata lain Dinas Koperindag memberikan fasilitas yang berbentuk sarana dan prasarana yang digunakan untuk mendukung perkembangan usaha. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Bapak Wanda Aditya Hidayat selaku karyawan pada bidang industri Agro.

” kegiatan fasilitas disini terkhususnya UMKM Pangan tidak hanya berbentuk seperti uang, namun kami disini memberikan fasilitas untuk industri pangan berupa bantuan untuk membantu proses produksi suatu produk seperti contohnya peralatan. Kami juga memberikan fasilitas kepada pelaku UMKM Pangan untuk memberikan bantuan rekomendasi ke Dinas Kesehatan untuk dikeluarkannya PIRT (Produksi izin rumah tangga) serta membantu memberikan rekomendasi legalitas halal kepada para pelaku UMKM Pangan yang nantinya akan dikeluarkan oleh MUI. Dengan adanya bantuan untuk melakukan proses produksi hingga memberikan rekomendasi ke Dinas kesehatan mengenai perizinan usaha tentu hal ini dapat mengembangkan UMKM Pangan yang ada di Kabupaten Tanah Datar sehingga dapat berdaya saing yang tinggi” (Wanda Aditya Hidayat, Wawancara 05 Januari 2022)

Berdasarkan paparan di atas diketahui bahwa Dinas Koperindag dalam mengembangkan dan meningkatkan daya saing UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar tidak hanya memberikan bantuan melalui modal saja, namun juga memberikan

fasilitas kepada pelaku UMKM Pangan untuk memberikan rekomendasi untuk memperoleh produksi izin rumah tangga (PIRT) yang nantinya akan dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan. Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar juga memfasilitasi dengan memberikan rekomendasi halal untuk pelaku UMKM Pangan yang nantinya akan dikeluarkan oleh MUI. Dengan adanya PIRT dan keterangan halal sebuah produk, tentu UMKM Pangan dapat menarik hati pelanggan/masyarakat.

Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan dalam memfasilitasi Halal dan Hki memberikan persyaratan yang harus dilengkapi oleh pelaku UMKM pada industri Pangan.

a. Persyaratan Sertifikat Halal

- 1) Surat Permohonan dengan menggunakan Kop usaha
- 2) Fotokopi KTP
- 3) Fotokopi KTP penyelia halal
- 4) Biodata penyelia halal
- 5) Mengisi formulir pendaftaran
- 6) Surat izin usaha/ surat keterangan usaha
- 7) Surat penetapan penyelia halal
- 8) Nama dan jenis produk
- 9) Daftar nama produk dan bahan yang digunakan
- 10) Proses pengelolaan produk berupa alur proses produksi
- 11) Dokumentasi sistem jaminan halal (SJH)
- 12) Materai 10.000 sebanyak 2 buah

b. Persyaratan Sertifikat Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

1) CIPTA

- a) Permohonan direktur jenderal HKI melalui Direktur Hak Cipta, Desain Industri, Desain Tata Letak, Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang di Jakarta

- b) Surat pernyataan
 - c) Fotokopi KTP pencipta
 - d) Pas photo ukuran 4x6 sebanyak 2 buah dan 3x4 sebanyak 2 buah
 - e) Foto motif
 - f) Filosofi tentang motif
 - g) Materai 10.000
 - h) Fotokopi pemegang hak cipta
 - i) Mengisi blangko pengalihan hak cipta
- 2) Merek
- a) KTP (dalam bentuk PDF)
 - b) LOGO (dalam bentuk jpeg)
 - c) Tanda Tangan (dalam bentuk jpeg)
 - d) Surat Rekomendasi dari Dinas
 - e) Filosofi merek
 - f) Materai 10.000 sebanyak 2 buah

Kegiatan fasilitas pengembangan pada UMKM Pangan ini bertujuan untuk usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM dapat berjalan dengan optimal. Contohnya dengan pemberian modal dan memberikan fasilitas yang menunjang daya saing UMKM Pangan tentu pelaku UMKM dapat memproduksi dengan baik, menghasilkan produk yang berkualitas, dan mampu bersaing di tingkat pasar yang lebih luas. Memfasilitasi Halal dan Hki tentu juga akan membuat produk hasil produksi akan lebih menarik hati pelanggan dikarenakan produk yang akan mereka beli sudah jelas merek dan halalnya.

2. Kendala yang dihadapi oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Pangan/Makanan di Kabupaten Tanah Datar

Faktor penghambat merupakan suatu hal yang menyebabkan kegiatan yang sudah dijalankan menjadi tidak efektif. Sama halnya dengan kegiatan peningkatan daya saing UMKM Pangan yang mana terdapat beberapa yaitu diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Rendahnya Jiwa Kewirausahaan

Rendahnya jiwa kewirausahaan ini dikarenakan sebagian pelaku UMKM Pangan keterbatasan dalam segi pendidikan formal, pengetahuan, keterampilan serta keterbatasan dalam penggunaan teknologi dan keterbatasan modal. Hal ini tentu menyebabkan pelaku UMKM Pangan susah untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan secara maksimal. Hal lain seperti belum berani untuk mengambil inovasi-inovasi baru untuk produknya juga menjadi penyebab rendahnya jiwa kewirausahaan.

Rendahnya jiwa kewirausahaan tersebut tentu berdampak pada sulit berkembangnya usaha yang mereka jalankan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Ibu Multarida selaku Kasi Agro sebagai berikut:

” dari Dinas kami memfasilitasi terkhususnya pada UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar kami memberikan bantuan modal yang nantinya akan diberikan oleh bidang UMKM. Dan untuk bantuan peralatan yang berguna untuk membantu proses produksi seperti peralatan maka akan kami bantu dan diberikan oleh bidang industri. Kami selalu melakukan pelatihan-pelatihan untuk memberikan motivasi kepada pelaku UMKM Pangan supaya dapat berkembang dan

bisa meningkatkan daya saing nya, namun disayangkan tidak semua pelaku UMKM Pangan mau menjadi Binaan Dinas. (Mutarida, Wawancara 05 Januari 2022)

Kurang tumbuhnya jiwa kewirausahaan tentu nantinya akan berdampak pada perkembangan kreativitas yang dimiliki oleh para pelaku usaha. Oleh sebab itu Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar perlu mengadakan pelatihan-pelatihan tentang kewirausahaan, dan bagaimana cara mengelola pangan yang baik serta memberikan bantuan untuk pelaku usaha bisa memproduksi barang tersebut dengan baik.

b. Keterbatasan Anggaran

Tidak semua UMKM Pangan bisa ikut dalam kegiatan Dinas dikarenakan keterbatasan Anggaran yang ada terbatas sehingga hanya beberapa UMKM Pangan saja yang dapat ikut dalam kegiatan Dinas, namun untuk mengatasi hal tersebut Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar mengadakan kerja sama dengan pihak ke-3, salah satunya adalah kerja sama dengan dinas Provinsi Sumatera Barat. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Mutarida sebagai berikut:

”kendala lain yang kami hadapi adalah tidak semua UMKM Pangan yang ada di Kabupaten Tanah Datar dapat kami ikutkan dengan kegiatan dinas, hal ini dikarenakan keterbatasan anggaran yang kami punya. Namun untuk mengantisipasi hal tersebut kami melakukan kerja sama dengan pihak ke-3 yaitu Dinas Koperindag Provinsi sehingga kegiatan dan program yang kami jalankan bisa berjalan dengan optimal” (Mutarida, Wawancara 05 Januari 2022)

Melakukan kerjasama dengan pihak ke-3 diharapkan bisa membantu Dinas Koperindag dalam melaksanakan

programnya sehingga dapat berjalan dengan optimal. Sehingga para pelaku UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar dapat mengembangkan dan meningkatkan daya saing serta mampu memasuki pasar yang lebih luas lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi yang digunakan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar dalam peningkatan daya saing UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar adalah sebagai berikut:

1. Strategi Penguatan

Strategi penguatan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan dalam peningkatan daya saing UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar melalui kegiatan promosi produk dengan mengikutsertakan para pelaku UMKM Pangan di kegiatan pameran, bazar, pasar lelang dan festival budaya Minangkabau

2. Strategi Pemberdayaan

Strategi pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan dalam peningkatan daya saing UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar dilakukan dengan mengadakan pelatihan kewirausahaan bagi pelaku UMKM Pangan dengan tujuan dapat meningkatkan sumber daya manusia (SDM) sehingga menjadi tangguh dan memiliki jiwa wirausaha. Kedua, mengadakan sosialisasi dan penyuluhan tentang kemasan yang baik.

3. Strategi Perlindungan

Strategi Perlindungan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan dalam peningkatan daya saing UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar dilakukan dengan cara memfasilitasi sarana dan prasarana pengembangan dan peningkatan daya saing UMKM Pangan sehingga program ini dapat menciptakan iklim usaha yang

kondusif. Contoh sarana dan prasarana yang dilakukan oleh Dinas adalah memfasilitasi Halal dan Hki, memfasilitasi dan memberikan rekomendasi terhadap izin usaha dan memberikan bantuan peralatan untuk kegiatan industri pangan.

Kendala yang dihadapi oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan dalam peningkatan daya saing UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar adalah kurang tumbuhnya jiwa kewirausahaan serta keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh Dinas untuk melaksanakan program kerjanya, sehingga Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar harus melakukan kerja sama dengan pihak ketiga seperti Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Provinsi.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberi masukan saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMKM Pangan di Kabupaten Tanah Datar agar bisa memanfaatkan secara maksimal penyuluhan, pelatihan dan bantuan yang telah diberikan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar sehingga dapat mengembangkan dan meningkatkan daya saing usaha serta mampu menambah omzet pendapatan bagi pelaku UMKM Pangan.
2. Bagi Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar diharapkan lebih ditambahkan intensitas pelaksanaan pelatihan dan penyuluhan yang mengajarkan tentang kewirausahaan, sehingga kegiatan ini nantinya mampu meningkatkan jiwa kewirausahaan bagi pelaku UMKM Pangan yang ada di Kabupaten Tanah Datar

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, M. A. (2017). Strategi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Peningkatan Daya Saing UKM Di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Ilmu Pemerintahan & Ilmu Komunikasi Volume 2, No. 2*, 78.
- Ahmadi, R. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ru Media.
- Anoraga dan Sudantoko. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asri Delmayuni, Musa Hubeis, DKK. (2017). Strategi Peningkatan daya saing UMKM Pangan di Palembang. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan Vol.11 No. 1*, 96.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Management : Sustainable Competitive*. Jakarta: Rajawali Press.
- Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta.
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata Vol.2 No.2*, 61.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan Vol 1 no.2*, 161.
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Jaringan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen Vol XI No.2*, 7.
- Kadeni dan Srijani, N. (2020). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Equilibrium, Vol. 8 No. 2*, 195.
- Kara, M. (2013). Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan UMKM Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum Vol.47, No 1*, 272.
- Ling, A. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Deskriptif pada Rumah Makan Palem Sari Surabaya). *Agora Vol.1 No.1*, 1.

- Muslimin, K. (2013). Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum, Vol 47 No. 1*, 272.
- Narkubu, C. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurhayati dan Khodijah, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing UMKM Batik Tulis Di Kota Pasuruan. *Jurnal Ilmiah Edukasi & Sosial Volume 10, No. 1*, 17-21.
- Partomo, T. S. (2009). *Ekonomi Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pranadita. (2018). *Perumusan Strategi Perusahaan*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Primiana, I. (2012). *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, I. (2006). *Manajemen Strategi*. Bandung : Yrama Widya.
- Rifki, M. (2020). Analisis Daya Saing (Competitive Advantage). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis vol. 13 No. 1*, 2.
- Rizal, N. Y. (2021). Pandemi Covid-19 Mengakibatkan Melemahnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Wilayah Kenjeran, Kota Surabaya. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 153-154.
- Rusdiana, M. (2016). Strategi Dinas Koperasi ,UKM, Perindustrian, Perdagangan, ESDM Kabupaten Sidoarjo untuk Meningkatkan Daya Saing UKM Batik pada UKM Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo. *Kebijakan dan Manajemen Publik Vol,4 No.1*, 2.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama.
- Singgih, M. N. (2007). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi Vol.3 No.3*, 8.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Bilancia Vol. 11 No. 1*, 47.
- Solihin, I. (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* . Bandung : Alfabeta.
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Wardani, R. S. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* , 9.
- Watrianthos, Sutrisno & DKK. (2020). *Kewirausahaan dan strategi bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Wibowo, D. H. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM . *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.29 NO. 1*, 60.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.

LAMPIRAN

A. Gambar Dokumentasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221, 71890 Fax. (0752) 71879
Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : info@iainbatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : B- 1093.b /In.27/F.IV.1/PP.00.9/12/2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan ini menugaskan Saudara:

Nama Dosen / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Khairulis Shobirin, SE., MM	Penata Muda Tk. I, III/b	Asisten Ahli	Pembimbing

sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas nama :

Nama : Shinta Mailani
NIM : 1830402101
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Proposal : *Strategi Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pangan /Makanan di Kabupaten Tanah Datar*

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 30 Desember 2021
a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

Dr. Nofrivul, S.E., M.M.



**PEMERINTAH KABUPATEN TANAH DATAR
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
(KESBANGPOL)**

Jln. Raya Batusangkar – Bukittinggi Simpang Asrama Jorong Simpuruik Kec. Sungai Tarab

SURAT KETERANGAN/REKOMENDASI

Nomor : 070/802/KESBANGPOL/2021

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor : 03 Tahun 2018 tanggal 11 Januari 2018 dari perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor : 07 Tahun 2014 tanggal 21 Januari 2014 Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor : 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, surat Ketua LPPM IAIN Batusangkar Nomor : B-1086/In.27/LI/TL.00/12/2021 Tanggal 22 Desember 2021 perihal Mohon Penerbitan Surat Izin Penelitian, setelah dipelajari dengan ini kami atas nama Pemerintah Kabupaten Tanah Datar menyatakan tidak keberatan atas maksud Izin Penelitian dengan lokasi di Kabupaten Tanah Datar yang akan dilakukan oleh :

Nama : **SHINTA MAILANI**
Tempat/Tgl. Lahir : Batusangkar, 24 Mei 2000
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Jorong Kampung Baru Nagari Baringin Kecamatan Lima Kaum
Kartu Identitas : NIK. 1304046405000001
Maksud dan Obyek : Izin Penelitian
Judul : **"STRATEGI DINAS KOPERASI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN (DISKOPERINDAG) DALAM PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PANGAN/MAKANAN DI KABUPATEN TANAH DATAR"**
Lokasi Penelitian : Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar
Waktu : 23 Desember 2021 s.d 23 Februari 2022
Anggota : -

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Kegiatan Izin Penelitian tidak boleh menyimpang dari maksud dan obyek sebagaimana tersebut di atas.
2. Memberitahukan kedatangan serta maksud Izin Penelitian yang akan dilaksanakan dengan menunjukkan surat-surat keterangan yang berhubungan dengan itu kepada Pemerintah setempat dan melaporkan kembali waktu akan berangkat.
3. Dalam melaksanakan Izin Penelitian agar dapat berkoordinasi dengan instansi terkait.
4. Mematuhi semua peraturan yang berlaku dan menghormati adat - istiadat serta kebiasaan masyarakat setempat.
5. Bila terjadi penyimpangan/pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan tersebut diatas maka Surat Keterangan/Rekomendasi ini akan **DICABUT** kembali.
6. Surat Keterangan/Rekomendasi ini diberikan/berlaku mulai 23 Desember 2021 s.d 23 Februari 2022.
7. Melaporkan hasil Izin Penelitian kepada Bupati Tanah Datar Cq. Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Tanah Datar.

Demikian surat keterangan/ rekomendasi ini dikeluarkan untuk dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 23 Desember 2021
An. **KEPALA KANTOR KESBANGPOL
KABUPATEN TANAH DATAR
KASUBAG TATA USAHA,**



Tembusan Yth. :

1. Bupati Tanah Datar (sebagai laporan)
2. Dandim 0307 Tanah Datar di Batusangkar.
3. Kapolres Tanah Datar di Batusangkar.
4. Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar di Batusangkar.
5. Ketua LPPM IAIN Batusangkar di Batusangkar.
6. Yang bersangkutan...



PEMERINTAH KABUPATEN TANAH DATAR
DINAS KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH, PERINDUSTRIAN
DAN PERDAGANGAN (KOPERINDAG)
Jln. M. Yamin, SH Telp. (0752) 71039 – Fax (0752) 71147 Batusangkar 27281

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800 /01.35/ KOPERINDAG-TD/2022

Menindaklanjuti Surat Keterangan/ Rekomendasi Kepala Kantor Kesbangpol Kabupaten Tanah Datar Nomor : 070/802/KESBANGPOL/2021 tanggal 23 Desember 2021, Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar dengan ini menerangkan bahwa, mahasiswi yang tertera di bawah ini :

Nama : **SHINTA MAILANI**
Nik : 1304046405000001
Tempat/Tgl Lahir : Batusangkar, 24 Mei 2000
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul Penelitian : **"STRATEGI DINAS KOPERASI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN (DISKOPERINDAG) DALAM PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PANGAN/MAKANAN DI KABUPATEN TANAH DATAR"**
Lokasi Penelitian : Dinas Koperindag Tanah Datar

Dengan ini menyatakan bahwa, Mahasiswa yang tersebut di atas benar telah melakukan kegiatan riset/penelitian kepada Bidang Perindustrian di Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar mulai 23 Desember s/d 23 Februari 2022

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 19 Januari 2022
a.n Kepala Dinas Koperindag
Kabupaten Tanah Datar

Sekretaris

LOLA NASUTION,SH
NIP. 19800418 200212 2 003

REKAPITULASI POTENSI INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH
KABUPATEN TANAH DATAR
TAHUN 2020

NO	JENIS INDUSTRI	UNIT USAHA (UU)			TENAGA KERJA (ORANG)			NILAI INVESTASI (Rp. 000)			NILAI PRODUKSI (Rp. 000)			NILAI BAHAN BAKU (Rp. 000)			KAPASITAS PRODUKSI (SATUAN)		
		FORMAL	NON FORMAL	JUMLAH	FORMAL	NON FORMAL	JUMLAH	FORMAL	NON FORMAL	JUMLAH	FORMAL	NON FORMAL	JUMLAH	FORMAL	NON FORMAL	JUMLAH	FORMAL	NON FORMAL	JUMLAH
1	INDUSTRI PANGAN	221	1.915	1.734	321	4.990	5.917	71.934.724	33.229.713	120.014.438	424.492.184	194.895.829	623.424.126	32.224.429	152.243.365	282.191.702	12.792.246	28.707.228	41.502.922
2	INDUSTRI SANDANG DAN KULTUR	20	726	754	152	1.376	1.528	8.195.108	18.144.583	24.442.638	35.998.428	122.929.319	218.411.428	1.454.918	22.416.542	21.871.156	54.870	81.477	138.265
3	INDUSTRI KERAJINAN	5	200	205	21	312	334	127.690	1.747.385	1.874.975	311.425	4.438.100	4.747.825	47.202	1.228.828	1.278.241	7.104	288.881	306.985
4	INDUSTRI KIMIA DAN BAHAN BANGUNAN	71	70	146	381	217	476	30.715.438	2.078.222	32.793.660	15.476.278	13.815.424	34.292.702	2.734.154	8.235.008	10.967.162	346.000	8.001.174	8.402.234
5	INDUSTRI LOGAM, MESIN & ELEKTRONIKA	6	48	56	33	104	117	327.222	1.071.112	1.398.334	694.626	901.171	1.600.899	224.022	5.823.381	6.047.289	30.041	91.078	121.119
	JUMLAH	328	2.967	3.022	1.388	6.808	7.964	112.731.215	54.239.822	167.071.047	535.948.679	316.722.851	832.872.857	37.644.525	218.043.233	219.897.736	13.243.222	34.338.646	47.582.578

Mengabdi
Kabd Perindustrian
Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah
WINDA ANAS, SE
NIP. 197103012003122007

Satunggah, Januari 2021

PTK
YURAN, S.Soc
NIP. 19710322007011014

B. Dokumentasi Wawancara



