

ABSTRAK

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

Kata kunci: Strategi, Dinas Perdagangan Dan Koperasi, UMKM, Pengembangan Produk

ABSTRACT

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

Keywords: *strategy, Department of Trade and Cooperatives, MSMEs, product development*