

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

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

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

Menurut Afiffuddin, (2010:180) Dalam Riyanti menyebutkan bahwa peran usaha kecil terus berkembang menjadi UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan organisasi masyarakat yang melihat potensi sumber daya manusia dan alam sebagai usaha baru yang

dapat meningkatkan perekonomian mereka sendiri maupun perekonomian Indonesia secara keseluruhan. Dengan menciptakan lapangan kerja dan mengurangi kemiskinan, pemberdayaan UMKM merupakan langkah yang tepat untuk pemererat dan meningkatkan ikatan ekonomi yang mengikat sebagian besar masyarakat Indonesia.

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

**Tabel 1.1**  
**Jumlah pelaku UMKM di Kota Lhokseumawe Tahun 2021**

No	Jenis Usaha	Kriteria UMKM			Jumlah
		Mikro	Kecil	Menengah	
1	Sektor Perdagangan	1.985	275	47	2.307
2	Sektor Pertanian	91	1	0	92
3	Sektor Pertambangan	0	0	0	0
4	Sektor Industri	3.187	43	1	3.231
5	Sektor Perikanan	27	7	0	34
6	Sektor Transportasi	1	23	12	36
7	Sektor Peternakan	39	0	0	30
<b>Jumlah</b>		<b>5.330</b>	<b>349</b>	<b>60</b>	<b>5.739</b>

**Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Lhokseumawe (2021)**

Berdasarkan tabel di atas, tercatat sebanyak 5.739 UMKM di Kota Lhokseumawe yang terdaftar di Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kota Lhokseumawe pada tahun 2021. UMKM tersebut terbagi dalam tujuh sektor usaha, yaitu perdagangan, pertanian, pertambangan, perindustrian, perikanan, pengangkutan, dan peternakan.

Salah satu UMKM yang melakukan pengembangan produk di Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe adalah "Ida Busana". UMKM ini awalnya fokus pada produk baju tradisional Aceh (Pintoe Aceh), namun kemudian mengembangkan inovasi produk untuk menarik pelanggan baru. Mereka meluncurkan variasi baru seperti "Pucoek Reubong" dan beberapa model lainnya, menggabungkan tradisional dan modern. Dengan menggunakan bahan lokal berkualitas, Ida Busana berusaha mendukung penjahit dan produsen lokal.

**Gambar 1.1**  
**Observasi Awal**



Pengembangan produk ini telah memberikan dampak positif pada UMKM tersebut. Pelanggan lokal merespons positif terhadap variasi model baru,

meningkatkan penjualan dan kehadiran pelanggan di toko. Selain itu, Ida Busana juga berhasil menarik perhatian wisatawan yang mencari oleh-oleh lokal yang autentik. Melalui langkah-langkah ini, UMKM ini tidak hanya mengembangkan produknya tetapi juga mendukung ekonomi lokal. Inisiatif seperti ini menjadi contoh inspiratif bagi UMKM lain di Lhokseumawe untuk terus berinovasi dalam menghadapi perubahan tren dan preferensi konsumen.

Peran pemerintah sendiri dalam upaya pengembangan UMKM guna mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional, juga telah diatur dalam UU No. 20 tahun 2008, pasal 7, ayat (1) yang berbunyi “Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan iklim usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek Pendanaan, Sarana dan Prasarana, Informasi Usaha, Kemitraan, Perizinan Usaha, Kesempatan Berusaha, Promosi Dagang serta Dukungan Kelembagaan, sangatlah diperlukan bagi para pelaku usaha itu sendiri”.

Pemerintah Kota Lhokseumawe berwenang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan, koperasi, usaha mikro, dan perindustrian melalui Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro Kota Lhokseumawe yang merupakan organisasi atau lembaga pemerintah daerah. Tidak hanya di Kota Lhokseumawe, tetapi di seluruh wilayah Indonesia. Pembentukan lembaga ini juga diyakini dapat membantu para pelaku UMKM mengatasi berbagai tantangan internal dan eksternal. Untuk mengoptimalkan pertumbuhan dan perkembangan UMKM demi perluasan perekonomian Indonesia, pemerintah harus berinisiatif untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut dan menerapkan berbagai peraturan yang berkaitan dengan terciptanya iklim usaha yang kondusif.

Pemerintah Kota Lhokseumawe meresmikan UMKM Center dan mempermudah sertifikasi halal. Bagi pelaku UMKM, UMKM Center Lhokseumawe akan menjadi hub komunikasi dan dukungan. Center ini akan memberikan dukungan yang dibutuhkan oleh UMKM dan akan terhubung secara digital dengan Aplikasi SIPINTER untuk memudahkan masyarakat di daerah tersebut memperoleh informasi tentang UMKM. Acara ini juga dimeriahkan dengan pelantikan pengurus UMKM Lhokseumawe yang merupakan wujud nyata dedikasi dalam perencanaan dan pengarahan UMKM secara efektif.

Dilansir dari RRI.co.id berita yang dikeluarkan pada tanggal 10 Oktober 2023, Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi (Disperindagkop) Rizal mengumumkan program pelatihan digital marketing kepada UMKM mengatakan. "Pelatihan ini adalah program peningkatan kapasitas pelaku UMKM yang dipercaya oleh pemerintah pusat," kata Rizal. "Jumlah peserta 50 orang yang terdiri dari 25 orang pada pelatihan wirausaha pemula berlangsung selama 4 hari, dan 25 orang pelatihan digital marketing yang berlangsung selama 5 hari".

Dalam rangka meningkatkan kualitas produk UMKM sendiri, Dinas Perdagangan dan Koperasi Kota Lhokseumawe selama ini telah melaksanakan strategi sebagai berikut: Pelatihan terbuka bagi seluruh pelaku UMKM, meliputi pelatihan desain kemasan, diversifikasi produk, dan layanan pengurusan legalitas produk (produk halal), Fasilitasi dan Pendampingan Permodalan melalui BPR, serta penyediaan sarana market place yang dapat diakses oleh seluruh pelaku usaha di Kota Lhokseumawe. Dinas berharap banyak pelaku UMKM yang mau memanfaatkannya sebagai media penjualan digital, yang tentunya dapat menjangkau pasar yang lebih luas. (Yoyok Tulus Subagyo,2021).

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada Dinas Perdagangan dan Koperasi Kota Lhokseumawe diperoleh data UMKM di Kota Lhokseumawe Kecamatan Muara Satu Pada tabel dibawah ini.

Peneliti melakukan wawancara dengan lima pelaku UMKM yang memiliki produk sejenis di Kecamatan Muara Satu setelah mendapatkan data UMKM. Kemudian peneliti menemukan sejumlah permasalahan yang muncul akibat berbagai program yang telah diupayakan Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro Kota Lhokseumawe dalam rangka pengembangan UMKM sebagaimana diuraikan di atas. Namun dalam praktiknya, program tersebut masih belum berjalan efektif dan belum mampu menjangkau pelaku UMKM di Kota Lhokseumawe, Kecamatan Muara Satu secara keseluruhan.

Rendahnya kualitas sumber daya manusia yang digunakan oleh para pelaku usaha dalam mengelola perusahaannya, ketidakmampuan UMKM dalam bersaing di pasar akibat kurangnya diversifikasi dan inovasi produk, kemasan yang kurang menarik, atau legalitas produk itu sendiri yang tidak memenuhi standar dan kurang diminati konsumen, serta minimnya akses permodalan para pelaku UMKM serta ketidaktahuan terhadap teknologi digital yang sejatinya dapat menjangkau pasarnya secara lebih luas, merupakan beberapa penyebab menurunnya produktivitas para pelaku usaha tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin melihat bagaimana strategi yang diterapkan oleh Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kota Lhokseumawe dalam upaya untuk mengembangkan kualitas produk usaha mikro khususnya di Kota Lhokseumawe.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Dinas Perdagangan dan koperasi dalam mengembangkan produk pelaku UMKM di Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe?
2. Bagaimana dampak dari penerapan strategi Dinas Perdagangan dan koperasi dalam mengembangkan produk pelaku UMKM di Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe?

## **1.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka fokus penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Dinas Perdagangan dan koperasi dalam mengembangkan produk pelaku UMKM di Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe?
2. Bagaimana dampak dari penerapan strategi Dinas Perdagangan dan koperasi dalam mengembangkan produk pelaku UMKM di Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi Dinas Perdagangan dan koperasi dalam mengembangkan produk pelaku UMKM di Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana dampak dari penerapan strategi Dinas Perdagangan dan koperasi dalam mengembangkan produk pelaku UMKM di Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat secara teoritik
  - a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam dunia bisnis, khususnya Tentang Strategi Pengembangan Kualitas Produk.
  - b) Sebagai landasan untuk mengembangkan penelitian yang lebih luas lagi Analisis Strategi Pengembangan Kualitas Produk.
2. Manfaat secara praktis
  - a) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi Dinas Perdagangan dan Koperasi
  - b) Sebagai bahan masukan kelak agar dapat mengoptimalkan pembentukan Strategi Pengembangan Kualitas Produk