

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki banyak potensi UMKM. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) pada tahun 2018, terdapat sekitar 64,2 juta pelaku UMKM atau sekitar 99,99% dari total jumlah pelaku usaha di Indonesia. UMKM juga menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau sekitar 97% dari total tenaga kerja di sektor usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 61,1%, sementara pelaku usaha besar hanya menyumbang 38,9% dan jumlahnya hanya sekitar 0,01% dari total jumlah pelaku usaha (Kemenkeu, 2018). Namun, meskipun memiliki peran penting dalam perekonomian, UMKM masih menghadapi banyak tantangan dalam mengembangkan bisnisnya, di antaranya adalah masalah dalam memasarkan produknya.

Dalam Undang-Undang Negara Republik Indonesia, pemerintah daerah memiliki kewenangan untuk mengatur urusan pemerintahan mereka sendiri dengan prinsip otonomi daerah. Selain itu, pemerintah juga diharapkan mampu memajukan potensi daerah dan meningkatkan daya saing melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM ini dapat membantu membangun perekonomian nasional melalui partisipasi pelaku ekonomi yang memanfaatkan potensi yang ada, dengan prinsip keadilan untuk semua pihak yang terlibat.

Dalam era globalisasi dan persaingan yang ketat, UMKM harus menghadapi tantangan yang lebih besar, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas area pemasaran. Tindakan ini diperlukan untuk meningkatkan nilai tambah UMKM agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang semakin banyak membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM merupakan sektor ekonomi yang dapat menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia.

Strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan platform digital yaitu melakukan riset target pasar, produk yang dibutuhkan konsumen, membuat desain kemasan menarik, memberikan pelayanan yang baik, memperbanyak *networking* dan kerja sama, konsisten dalam penerapan strategi dan membangun loyalitas pelanggan. Menurut Patrick (2018) menyatakan untuk membuat umkm kamu semakin berkembang, ada 5 strategi pemasaran yang efektif yang bisa kamu lakukan: ciptakan produk yang unik, buat tujuan iklan yang jelas, lakukan online marketing, buat promo menarik dan konsisten.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Sedangkan Menurut UU No. 20 tahun 2008, pengertian UMKM adalah usaha kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau sekelompok orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Dinas Koperasi merupakan perangkat wilayah yang mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan bidang koperasi dan usaha kecil meliputi izin usaha simpan pinjam, pemberdayaan dan pengembangan usaha kecil. Saat ini, Dinas Koperasi

dan UMKM Medan tengah merencanakan agar UMKM di Medan mendapat prioritas untuk dipromosikan melalui media *online*. Hal ini dilakukan agar produk UMKM bisa terbantu pasca pandemi.

Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan juga telah mempermudah syarat pendaftaran untuk menjadi UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Medan. Pelaku UMKM tidak perlu lagi datang ke kantor dinas. Sejak Januari 2022, Dinas Koperasi dan UMKM Medan sudah membuka website tersendiri Dinas Koperasi dan UMKM Medan. Pelaku UMKM cukup mendatangi kepling ke kelurahan, kecamatan, lalu ke Dinas Koperasi dan UMKM. Untuk promosi, Dinas Koperasi dan UMKM Medan selama ini telah melakukan promosi UMKM dengan berbagai cara, baik melalui media, maupun mengikutsertakan pelaku UMKM dalam berbagai bazar.

Saat ini, sudah ada beberapa jenis produk unggulan UMKM Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan yang senantiasa meramaikan tiap kegiatan bazar yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan. Beberapa produk unggulan UMKM tersebut adalah:

Tabel 1.1
UMKM Unggulan Dinas Koperasi dan UMKM Medan

No.	Merek Dagang	Jenis Produk
1.	Krimpiz	Keripik Tempe
2.	Kriken	Keripik Kentang Balado
3.	Nauli Ecoprint	Kerajinan tangan berupa tas, dompet, pakaian bermotif daun alami
4.	Lamyham	Songket dan ulos
5.	Galeri Tenun Simanjuntak	Tas dan songket
6.	One Seven Craft	Gelang dan bros
7.	Sambal 75	Sambal andaliman, sereh, dan kincung
8.	Sabina	Tas motif ulos
9.	Gula Aren Puri	Gula aren cair
10.	Nom Nom	Keripik Bawang

11.	Teri Bajak	Ikan teri sambal khas Medan
12.	Sambal Nyonya	Keripik pedas
13.	Dapur Zayn	Roti cane instan
14.	Deminara	Bandrek rempah alami
15.	Sari Jangek	Kerupuk jangek kulit
16.	Maharani Collection	Pakaian bermotif khas batik Medan
17.	Irgie Kaligrafi	Kaligrafi, lukisan, hantaran
18.	Bika Ambon Zulaikha	Oleh-oleh kue bika Ambon khas Sumatera Utara
19.	Madam's Cookies	Cemilan dan kukis
20.	Medan Uis Nipes	Kain tradisional Karo

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Medan (2023)

Dari tabel diatas diketahui ada beberapa produk UMKM Unggulan Dinas Koperasi dan UMKM Medan sebanyak 20 jenis produk serta mereknya ditahun 2023. Dalam menjalankan usahanya, UMKM juga harus memperhatikan persaingan yang semakin ketat dan dinamis. Persaingan yang ketat dapat memicu UMKM untuk menurunkan harga produk, namun hal ini juga dapat berdampak pada menurunnya kualitas produk dan keuntungan usaha. Oleh karena itu, UMKM perlu menemukan strategi pemasaran yang tepat untuk memperkuat daya saing dan mempertahankan keuntungan usaha.

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kemasan yang baik adalah kemasan yang dapat melindungi produk nya dari pengaruh lingkungan sekitar dan ketika proses distribusi. Selain melindungi produk nya, kemasan juga memiliki fungsi sebagai sarana dalam pemasaran karena melalui kemasan dapat menarik daya pikat konsumen terhadap suatu produk. Biasanya sebelum membeli, konsumen akan memilih produk yang memiliki nilai yang tinggi. Ketika produk yang di produksi memiliki nilai yang

tinggi, maka konsumen akan dengan cepat memiliki daya tarik terhadap suatu produk tersebut

Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan mempunyai tugas pokok menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Medan. Kota Medan merupakan salah satu kota yang memiliki potensi UMKM yang besar. Namun, UMKM di Kota Medan masih menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk-produknya, terutama produk-produk unggulannya. Oleh karena itu, pemerintah setempat melalui Dinas Koperasi dan UMKM perlu merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam penjualan produk-produk UMKM unggulan untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar.

Dalam sektor ekonomi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki keunikan yang membedakannya dari jenis usaha lainnya. Yang pertama adalah jenis produk yang tidak ditetapkan, sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Kedua, lokasi usaha UMKM dapat diubah sesuai kebutuhan. Namun, UMKM biasanya tidak memiliki implementasi administrasi yang detail seperti industri besar. Meskipun demikian, UMKM memiliki ciri khas dengan jumlah orang yang sedikit dan pengelolaannya yang relatif mudah. Selain itu, usaha yang dijalankan biasanya belum memiliki izin usaha serta NPWP dan legalitas. Dalam segi administrasi, UMKM masih belum memiliki sistem yang lengkap dan segi keuangan juga belum dibedakan mana yang pribadi dan mana yang usaha. Lokasi usaha masih di daerah rumah dan kurang strategis. Manajemen masih dilakukan secara sederhana dan pegawai atau karyawan yang dimiliki masih sedikit mungkin 5 sampai 10 orang. Belum masuk dalam impor dan ekspor walaupun ada, masih

sangat sedikit. Usaha yang dilakukan masih dalam cakupan yang kecil.

Saat ini sudah ada 90.000 UMKM yang tercatat oleh Dinas Koperasi dan UMKM Medan, angka ini didapat dari pendataan yang dilakukan oleh Kemenkop. Jumlah UMKM ini dinilai meningkat dari tahun-tahun sebelumnya (Tabel 1.2).

Tabel 1.2
Jumlah UMKM di Medan

Jumlah UMKM di Medan tahun 2021 – 2022		
2021	2022	2023
1.603	27.753	90.000

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan
Tahun 2023

Dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa jumlah UMKM di Kota Medan pada tahun 2021 sebanyak 1.603 pelaku usaha. Pada tahun 2022 terdapat 27.753 pelaku usaha dan pada tahun 2023 terdapat 90. 000 pelaku usaha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM setiap tahunnya terjadi kenaikan atau jumlah pelaku usaha meningkat.

Permasalahan UMKM yang paling sering ditemui di Dinas Koperasi dan Umkm Medan adalah modal yang terbatas, permasalahan terkait urusan perizinan, rendahnya kesadaran untuk membayar pajak, kurangnya inovasi dan banyaknya pelaku UMKM yang masih kurang paham memanfaatkan teknologi. Pemerintah perlu memberikan perhatian lebih pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berperan penting sebagai penopang ekonomi rakyat kecil, dengan bekerja sama dengan Dinas Koperasi yang diatur oleh Kementerian Koperasi dan UMKM. Menurut Panjaitan (2019) mengatakan pengembangan UMKM di Kota Medan masih menghadapi beberapa kendala seperti permodalan, pemasaran, penggunaan teknologi, kemampuan sumber daya manusia dan

perizinan usaha. Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan daya saing UMKM dan membantu meningkatkan penjualan produk-produk UMKM unggulan.

Namun, peran pemerintah dalam menjalankan tugas dan fungsi penting dalam memfasilitasi pertumbuhan UMKM diperlukan. UMKM memainkan peran strategis dalam membangun ekonomi nasional, dan juga membantu menyerap tenaga kerja serta mendistribusikan hasil pembangunan untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga. Perkembangan teknologi memberikan solusi baru bagi pelaku UMKM dalam mendapatkan modal tambahan. Sebut saja kehadiran teknologi finansial (fintech) melalui sistem urunan dana atau yang dikenal dengan istilah crowdfunding. Cara pendanaan baru ini menjadi tantangan bagi pelaku UMKM dalam meyakinkan khalayak umum untuk mendanai usaha mereka.

Untuk mengatasi tantangan dalam pengembangan UMKM, dibutuhkan pembinaan melalui strategi pemasaran yang diadopsi oleh Dinas Koperasi dan UMKM Medan. Langkah ini diharapkan dapat mempengaruhi pertumbuhan UMKM di Medan secara positif. Melalui strategi pemasaran yang tepat, Dinas Koperasi dan UMKM Medan dapat membantu menciptakan citra positif dari masyarakat terhadap UMKM di Medan.

Berdasarkan uraian di atas maka perlu adanya penelitian tentang **“Pengaruh Strategi Pemasaran UMKM Unggulan dan Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian Di Dinas Koperasi dan UMKM Medan”** untuk mendapatkan hasil penelitian dan juga saran untuk Dinas Koperasi dan UMKM Medan.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam konteks masalah yang dijelaskan di atas, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran Dinas Koperasi dan UMKM Medan terhadap keputusan pembelian produk UMKM?
2. Bagaimana pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian di Dinas Koperasi dan UMKM Medan?
3. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran dan kualitas produk UMKM terhadap keputusan pembelian di Dinas Koperasi dan UMKM Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran Dinas Koperasi dan UMKM Medan terhadap keputusan pembelian produk UMKM.
2. Untuk mengetahui kualitas produk UMKM di Dinas Koperasi dan UMKM Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dan kualitas produk UMKM terhadap keputusan pembelian di Dinas Koperasi dan UMKM Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terlibat, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai strategi pemasaran UMKM dan teori yang terkait.
2. Bagi pihak akademik, diharapkan dapat menambah referensi dan menyajikan informasi mengenai strategi pemasaran UMKM.
3. Bagi pelaku usaha, diharapkan dapat menjadi solusi, motivasi, dan inovasi dalam mengembangkan usaha, serta mampu bersaing secara sehat dengan memperkuat produk unggulan, memanfaatkan peluang, dan mengikuti perkembangan teknologi dan informasi dalam mengembangkan dan memasarkan produk melalui media online.
4. Bagi Dinas Koperasi dan UMKM Medan, diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan dan kendala yang dialami oleh pelaku UMKM di Medan, mulai dari permodalan, pemasaran, informasi perkembangan, teknologi, hingga pasar.

