



Strategi Inovatif Dinas Koperasi Dan UKM Untuk Mendorong Pertumbuhan Dan Keberlanjutan UMKM Di Kota Batam

¹Bagaskara Sagita Wijaya, ²Feni Fitriani Putri Rozi, ³Siti Aminah Caniago

¹Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya

²Program Magister Akutansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada

³Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Correspondance Author: bagaskaarasagitawijaya@fisip.unsri.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Sejarah Artikel

Diterima Redaksi: 5 Juni 2023

Revisi Akhir: 3 Juli 2023

Diterbitkan Online: 30 September 2023

KEYWORDS

Government; Poverty; Strategy

KORESPONDENSI:

bagaskaarasagitawijaya@fisip.unsri.ac.id

A B S T R A C T

This study intends to assess the creative techniques used by the Office of Cooperatives and SMEs to promote the expansion and sustainability of SMEs in this context. Case studies and descriptive analysis are the research methods used. Data collection was carried out through interviews with the Office of Cooperatives and SMEs as well as examining documents related to established policies and programs. The study findings show that the Office of Cooperatives and SMEs has implemented a number of cutting-edge methods to help SMEs in the digital era. Developing local e-commerce platforms, providing digital financing, training and educating MSME owners in the use of technology, and promoting and marketing MSMEs using social media and online platforms are just a few of the creative solutions found. The Office of Cooperatives and SMEs is also working with research institutes and banking institutions to create cost-effective technology solutions for MSMEs. The electronic age. To ensure the relevance and sustainability of the applied creative tactics, it is suggested that future research incorporates additional stakeholders, such as MSMEs and educational institutions, in the process of policy making and program implementation.

Pendahuluan

Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) dan sektor koperasi merupakan kontributor yang signifikan terhadap ekonomi regional dan global. Bersama-sama, UMKM berkontribusi secara signifikan terhadap perluasan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemberantasan kemiskinan. Di sisi lain, lanskap korporasi telah mengalami transformasi signifikan akibat dinamika perubahan era digital. Platform online dan teknologi digital telah memberikan peluang dan kesulitan baru bagi UMKM. Di Indonesia, industri digital

berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Situasi UMKM di Kota Batam juga terkena imbasnya. (Sari dkk, 2022). Provinsi Kepulauan Riau Indonesia termasuk kota Kota Batam. Keadaan UMKM di Batam sangat terpengaruh dengan hadirnya era digital sebagai salah satu kota strategis dalam perdagangan dan industri. Platform media sosial dan ecommerce telah memungkinkan UMKM untuk mengakses audiens yang lebih luas dan mempromosikan produk mereka lebih luas secara online. Aksesibilitas infrastruktur digital Batam cukup baik. UMKM dapat terhubung dengan pasar

internasional dan memanfaatkan peluang digital karena akses internet yang luas dan terjangkau. Selain itu, terdapat banyak coworking space, inkubator bisnis teknologi, dan potensi wisata yang cukup besar, khususnya wisata budaya, gastronomi, dan belanja, yang semuanya dapat membantu UMKM mengembangkan ide kreatifnya. UMKM di industri ini dapat menggunakan platform online untuk memasarkan barang dan jasanya kepada wisatawan domestik dan mancanegara di era digital.

Selain itu, Batam adalah zona perdagangan bebas, memberikan kesempatan kepada UMKM untuk berpartisipasi dalam perdagangan dunia melalui jalur online. Meski memiliki potensi yang sangat besar, transformasi digital bagi UMKM di Kota Batam masih menghadapi sejumlah kesulitan. Beberapa UMKM mungkin masih belum memiliki pengetahuan digital yang diperlukan untuk menggunakan teknologi secara efisien. Untuk memastikan keberhasilan UMKM di era digital, isu krusial tambahan yang harus diperhatikan antara lain kebutuhan pendanaan, pemerataan aksesibilitas infrastruktur digital, dan keamanan digital.

Perkembangan UMKM di era digital membutuhkan dukungan yang signifikan dari pemerintah daerah khususnya Dinas Koperasi dan UKM Kota Batam. Pemerintah dapat mempromosikan transformasi digital UMKM dengan menawarkan pendidikan dan pelatihan tentang teknologi digital, mempromosikan kemitraan antara UMKM dan perusahaan teknologi, dan mengembangkan kebijakan yang mendukung inisiatif ini. Dalam rangka memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saingnya, UMKM harus mampu mengatasi tantangan dan menangkap peluang. Meskipun Dinas Koperasi dan UKM berperan penting dalam mendukung perluasan dan keberlangsungan UMKM, sedikit yang diketahui tentang pendekatan kreatif yang dilakukan organisasi untuk mengatasi hambatan era digital.

Dengan menelaah taktik kreatif yang digunakan Dinas Koperasi dan UKM untuk mendukung UKM di era digital, penelitian ini berupaya menutup kesenjangan pengetahuan tersebut. Hasil kajian ini akan bermanfaat bagi pembuat kebijakan, praktisi, dan pemilik UMKM dalam memahami pentingnya strategi kreatif yang dapat dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM untuk mendukung perluasan dan keberlangsungan UMKM dalam menghadapi perubahan digital yang cepat.

Temuan penelitian ini juga dapat menjadi landasan untuk membuat kebijakan dan inisiatif yang akan mendukung UMKM di masa mendatang dengan lebih sukses. Dalam rangka memajukan sektor UMKM, mendorong daya saing ekonomi lokal, serta mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, penelitian ini akan meningkatkan peran Dinas Koperasi dan UKM secara signifikan dalam mewujudkannya

Kajian Teori

Strategi adalah metode untuk mengatur pemikiran dan melakukan tugas yang harus diselesaikan dalam kerangka waktu tertentu untuk mencapai hasil yang diinginkan. Banyak keputusan dan uang digunakan untuk strategi. Secara khusus, strategi adalah teknik yang digunakan oleh para pemimpin dalam bisnis untuk mencapai tujuan jangka panjang dan didasarkan pada apa yang diinginkan pelanggan di masa depan. Memanfaatkan konfigurasi sumber daya jangka panjang untuk memenuhi permintaan pasar dan mengambil pandangan kemungkinan dan tantangan tingkat perusahaan juga merupakan bagian dari strategi. Strategi yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuannya (Arianto & Contemporary, 2007).

Ketika mengembangkan strategi yang efektif, sangat penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan elemen internal dan eksternal, seperti sumber daya yang tersedia, pasar, peluang, dan ancaman. Strategi berfungsi sebagai peta jalan untuk membuat pilihan dan mengalokasikan sumber daya untuk mencapai

tujuan jangka panjang. Upaya organisasi untuk bersaing dan menyesuaikan diri dengan perubahan dalam lingkungan bisnis memberikan prioritas pada strategi. Organisasi dapat lebih efektif melihat peluang dan melawan bahaya dengan strategi yang solid.

Selain itu, strategi membantu dalam memfokuskan upaya organisasi untuk mencapai tujuan yang dimaksud. Untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi, strategi adalah metode terencana yang mencakup perencanaan, pengambilan keputusan, dan alokasi sumber daya. Memahami pasar, peluang, risiko, dan konfigurasi sumber daya jangka panjang adalah bagian dari strategi. Organisasi dapat meningkatkan kinerjanya dan berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan dengan strategi yang tepat.

Inovasi adalah kemampuan untuk mengubah konsep asli menjadi solusi fungsional atau praktik bisnis. Bisnis yang memiliki kemampuan berinovasi dapat mengatur kecepatan atau bahkan menantang satu sama lain untuk berinovasi terlebih dahulu. Karena persaingan perusahaan yang sengit, inovasi produk diperlukan untuk mendukung keberlangsungan bisnis yang mereka jalankan (Lestari et al., 2019). Dengan adanya inovasi dalam suatu bisnis, maka semakin banyak peminat produk tersebut. Jika Anda dapat berinovasi produk Anda lebih kreatif, perusahaan Anda akan mendapatkan keuntungan. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain, diperlukan pemikiran kreatif dalam berbisnis (Inda Lestari, 2019).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan besar di era digital. UMKM kini memiliki opsi baru untuk mengembangkan bisnis mereka, menjangkau pasar yang lebih besar, dan meningkatkan daya saing berkat transformasi digital. UMKM sekarang memiliki lebih banyak peluang untuk menjual barang dan jasa mereka dalam skala dunia karena memasuki era digital (Muhammad, 2021). UMKM dapat terhubung dengan pelanggan di seluruh dunia dan menciptakan jaringan bisnis

global melalui platform e-commerce dan media sosial.

UMKM dapat memanfaatkan teknik pemasaran internet seperti pemasaran konten, pemasaran media sosial, dan iklan digital untuk meningkatkan kehadiran online mereka. UMKM dapat mengkomunikasikan manfaat barang atau jasa mereka kepada khalayak yang lebih luas dan dengan biaya yang relatif lebih rendah daripada pemasaran tradisional. UMKM dapat berinovasi dalam pembuatan produk, model bisnis, dan prosedur operasionalnya berkat kreativitas dan inovasi digitalisasi.

UMKM dapat meningkatkan produktivitas, meningkatkan kualitas produk, dan mengembangkan jawaban baru atas kebutuhan pasar dengan menerapkan teknologi baru termasuk e-commerce, komputasi awan, data besar, dan kecerdasan buatan. UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya dengan memanfaatkan teknologi digital. Memanfaatkan metode pembayaran elektronik, otomatisasi proses, sistem manajemen inventaris, dan alat kolaborasi online dapat membantu UMKM dalam menurunkan biaya, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan layanan pelanggan. Melalui jejaring sosial, pesan instan, dan platform komunikasi digital lainnya, UMKM dapat terlibat langsung dengan klien mereka.

Hal ini memungkinkan UMKM untuk berinteraksi dengan pelanggan lebih dekat, mengumpulkan umpan balik, dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang semuanya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk memanfaatkan sepenuhnya era digital, UMKM harus menggunakan teknologi dan mengembangkan kehadiran online mereka. Untuk mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang yang dihadirkan oleh era digital, UMKM juga dapat memanfaatkan bantuan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan program pelatihan khusus (Muhammad, 2021).

Metode Penelitian

Penelitian analisis deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini, dan tujuannya adalah untuk memberikan penjelasan yang sistematis, faktual, dan benar tentang fakta dan fitur populasi atau area tertentu Rijali (2019). yang mendefinisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis tanpa menggunakan prosedur analisis statistik atau metode kuantifikasi, maka analisis data yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.

Data dari penelitian lapangan, penelusuran literatur di buku, website resmi pemerintah, laporan resmi dari organisasi internasional, website berita resmi, dan data yang diolah dari sumber terkait lainnya melengkapi data yang diberikan dalam penelitian ini.

Hasil Dan Pembahasan

Dinas Koperasi dan UKM harus menerapkan strategi mutakhir yang dapat mendorong perluasan dan kesinambungan UMKM untuk menjawab permasalahan dan menangkap peluang yang dihadirkan oleh era digital. Beberapa taktik mutakhir yang dapat digunakan tercantum di bawah ini (Marfuin & Robin, 2021): Pelatihan dan Pendidikan: UKM dan Dinas Koperasi dapat menyelenggarakan pelatihan dan pendidikan teknologi digital bagi pemilik UMKM.

Kuantitas pelatihan yang ditawarkan, jumlah keterlibatan UMKM dalam pelatihan, dan perkembangan kemampuan digital pemilik UMKM dapat dijadikan sebagai indikator efektivitas strategi. Penggunaan platform e-commerce, pemasaran online, manajemen inventaris digital, dan keamanan data adalah beberapa topik yang dapat dipelajari pemilik UMKM melalui kursus ini.

Penciptaan platform ecommerce lokal dapat membantu UMKM menjual barang dan jasa secara online, dan Dinas Koperasi dan UKM dapat mendukung pengembangan ini. Jumlah platform e-commerce lokal yang

didukung oleh agensi, jumlah UMKM yang terdaftar dan aktif berjualan melalui platform tersebut, serta volume transaksi yang terjadi melalui platform e-commerce lokal, semuanya menjadi indikator keberhasilan. dari strategi ini.

UMKM dapat memperluas jangkauan pasarnya, terutama ke pasar regional dan internasional, dengan memiliki platform e-commerce lokal yang dapat diakses publik. Pembiayaan Digital Untuk memberikan akses pembiayaan digital kepada UMKM, Dinas Koperasi dan UKM dapat menjalin kerja sama dengan lembaga keuangan dan penyedia layanan keuangan digital. Jumlah keuangan digital yang tersedia, jumlah UMKM yang memperolehnya, serta peningkatan modal kerja yang dinikmati UMKM, merupakan indikator keberhasilan strategi ini. UMKM dapat mengatasi keterbatasan modal yang seringkali menjadi hambatan dalam pengembangan usaha dengan pemanfaatan pembiayaan digital.

Dukungan promosi dan pemasaran online tersedia dari Dinas Koperasi dan UKM untuk UMKM menggunakan media sosial dan saluran online lainnya. Jumlah kampanye promosi online yang dijalankan oleh UMKM, sejauh mana UMKM berpartisipasi dalam pemasaran online, dan peningkatan penjualan yang diwujudkan melalui saluran pemasaran online semuanya dapat dijadikan sebagai indikator efektivitas strategi tersebut. UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di pasar digital melalui pemasaran dan promosi online.

Pertumbuhan dan keberlanjutan dapat memperoleh manfaat dari penerapan ide-ide kreatif yang dikembangkan oleh Dinas Koperasi dan UKM. Peningkatan penjualan UMKM merupakan salah satu manfaat dari pendekatan kreatif yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM. UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih besar dan pelanggan potensial dalam skala lokal, regional, dan internasional dengan menerapkan teknologi digital. UMKM dapat meningkatkan visibilitas barang dan jasa mereka

melalui platform ecommerce lokal dan promosi online, yang dapat menghasilkan peningkatan klien dan volume penjualan.

Pertumbuhan penjualan UMKM, peningkatan omzet yang dicapai, dan jumlah klien baru yang berhasil diperoleh merupakan indikator efektifitas dampak. Jangkauan Pasar Lebih Besar UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dengan menggunakan teknik pemasaran mutakhir dan platform e-commerce lokal. UMKM sekarang dapat mengakses pelanggan di luar wilayah geografis langsung mereka dan tidak lagi terbatas pada pasar lokal.

UMKM memiliki kesempatan untuk meningkatkan ekspansi bisnis dan potensi ekspor produk mereka dengan memiliki akses ke pasar regional dan internasional. Banyaknya pasar baru yang dimasuki UMKM, pertumbuhan geografis UMKM, dan volume ekspor yang meningkat merupakan indikator keberhasilan pengaruh tersebut. Efisiensi operasional dan produktivitas UMKM juga dapat ditingkatkan melalui penerapan taktik inovatif yang mencakup teknologi digital. UMKM dapat menghemat waktu dan uang yang dibutuhkan untuk operasional mereka dengan menerapkan sistem otomatis, menggunakan perangkat lunak, dan mengintegrasikan teknologi ke dalam proses perusahaan.

Sistem manajemen inventaris digital, misalnya, dapat membantu UMKM dalam mengelola inventaris produk dengan lebih baik, mencegah kerugian karena kekurangan atau kelebihan inventaris. Pengurangan biaya operasional UMKM, produktivitas pekerja yang lebih tinggi, dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional adalah semua cara untuk mengukur keberhasilan pengaruh ini. Menjamin keberlangsungan usaha UMKM merupakan salah satu tujuan dari strategi kreatif yang diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UKM. UMKM dapat berkembang dan bertahan di lingkungan persaingan yang semakin ketat dengan merangkul teknologi

digital dan memanfaatkan peluang yang disediakan oleh era digital.

Tingkat kelangsungan usaha UMKM, tingkat keuntungan yang konsisten yang dapat dipertahankan, dan kemampuan mereka untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan teknis adalah indikator keberhasilan pengaruh ini. UMKM dapat menjadi lebih tangguh dan mampu bertahan dalam jangka panjang dengan strategi inventif yang tepat. Namun, ada kesulitan dan hambatan yang harus diatasi untuk menerapkan taktik kreatif. Keterbatasan akses teknologi, kurangnya literasi digital di kalangan UMKM, kurangnya sumber daya dan keuangan, serta kesadaran dan keinginan pengusaha untuk berinovasi adalah beberapa kesulitan yang harus diatasi. Melalui pendampingan kelembagaan, program pelatihan, koordinasi dengan pihak terkait, dan kebijakan yang mendorong pengembangan dan implementasi teknologi digital di kalangan UKM, Dinas Koperasi dan UKM harus mengidentifikasi dan mengatasi permasalahan tersebut.

Dinas Koperasi dan UKM dapat berperan sebagai katalisator perubahan yang mendorong perluasan dan keberlanjutan sektor UMKM di era digital dengan menerapkan pendekatan inovatif yang efisien. UMKM memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang dan berkontribusi besar terhadap ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan mempromosikan inklusi dan keberlanjutan ekonomi secara keseluruhan melalui upaya kerja sama antara pemerintah, pelaku bisnis, dan organisasi terkait

Simpulan

Pendekatan inovatif sangat penting bagi Dinas Koperasi dan UKM untuk meningkatkan pertumbuhan dan keberlanjutan sektor UMKM di lingkungan digital yang berkembang pesat. Latar belakang, manfaat, kesulitan, dan saran untuk mempraktikkan teknik baru semuanya telah dibahas dalam diskusi sebelumnya. Dinas Koperasi dan UKM harus mengambil tindakan strategis dan terintegrasi untuk memastikan

keberhasilan implementasi strategi inovatif dalam menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses teknologi, kurangnya keterampilan digital, kurangnya sumber daya dan modal, serta kesadaran dan minat dari pengusaha.

Kelayakan Klinik Pajak Bagi UMKM di Kota Batam.

Daftar Pustaka

- Arianto, E., & Kontemporer, P. M. S. (2007). Pengertian Strategi. Tersedia Pada [Http://Strategika.Com/2007/06/24/PengertianStrategi/](http://Strategika.Com/2007/06/24/PengertianStrategi/).(Diakses Tanggal 25 September 2013).
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 111–118. Marfuin, M., & Robin, R. (2021). Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences*, 1(1), 425–436. Meinarni, N. P. S., SH, L. L. M., Iswara, I. B. A. I., Kom, S., Kom, M., Wijaya, I. N. S. W., Kom, S., Willdahlia, A. G., & SE, M. M. (2020).
- UMKM Goes Online Regulasi E-Commerce. Deepublish. Muhammad, M. (2021). Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm)(Kuliner Di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Rijali, A. (2019).
- Analisis data kualitatif. Alhadharah: *Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95. Sari, N. P., Arniati, A., Anggraini, R., Kurniawan, D., Putri, W. A., Anjelina, A., & Hasanah, A. (2022). Studi