
**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOPERASI DAN UKM KABUPATEN DELI SERDANG
DALAM MENINGKATKAN UMKM PADA MASA PANDEMI COVID - 19 DI TANJUNG
MORAWA**

Oleh

Innayah Alfatechah¹, Anang Anas Azhar², Jufri Naldo³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Sumatera Utara

Email: 1innayahalfatechah@gmail.com

Article History:

Received: 062-06-2023

Revised: 26-06-2023

Accepted: 18-07-2023

Keywords:

Strategi Komunikasi,
Peningkatan Usaha
Mikro, Pandemi
Covid-19

Abstract: *Pandemi Covid-19 adalah fenomena yang memberikan berbagai macam dampak bagi Indonesia. Dari segi pendapatan dalam penjualan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari, kenaikan harga barang, dan sebagainya. Salah satu sektor yang terdampak sangat signifikan yaitu usaha mikro kecil menengah yang menjadi sektor penyangga ekonomi masyarakat. Akibatnya Pemerintah mengeluarkan peraturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis untuk mengetahui pelatihan dan peningkatan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Deli Serdang serta menganalisis Kendala Strategi Komunikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research). Teknik pengumpulan datanya dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM dapat meningkatkan skill (kemampuan) pelaku UKM serta menghasilkan produktivitas secara efektif dan efisien. Adapun bentuk peningkatan yang telah dilakukan Dinas Koperasi dan UKM meliputi bidang perizinan, pembiayaan, pengolahan, pemasaran, SDM, dan teknologi serta menumbuhkan kembangkan jiwa kewirausahaan. Sektor Usaha Kecil dan Menengah mengalami perkembangan yang cukup baik dari tahun ke tahunnya, ini membuktikan banyaknya pelaku UKM yang mengikuti Pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM*

PENDAHULUAN

Sistem ekonomi pervasif yang diterapkan di Indonesia bertujuan untuk mengurangi ketimpangan pendapatan antara sektor ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, terutama dengan meningkatkan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Apalagi di masa pandemi COVID-19 saat ini, menjamurnya UMKM akan mampu mengembangkan perekonomian dan berkontribusi penuh bagi peningkatan perekonomian daerah. Oleh karena itu, peningkatan UMKM menjadi prioritas dalam pembuatan kebijakan. Dalam Renstra Dinas Koperasi Kabupaten. Deli Serdang mengatakan lebih dari 90% sektor ekonomi di Indonesia adalah

koperasi dan UMKM.

Secara umum, UMKM menghadapi tantangan dalam mengembangkan usahanya karena kurangnya bimbingan, informasi, dan aksesibilitas dari pemerintah daerah. Mereka juga mungkin mengalami kesulitan memperoleh modal dari bank karena suku bunga kredit yang tinggi dan persyaratan agunan material (collateral minded) untuk memperoleh kredit, yang tidak dapat mereka penuhi. Strategi produksi, pemasaran, manajemen, dan teknologi, serta pemanfaatan UMKM yang masih eksis di Kabupaten Deli Serdang menjadi salah satu tantangan yang dihadapi UMKM.

Dinas Koperasi dan UKM merupakan sebuah lembaga atau instansi yang menangani usaha kecil di berbagai daerah di Indonesia, Dinas Koperasi & UKM Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satunya. Dinas yang berada di kabupaten Deli Serdang ini memiliki tugas sebagai bidang yang menangani UKM, koperasi dengan pemerintah. Pada dasarnya, Dinas Koperasi & UKM telah menciptakan beberapa acara menjadi taktik menyebarkan UMKM, contohnya pada bidang perizinan, permodalan & acara lainnya. Namun, pada kenyataannya kegiatan pengembangan usaha yang dilakukan oleh Dinas Koperasi & UKM Kabupaten Deli Serdang masih jauh dari kata efektif karena perasingan antar UMKM di Deli Serdang masih jauh dari kata baik dan tidak sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Berdasarkan penerangan di atas, maka peneliti tertarik buat mengangakatnya pada sebuah penelitian yg berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Koperasi & UKM Kabupaten Deli Serdang dalam Meningkatkan UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 di Tanjung Morawa”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Penelitian dilakukan di Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Deli Serdang. Jalan karya utama No. 4 Komplek Perkantoran Pemkab Deli Serdang – Lubuk Pakam, Sumatera Utara. 20516. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil olah data melalui teknik kuesioner dan survey. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui wawancara dengan Dinas Koperasi dan UMKM.

Hipotesis akan diterima dan dikembangkan menjadi suatu teori jika didukung oleh bukti-bukti yang dapat diperoleh secara berulang-ulang dengan memanfaatkan teknik triangulasi. Sugiyono (2014:428). Dalam penelitian ini digunakan model analisis interaksi yang dikembangkan oleh Hueberman dan iMiles. Hueberman dan Miles berpendapat demikian (Sugiyono, 2012: 430). Model interaksi adalah proses pembuatan model untuk analisis data. Model ini terdiri dari komponen-komponen reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi dan Kebijakan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Deli Serdang

Strategi dan Kebijakan Umum adalah perumusan rencana induk untuk memenuhi tujuan Rencana Strategis (Renstra) Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Deli Serdang. Rencana Strategis memuat komponen-komponen fundamental untuk mendukung dan mengembangkan koperasi dan usaha kecil dan menengah (UKM).

Melaksanakan pelatihan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Deli Serdang dalam memajukan usaha kecil dan menengah (UKM)

dengan secara langsung menyelenggarakan pelatihan pengembangan UKM. Pelatihan tatap muka ditujukan untuk meningkatkan keterampilan (kompetensi) badan usaha agar dapat menghasilkan produktivitas secara efektif dan efisien. Pelatihan bisa datang dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Deli Serdang atau langsung dari kementerian, tergantung kebutuhan daerah untuk menunjang kesejahteraan UKM.

Program pelatihan kewirausahaan ini berupaya untuk meningkatkan kualitas pribadi sumber daya manusia (SDM) UMKM. Selain itu, kegiatan ini berupaya untuk meningkatkan kapasitas usaha dan pengelolaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sehingga dapat mencapai kinerja yang optimal dan tumbuh menjadi agen perdagangan yang sehat, tangguh, dan mandiri dalam perekonomian nasional. Sosialisasi pelatihan ini dilakukan secara kemitraan dengan kelompok masyarakat, dalam hal ini PKK.

Jenis kegiatan yang telah dilakukan Dinas Usaha Kecil dan Koperasi Kabupaten Deli Serdang khususnya pada masa pandemi COVID-19 adalah pelatihan dan sosialisasi bekerjasama dengan Bank Sumut, pelatihan mekanik Handphone dan pelatihan pembuatan kemasan yang menarik. Pelatihan pengemasan ini bertujuan untuk membantu para pengusaha mikro meningkatkan pengemasan produk komersialnya sehingga dapat memiliki nilai jual yang tinggi dan mampu bersaing di pasar modern. Bapak Safei selaku Micro-Business Development, Enhancement and Protection Officer juga menyampaikan hal ini tentang pelatihan pengemasan.

Oleh karena itu, Dinas Usaha Kecil Menengah dan Koperasi Kabupaten Deli Serdang berupaya untuk menyediakan orang-orang yang kompeten di bidangnya untuk membawa pengetahuan, pengetahuan dan keterampilan bagi usaha mikro di Deli Serdang.

Selain itu, Direksi Koperasi dan UKM menyelenggarakan seminar pelatihan kewirausahaan dengan tujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang kewirausahaan dan pengendalian UKM baik di dalam maupun di luar negeri tentang perkembangan UKM tersebut. Pada hakekatnya panduan yang dihasilkan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah ini memberikan fasilitas atau mediator bagi program-program pengembangan UKM di masing-masing wilayah dan UKM Kabupaten Deli Serdang.

Pada hari Rabu tanggal 15 Desember 2021 Divisi Koperasi dan UKM Deli Serdang bekerjasama dengan Bank Sumut Lubuk Pakam Cabang dan Universitas Panca Budi menyelenggarakan sosialisasi dan pelatihan mengenai strategi dan proses, proses pemasaran dan pendanaan KUR Penerapan Sistem Halal pada 50 (Lima Puluh) Pemain Usaha Mikro Usaha Kecil Menengah Deli Serdang bertempat di aula Balai Besar Pengembangan Produk Daerah selain Deli Serdang (P3UD).

Kepala Dinas Koperasi dan UKM Deli Serdang Dra. Hj. Rabiatul Adawiyah Lubis, M.Pd mengatakan kegiatan ini bekerjasama dengan Bank Sumut Lubuk Pakam Cabang dan Universitas Panca Budi dilakukan untuk mendukung perekonomian UMKM di Kabupaten Deli Serdang dalam mengakses pemasaran modal dan akses lisensi halal.

Dengan adanya distribusi perizinan Halal, diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami bagaimana sistem Halal memberikan kepercayaan terhadap produk UMKM, sehingga dapat dikenal oleh masyarakat dan memasuki pasar global. Pelaku UMKM juga dapat mengakses pembiayaan melalui Program Peningkatan Akses Pembiayaan bagi UMKM yang difasilitasi oleh Lembaga Keuangan dengan pola pinjaman Program KUR.

Strategi komunikasi yang dirancang oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Deli untuk mempromosikan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UKM. Melalui pelatihan

kewirausahaan, inisiatif ini dapat diwujudkan. Sebagian besar pelaku usaha di Kabupaten Deli Serdang masih berpendidikan rendah, oleh karena itu pelatihan kewirausahaan dipandang penting untuk meningkatkan sumber daya manusia anggota UMKM dan meningkatkan motivasi usahanya. Seperti yang dijelaskan oleh Dinas Kemitraan dan Fasilitasi KASI Kabupaten Deli Serdang dan Usaha Kecil Menengah yaitu:

Berdasarkan paparan di atas dengan Dinas Kemitraan dan Pengembangan Kabupaten Deli Serdang dalam Mendukung KASI KASI dan Usaha Kecil Menengah, dapat dilihat bahwa dalam strategi komunikasi dilaksanakan bersamaan dengan program pelatihan kewirausahaan, dampak peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan pengembangan kewirausahaan bagi 4.444 pelaku UMKM di Kabupaten Deli Serdang.

Kendala yang dihadapi Dinas Koperasi kabupaten Deli Serdang dalam Meningkatkan UMKm pada masa Pandemi Covid-19

Kendala yang menjadi kendala Dinas Usaha Kecil Menengah dan Koperasi Kabupaten Deli Serdang dalam meningkatkan usaha mikro di Kabupaten Deli Serdang pada masa pandemi COVID-19 antara lain:

- a. Keterbatasan tenaga pendukung teknis di bidang Pemberdayaan Usaha Mikro
- b. Keterbatasan penggunaan sistem informasi data
- c. Keterbatasan Pengetahuan Pelaku Usaha Mikro dalam Pemasaran di Era Digital

Selain itu, faktor penghambat yang dihadapi Dinas Koperasi dalam upaya peningkatan UKM di Kabupaten Deli Serdang adalah:

- a. Pelaksanaan pendampingan dan kegiatan UKM terhambat oleh keterlambatan pemberian uang tunai.
- b. Dukungan pemangku kepentingan akan sangat berpengaruh terhadap pengembangan sumber daya manusia bagi UKM di Kabupaten Deli Serdang.
- c. Pendataan UKM di Kabupaten Deli Serdang masih kurang optimal.
- d. Sebagai agen di usaha kecil dan menengah, tingkat teknis pekerja yang rendah menyebabkan kesulitan dalam standarisasi produk.
- e. Pengelolaan keuangan yang lemah, kondisi ini seringkali menyulitkan pelaku usaha untuk mendapatkan kredit dari pihak ketiga.
- f. Sulitnya mendapatkan izin usaha, prosedur administrasi yang harus dilalui UKM untuk mendapatkan izin seringkali cukup lama, sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan izin. Dalam bisnis, peluang tidak selalu tersedia, bahkan untuk waktu yang terbatas.
- g. Tidak ada atau tidak adanya perlindungan untuk usaha kecil.

Indikator Keberhasilan UKM

1. Kepemimpinan

Kepemimpinan memegang peranan penting karena pemimpinlah yang menggerakkan organisasi ke depan dalam mencapai tujuannya. Seorang pemimpin harus menegakkan disiplin dalam suatu organisasi, karena penting untuk membimbing anggotanya untuk menciptakan ketertiban yang baik. Pengaruh kepemimpinan yang diterapkan dalam suatu bisnis merupakan tanda keberhasilan dalam setiap bisnis. Setiap orang memiliki kemampuan kepemimpinan yang berbeda, kepemimpinan yang sukses dimulai dengan efisiensi, pengambilan keputusan, kreativitas, motivasi, perubahan, inspirasi dan visi. Oleh karena itu, kepemimpinan

merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu organisasi (Siti, Nur Aisyah; Wardani, 2020).

Kepemimpinan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu organisasi (Wardani, 2020). Menurut Ramdani (Gofur & Sri Sundari, 2021), kepemimpinan di beberapa UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar. Lebih lanjut, menurut Faizaty & Rivanda (Gofur & Sri Sundari, 2021), pertumbuhan perusahaan tergantung pada kebijakan yang dipilih oleh pemimpin, karena dibutuhkan jiwa kepemimpinan dari para anggota UMKM. Sedangkan menurut Aldania & Niswah (Gofur & Sri Sundari, 2021), Pemimpin yang tidak memadai dalam mengelola bisnis kuliner akan berdampak negatif, karena industri kuliner menuntut seorang penulis yang selalu kreatif, imajinatif, dan berani mengambil risiko.

Kepemimpinan yang baik berpengaruh pada lingkungan organisasi dan merupakan elemen penting dalam pengelolaan suatu perusahaan. Kepemimpinan yang baik dapat mendorong orang untuk mengikutinya, memungkinkan pemimpin untuk membimbing anggota menuju visi dan tujuan perusahaan (Gofur & Sri Sundari, 2021). Berikut indikator kepemimpinan global menurut Wahjosumidjo (Darmawan, 2018): Setara, Konsisten dan keamanan.

2. Manajerial

Manajemen adalah kombinasi seni dan sains, ilmu untuk melakukan hal yang benar. Di sini, seorang manajer perlu fasih dalam pengetahuan manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian atau pemantauan. Kompetensi manajemen juga dapat dipahami sebagai peningkatan keterampilan dan keterampilan manajemen diri dalam merencanakan dan membangun kecerdasan menuju arah dan operasi akhir. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus didorong dalam peningkatan kapasitas dan pemanfaatan teknologi informasi (IT).

Peningkatan kapasitas adalah kegiatan yang meningkatkan kemampuan seseorang, kelompok, organisasi atau sistem untuk mencapai tujuan atau mencapai kinerja yang lebih baik melalui keterampilan dan kemampuan manajemen (Brown, LaFond) dan Macintyre, 2001). Penggunaan TI (teknologi informasi) dalam apa yang disebut bisnis e-commerce memungkinkan UMKM untuk bertransaksi di pasar regional bahkan global dan dapat menekan biaya transaksi (Sudaryanto et.al., 2011)

3. Produktivitas

Produktivitas adalah ukuran seberapa baik sumber daya ditangani dan dimanfaatkan untuk mendapatkan hasil terbaik. Produktivitas dapat digunakan sebagai ukuran keberhasilan suatu industri atau UKM yang memproduksi barang atau menyediakan jasa. Di setiap tingkat ekonomi, mengukur produktivitas adalah alat manajerial yang penting. Upaya peningkatan produktivitas dapat dievaluasi berdasarkan hubungan antara pengukuran produktivitas dan perubahan produktivitas. Selain menjadi prospektif, pengukuran dapat membantu pengambilan keputusan strategis. Pengukuran produktivitas merupakan evaluasi kuantitatif terhadap fluktuasi produktivitas.

Tujuan dari metrik produktivitas ini adalah untuk menentukan apakah efisiensi produksi meningkat atau menurun. Pengetahuan ini berguna untuk membangun strategi untuk bersaing dengan perusahaan lain, karena bisnis dengan produktivitas rendah seringkali kurang mampu bersaing dengan perusahaan dengan

produktivitas tinggi. Akibatnya, setiap bisnis harus mencapai produktivitas tinggi dengan cara yang unik, seperti dengan meningkatkan alat (teknologi) atau meningkatkan persone dalam berbagai ukuran fisik baik dari segi penyebut maupun pembilangnya. Penyebut dan pembilang dalam produktivitas finansial merupakan rasio output dan input yang dinyatakan dalam satuan rupiah pada satuan moneter. Perusahaan biasanya mempunyai lebih dari satu komponen produksi untuk menentukan ukuran produktivitas yang menekankan hubungan antara satu hal dengan hal lainnya.

4. Pemasaran

Pemasaran adalah studi, perencanaan, dan pengelolaan program yang bertujuan untuk memulai, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pelanggan untuk memenuhi tujuan perusahaan. Jika keempat komponen tersebut sudah ada dan beroperasi secara efisien, maka keberhasilan UKM dalam memperluas operasinya akan terbilang luas. Pemasaran kewirausahaan pada hakikatnya adalah ilmu yang mengkaji nilai, keterampilan, dan perilaku seorang wirausahawan ketika dihadapkan pada berbagai kesulitan yang berkaitan dengan memperoleh prospek komersial. Mengingat keterbatasan sumber daya dan masalah yang dihadapi oleh UMKM, metode pemasaran kewirausahaan adalah pendekatan konseptual yang tepat (Stokes, 2007). Strategi pemasaran pemilik usaha kecil memiliki kemampuan untuk menghasilkan kondisi bisnis yang lebih terarah dalam kaitannya dengan upaya untuk mencapai tujuan tertentu.

Fitur penting pemasaran ini diselidiki dalam konteks start-up untuk menentukan bagaimana teori pemasaran berlaku untuk praktik perusahaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler (2008) bahwa ide pemasaran yang digunakan oleh pengusaha berbeda dengan konsep pemasaran standar. Dengan asumsi perilaku yang berbeda mendasari gagasan teoritis pemasaran dan kewirausahaan, masalah ini mungkin tidak ada.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang strategi peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah oleh Dinas Koperasi Pemerintah Kabupaten Deli Serdang dapat disimpulkan bahwa. Penerapan kursus-kursus pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi bagi anggota UMKM berdampak positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pelatihan yang diberikan oleh Koperasi dan Jasa UMKM telah diterima dengan baik oleh para pelaku usaha, semua dengan tujuan untuk mengembangkan UMKM baik di dalam maupun di luar

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Effendi, O. (1993). *pengantar Ilmu Komunikasi* (hlm. 301). Jakarta: Grasindo, rosdha Karya.
- [2] A.Foss, S. W. (2008). *Theories of Human Communication*. Belmont: Thomson Wadsworth.
- [3] Denny, R. (2006). *Communicate To Win*. Jakarta: PT gramedia Pustaka Utama.
- [4] Faules, R. P. (2006). *Komunikasi Organisasi Strategi meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- [5] Mulianta Ginting, Ari dkk. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2017.
- [6] Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2003.
- [7] Nugroho, Sigit Sapto. *Hukum Koperasi Usaha Potensial dan UMKM*. Solo: Taujih. 2018.
- [8] Amri, Andi. Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand Vol.2*, 1. 1 Juni 2020.
- [9] Kristian Pakpahan, Aknolt. Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Unpar*. April 2020.
- [10] Huberman, M. d. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- [11] Enzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010. , Ely. *Teori Ekonomi Islam*. Ponorogo: Nata Karya. 2018.
- [12] Miles, Mallew B. and A Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*.
- [13] Jakarta : UI PreFitrah, Muh. & Luthfiyah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV. Jejak. 2017.
- [14] Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- [15] Mamang, Etta dan Sopiah. *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Publisher. 2010.
- [16] Muhajir, Neong. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998).
- [17] Sodik, S. S. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- [18] Wardhani, M. d. (2009). *Teori Komunikasi Tentang Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- [19] Amri, Andi. Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand Vol.2*, 1. 1 Juni 2020.
- [20] Kristian Pakpahan, Aknolt. Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Unpar*. April 2020.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN