

KATA PENGANTAR

Pertama-tama kami ucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan HidayahNya, kami telah dapat menyelesaikan sebuah kajian dengan judul Kajian Strategi Optimalisasi Pemasaran Produk-Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Tak lupa sholawat dan salam kami berikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Semoga kita semua menjadi umat terbaik dan mendapat syafaat dari beliau SAW di hari akhir nanti.

Kami ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Bintan yang telah memberikan kesempatan kepada kami Tim Penyusun untuk menyusun dan menyelesaikan kajian ini, terima kasih juga kami ucapkan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Stisipol Raja Haji Tanjungpinang, para pelaku UMKM Kabupaten Bintan, Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bintan, PLUT-KUMKM Kabupaten Bintan, pelaku usaha swalayan dan pasar, dan semua pihak yang telah membantu dan memudahkan kami dalam menyusun kajian ini.

Sesungguhnya kajian ini merupakan sebuah hasil dari penelitian yang komprehensif dalam rangka memperkuat promosi dan pemasaran produk-produk UMKM Kabupaten Bintan. Harapan kami dari Tim Penyusun bahwa hasil kajian ini mampu menjadi suatu

input bagi *policy makers* untuk menyusun kebijakan terkait dengan pengembangan UMKM di Kabupaten Bintan. Tim Penyusun menyadari bahwa hasil kajian ini bukanlah mutlak kebenarannya. Oleh karena itu, masukan yang konstruktif dari kalangan pembaca dan *users* sangat diharapkan agar hasil kajian ini menjadi lebih sempurna dan mampu menjadi instrumen pengambilan kebijakan bagi pemerintah daerah.

Tanjungpinang, November 2018

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH	12
1.3 RUMUSAN MASALAH	13
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN	14
1.5 SASARAN DAN MANFAAT	16
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	17
BAB II TINJAUAN TEORITIS	20
2.1 KONSEP USAHA MIKRO, KECIL Dan MENENGAH (UMKM)	20
2.2 KONSEP MANAJEMEN STRATEGIS	23
2.2.1 Pengertian dan Elemen Manajemen Strategis	23
2.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal	27
2.2.3 Analisis Lingkungan Internal	36
2.2.4 Teknik Analisis Lingkungan	37
2.2.5 Penetapan Visi, Misi, dan Tujuan	41
2.2.6 Penetapan Strategi	46

2.3 KONSEP MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK	48
2.3.1 Segmentasi Pasar	49
2.3.2 Target Pasar	50
2.3.3 Positioning	51
2.3.4 Diferensiasi	53
2.4 KERANGKA BERPIKIR PENELITIAN	55
BAB III METODE DAN PELAKSANAAN PENELITIAN	57
3.1 METODE PENELITIAN	57
3.1.1 Jenis Penelitian	57
3.1.2 Lokasi Penelitian	57
3.1.3 Jenis dan Sumber Data	58
3.1.4 Teknik Dan Alat Pengumpulan Data	59
3.1.5 Populasi dan Sampel	61
3.1.6 Teknis Analisis Data	63
3.2 JADWAL PELAKSANAAN PENELITIAN	65
3.2. TIM AHLI PENELITIAN	66
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	67
4.1 GAMBARAN UMUM KABUPATEN BINTAN	67
4.2 GAMBARAN UMUM DINAS KOPERASI, USAHA MIKRO, PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KABUPATEN BINTAN	70
4.3 GAMBARAN UMUM PUSAT LAYANAN USAHA TERPADU	87

(PLUT) KOPERASI, USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
(KUMKM) KABUPATEN BINTAN

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	96
5.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN	96
5.2 KONDISI EKSISTING METODE PEMASARAN PRODUK UMKM DI KABUPATEN BINTAN	100
5.3 KONDISI USAHA DAN PEMBINAAN PEMASARAN PRODUK-PRODUK UMKM KABUPATEN BINTAN	103
5.4 ISU STRATEGIS PERMASALAHAN PEMASARAN PRODUK- PRODUK UMKM DI KABUPATEN BINTAN	123
5.4.1 Isu Strategis Permasalahan UMKM Secara Nasional	123
5.4.2 Isu Strategis Permasalahan UMKM di Kabupaten Bintan	130
5.5 IDENTIFIKASI KEKUATAN, KELEMAHAN, PELUANG, TANTANGAN DAN ANCAMAN PEMASARAN PRODUK- PRODUK UMKM DI KABUPATEN BINTAN	136
5.6 STRATEGI OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK-PRODUK UMKM DI KABUPATEN BINTAN	149
5.6.1 Strategi Pengembangan Dan Optimalisasi Pemasaran Produk-Produk UMKM di Kabupaten Bintan	149
1. Penguatan Kelembagaan dan Sumber Daya Manusia	150

UMKM Unggulan Daerah	
2. Pembentukan Komunitas UMKM	193
3. Pengembangan Kemitraan Usaha	216
4. Optimalisasi Kelembagaan dan Kewenangan PLUT- KUMKM	248
5. Evaluasi Penggunaan Dana Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Pelaku UMKM	255
6. Pemanfaatan dan Pembangunan Jejaring di Media Sosial serta Pembangunan UMKM Berbasis Digital	261
5.7 TAHAPAN-TAHAPAN CAPAIAN DAN KEBUTUHAN BIAYA DALAM RANGKA OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK- PRODUK UMKM DI KABUPATEN BINTAN	285
BAB VI PENUTUP	293
6.1 KESIMPULAN	293
6.2 REKOMENDASI KEBIJAKAN	295
DAFTAR PUSTAKA	297

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah UMKM di Kabupaten Bintan Berdasarkan Sektor Usaha Tahun 2010-2014	6
Tabel II.1	Klasifikasi UMKM Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008	22
Tabel II.2	Tabel Analisis Lingkungan dengan Matriks SWOT	41
Tabel III.1	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	65
Tabel III.2	Tim Ahli Penelitian	66
Tabel IV.1	Pengelola PNS, Konsultan Pendamping dan Tenaga Administrasi PLUT-KUMKM Kabupaten Bintan Tahun Anggaran 2018	95
Tabel V.1	Beberapa Metode Eksisting Pemasaran Produk UMKM di Kabupaten Bintan	101
Tabel V.2	Rencana Kerja Pemerintah 2016-2018 Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bintan	107
Tabel V.3	Kategorisasi UMKM Berdasarkan Jenis Usaha dilihat dari Jumlah Aset Per Kecamatan di Kabupaten Bintan Tahun 2018	117
Tabel V.4	Pertumbuhan Jumlah UMKM di Kabupaten Bintan Tahun 2011-2017	120
Tabel V.5	Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja Kabupaten Bintan 2011-	120

2017

Tabel V.6	Pencapaian Sasaran atas Pembinaan UMKM di Kabupaten Bintan 2016-2017	121
Tabel V.7	Bentuk Pembinaan Terhadap UMKM oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bintan	122
Tabel V.8	Isu Strategis Permasalahan pada Aspek Lingkungan Internal Terhadap UMKM di Kabupaten Bintan	131
Tabel V.9	Isu Strategis Permasalahan pada Aspek Lingkungan Eksternal Terhadap UMKM di Kabupaten Bintan	134
Tabel V.10	Skor Analisis SWOT	137
Tabel V.11	Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Lingkungan Internal	138
Tabel V.12	Identifikasi Peluang dan Ancaman Lingkungan Eksternal	143
Tabel V.13	Analisis SWOT Secara Menyeluruh pada Aspek Internal dan Eksternal	147
Tabel V.14	Strategis Pemasaran Sepanjang Siklus Hidup Produk	159
Tabel V.15	Strategi Pendidikan bagi Pelaku UMKM	168
Tabel V.16	Strategi Pelatihan Bagi Pelaku UMKM	171
Tabel V.17	Klasifikasi Jenis Usaha Bumdes	197
Tabel V.18	Rekapitulasi Badan Usaha Milik Desa di Kabupaten Bintan Tahun 2017	204
Tabel V.19	Pemetaan Bumdes Produk Unggulan Daerah	209

Tabel V.20	UMKM Produk Unggulan Daerah Kabupaten Bintan Tahun 2018 Per Kecamatan	212
Tabel V.21	Segmentasi Konsumen Produk UMKM Bintan Berdasarkan Aspek Geografis, Demografis, Psikografik, dan Tingkah Laku	216
Tabel V.22	Pemetaan Target Pasar Produk UMKM Kabupaten Bintan	217
Tabel V.23	Pengembangan Pusat Kegiatan Lokal (PKL) Kabupaten Bintan	232
Tabel V.24	Indikasi Program Pemanfaatan Ruang Kabupaten Bintan	234
Tabel V.25	Pemetaan UMKM Center di Kabupaten Bintan	240
Tabel V.26	Rencana Pengembangan Pelabuhan Kabupaten Bintan 2012-2031	244
Tabel V.27	Realisasi KUR Tahun 2017 Per Penyalur	257
Tabel V.28	Perbandingan Dunia Lama Dan Dunia Baru (Peradaban Uber)	262
Tabel V.29	Pengembangan Jaringan Telekomunikasi Dan Teknologi Informasi Kabupaten Bintan	284
Tabel V.30	Tahapan-Tahapan Capaian Dalam Rangka Optimalisasi Pemasaran Produk-Produk UMKM di Kabupaten Bintan	286
Tabel V.31	Estimasi Kebutuhan Biaya Dalam Rangka Optimalisasi Pemasaran Produk-Produk UMKM di Kabupaten Bintan	290

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Diagram Pertumbuhan Jumlah UMKM di Kabupaten Bintan 2010-2014	5
Gambar II.1	Tipe Elemen Pembentuk Manajemen Strategik	26
Gambar II.2	Kerangka Berpikir Penelitian	56
Gambar IV.1	Peta Wilayah Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau	70
Gambar IV.2	Struktur Organisasi Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bintan	72
Gambar IV.3	Struktur Organisasi PLUT-KUMKM Provinsi	92
Gambar IV.4	Struktur Organisasi PLUT-KUMKM Kabupaten/Kota	93
Gambar IV.5	Bentuk Bangunan Gedung PLUT-KUMKM	94
Gambar V.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	97
Gambar V.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis UMKM	98
Gambar V.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Sektor Usaha	99
Gambar V.4	Salah Satu Produk UMKM Kabupaten Bintan Berupa Kerupuk Atom pada Salah Satu Pameran	103
Gambar V.5	Diagram Persebaran Pelaku UMKM di Kabupaten Bintan Berdasarkan Kecamatan Tahun 2008	109

Gambar V.6	Diagram Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor Usaha di Kecamatan Bintan Timur Tahun 2018	110
Gambar V.7	Diagram Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor Usaha di Kecamatan Seri Kuala Lobam Tahun 2018	111
Gambar V.8	Diagram Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor Usaha di Kecamatan Toapaya Tahun 2018	112
Gambar V.9	Diagram Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor Usaha di Kecamatan Teluk Bintan Tahun 2018	113
Gambar V.10	Diagram Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor Usaha di Kecamatan Gunung Kijang Tahun 2018	114
Gambar V.11	Diagram Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor Usaha di Kecamatan Teluk Sebong Tahun 2018	115
Gambar V.12	Diagram Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor Usaha di Kecamatan Bintan Utara Tahun 2018	116
Gambar V.13	Diagram Kategorisasi UMKM Berdasarkan Jenis Usaha dilihat dari Jumlah Aset di Kabupaten Bintan Tahun 2018	118
Gambar V.14	Hambatan Usaha di Indonesia Tahun 2014-2016	125
Gambar V.15	Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia	126
Gambar V.16	UMKM dengan Sektor Usaha yang Berpotensi	151

	Menjadi Produk Unggulan Daerah	
Gambar V.17	Beberapa Produk UMKM yang Berpotensi menjadi Produk Unggulan Daerah	153
Gambar V.18	Kerupuk Ikan UMKM Kecamatan Teluk Bintan	162
Gambar V.19	Dokumentasi Kelas Komunitas bagi Pelaku UMKM dengan Tema Digital Marketing 101 Strategi Menangkap Peluang Pasar E-Commerce	170
Gambar V.20	Produk Kerupuk Atom Bu Emi	176
Gambar V.21	Modifikasi Produk Kerupuk Atom Emy	180
Gambar V.22	Langkah-Langkah Penggunaan Metode Reseach and Development (R&D)	184
Gambar V.23	Produk-Produk Forraya	192
Gambar V.24	Product-Market Growth Matrix	219
Gambar V.25	Produk UMKM Kabupaten Bintan di Pasarkan di Pasar Swalayan Pasaraya Bintan 21 Jalan Ir. Sutami Tanjungpinang	227
Gambar V.26	Kerupuk Atom Emy di Outlet Pasar Swalayan Pasaraya Bintan 21 Jalan Ir. Sutami Tanjungpinang	228
Gambar V.27	Produk UMKM Kabupaten Bintan di Outlet Pasar Swalayan Pinang Lestari Jalan D.I Panjaitan KM. X Tanjungpinang	228

Gambar V.28	Lapak Produk Oleh-Oleh di Pasar Swalayan Pinang Lestari Jalan D.I Panjaitan KM X Tanjungpinang	229
Gambar V.29	Produk UMKM Kabupaten Bintan di Pusat Oleh-Oleh Cake Pisang Villa Tanjungpinang Jalan D.I Panjaitan KM X Tanjungpinang	237
Gambar V.30	Produk UMKM Kabupaten Bintan di Pusat Oleh-Oleh Cake Pisang Villa Tanjungpinang Jalan D.I Panjaitan KM X Tanjungpinang	237
Gambar V.31	Peta Pengembangan Kawasan Pariwisata Kabupaten Bintan	239
Gambar V.32	Kegiatan Pasar Kita Untuk Memasarkan Produk-Produk UMKM	247
Gambar V.33	Penjenjangan PLUT-KUMKM di Indonesia	251
Gambar V.34	Ketentuan Umum KUR	256
Gambar V.35	Akun Facebook Ermiyati Atom	265
Gambar V.36	Akun Bukalapak Ibu Ermiyati Atom	266
Gambar V.37	Pemasaran di Indonesia dengan Memanfaatkan Tanda Tagar UMKM Kabupaten Bantul, Kabupaten Banyuwangi, dan Indonesia	267
Gambar V.38	Instagram Komunitas Sahabat UMKM	269
Gambar V.39	Laman Website Komunitas Sahabat UMKM	270
Gambar V.40	Tingkat Penggunaan Tren Digital Bagi UMKM di	276

Indonesia

Gambar V.41	Manfaat Teknologi Digital yang Dirasakan oleh UMKM	277
Gambar V.42	Kecepatan Rata Koneksi Internet di Asia Pasifik Tahun 2014	278
Gambar V.43	Persentase yang Menggunakan Media Sosial untuk Membuat Keputusan Pembelian pada Tahun 2013	279