

BAB VI

PENUTUP

VI.1 KESIMPULAN

Kajian Berjudul “Strategi Optimalisasi Pemasaran Produk-Produk Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Kabupaten Bintan” menghasilkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Kondisi eksisting pemasaran produk-produk UMKM Kabupaten Bintan adalah dengan cara memasarkan produk pada even-even pameran,
2. Usaha pembinaan pemasaran produk-produk UMKM di Kabupaten Bintan selama ini adalah dengan program yaitu pada tahun 2016 dengan program pemberdayaan koperasi dan UMKM, program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UKM, program peningkatan wirausaha dan UMKM, di tahun 2017 dengan program peningkatan wirausaha dan UMKM, dan di tahun 2018 dengan program pemberdayaan dan peningkatan kapasitas kelembagaan koperasi dan UMKM serta program peningkatan daya saing usaha bagi koperasi dan UMKM,
3. Isu strategis permasalahan produk UMKM di Kabupaten Bintan dalam aspek lingkungan internal adalah komunikasi di dalam unit usaha kepada distributor, pemasok, dan pelanggan, keterbatasan modal, keterbatasan pengetahuan terhadap pemasaran produk, dan keterbatasan alat produksi,

4. Isu strategis permasalahan produk UMKM di Kabupaten Bintan dalam aspek lingkungan eksternal adalah kebijakan/perizinan terhadap produk, nilai mata uang Rupiah yang melemah, daya beli masyarakat yang fluktuatif, pengetahuan pelapak terhadap pemasaran dengan media sosial, dan kondisi penduduk yang tidak merata,
5. Kekuatan dari sisi internal pemasaran produk-produk UMKM di Kabupaten Bintan adalah jangkauan pemasaran yang luas, komunikasi yang optimal kepada distributor, pemasok dan pelanggan serta pengetahuan terhadap produk yang baik. Sementara kelemahan pemasaran produk-produk UMKM di Kabupaten Bintan adalah akses pelatihan yang terbatas dan jarang mendapatkan pelatihan, modal yang terbatas, jangkauan pemasaran yang terbatas, dan alat produksi yang terbatas dan sederhana,
6. Peluang yang dimiliki dalam rangka melakukan optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM di Kabupaten Bintan adalah syarat perizinan yang mudah dan tidak berbelit-belit, serta penerimaan masyarakat terhadap produk UMKM. Sementara ancaman bagi pemasaran produk-produk UMKM di Kabupaten Bintan adalah kondisi penduduk yang tidak merata, daya beli masyarakat yang fluktuatif dan syarat perizinan yang sulit serta menghambat perluasan jaringan pemasaran,

7. Strategi optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM di Kabupaten Bintan dilakukan dengan strategi Penguatan Kelembagaan dan Sumber Daya Manusia UMKM Unggulan Daerah, Pembentukan Komunitas UMKM, Pengembangan Kemitraan Usaha, Optimalisasi Kelembagaan dan Kewenangan PLUT-KUMKM, Evaluasi Penggunaan Dana Kredit Usaha Rakyat (KUR) Untuk Memperkuat Modal Dan Alat Produksi, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Pemasaran Produk UMKM.

VI.2 REKOMENDASI KEBIJAKAN

Kajian Berjudul “Strategi Optimalisasi Pemasaran Produk-Produk Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Kabupaten Bintan” memberikan rekomendasi kebijakan bagi Pemerintah daerah Kabupaten Bintan sebagai berikut.

1. Menetapkan strategi optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM ini menjadi suatu produk hukum maksimal dalam bentuk Peraturan Bupati Bintan, dan minimal dalam bentuk Surat Keputusan Bupati Bintan. Dengan dibentuknya menjadi produk hukum, maka hasil kajian ini menjadi dasar pijakan hukum yang wajib dilaksanakan oleh pemangku kepentingan terkait khususnya dalam melakukan perencanaan bagi pengembangan UMKM dan produknya,
2. Mengintegrasikan strategi ini kedalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Bintan

khususnya dalam hal pengembangan dan pemasaran produk UMKM,

3. Menjadi dasar pengambilan kebijakan dalam perencanaan pembangunan khususnya bidang usaha mikro, kecil dan menengah dan teraktualisasi di dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bintan,
4. Menjadi dasar hukum dan pedoman dalam penyusunan Rencana Kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Bintan khususnya bagi Organisasi Perangkat Daerah terkait dalam melakukan perencanaan program pembangunan bidang usaha mikro, kecil dan menengah,
5. Menjadi dasar sinergitas Organisasi Perangkat Daerah yang berkaitan dengan pembangunan dan pengembangan UMKM dan menjadikan strategi ini sebagai pedoman dalam penyusunan rencana pembangunan daerah lintas sektoral khususnya yang berhubungan dengan usaha mikro, kecil dan menengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2014). Kebijakan Bank Indonesia Dalam Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM. diakses dari <https://www.slideshare.net> pada tanggal 10 Oktober 2018
- BPS. 2011. Produk Domestik Bruto. (online), (<http://www.bps.go.id/index.php?news=730>, diakses 12 oktober 2018)
- Cary, L. J. (1973). The community approach. Long H., et al (Edt.), *Approaches to Community Development*. Iowa: NUEA/ACT, 1, 39-40.
- Cheong, P. H., Fischer-Nielsen, P., Gelfgren, S., & Ess, C. (2012). *Digital religion, social media and culture: perspectives, practices and futures*. Peter Lang Publishing Group.
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu: implementasi untuk UMKM. *Neo-Bis*, 8(2), 179-189.
- Cresswell, John. W (2009). *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*. McGraw-Hill. Irwin. Boston
- David. F.R (2006) *Strategic Management Konsep Edisi 10*. Jakarta. Salemba Empat.
- Deloitte Access Economics. (2015). UKM Pemicu Kemajuan Ekonomi Indonesia. Deloitte.
- Dirgantoro. C. (2001). *Manajemen Strategik Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta. Grasindo
- Eko, S. (2013, June). Ekonomi Politik Pembaharuan Desa. In Makalah disajikan dalam Pertemuan Forum VII, Refleksi Arah dan Gerakan Partisipasi dan Pembaharuan Masyarakat Desa di Indonesia, yang digelar oleh FPPM (Forum Pengembangan Partisipasi Masyarakat), di Ngawi, Jawa Timur, Indonesia, pada tanggal (pp. 15-18).
- Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma. (2015). Hambatan Usaha di Indonesia 2014-2016. Diakses dari <http://fe.gunadarma.ac.id> pada tanggal 10 Oktober 2018
- Harian Kepri. (2017). Puasa Pertama Jalan Sumatera dipadati Pedagang. Edisi 27 Mei 2017. Diakses tanggal 14 Oktober 2018
- <http://batam.tribunnews.com/2016/12/07/kualitas-produk-umkm-bintan->

- layak-saing-di-luar-negeri-tapi-masalah-ini-yang-menjegalnya edisi 7 Desember 2016 diakses pada 27 juli 2018
<http://bintankab.go.id/master/jumlah-umkm-kab-bintan-capai-2-871-pelaku-usaha/> edisi 22 Februari 2018 diakses tanggal 27 Juli 2018
- Indra dan Lestari, S. 2009. Kajian Efektivitas Model Promosi Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Jurnal Pengkajian Operasi dan UKM. Vol. 4. Hal. 116- 139.
- Kartawijaya, Hermawan. (2017) Citizen 4.0. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kasali, Rhenald. (2017). Disruption. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia. (2015). Buku 7 Badan Usaha Milik Desa: Spirit Usaha Kolektif Desa. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia. Jakarta
- Kementerian PPN/Bappenas Republik Indonesia. (2016). Penguatan UMKM untuk Pertumbuhan Ekonomi yang Berkualitas. Warta KUMKM Volume 5 No.1 Tahun 2016
- Keputusan Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Kepulauan Riau No.96 DK-UKM Tahun 2018 tentang Penetapan Pengelola PNS, Konsultan Pendamping dan Tenaga Administrasi Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PLUT-KUMKM) Kabupaten Bintan Tahun Anggaran 2018
- Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bintan Tahun 2016-2018
- Moleong, Lexy. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Rosdakarya. 2007
- Nasdian, F. T. (2014). Pengembangan masyarakat. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nasehuddin, Toto Syatori. Gozali, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Pustaka Setia. 2012
- Nilasari. S. (2014). *Manajemen Strategi itu Gampang Untuk Pemula dan Orang Awam*. Jakarta. Dunia Cerdas
- Nursanto, Mas. (2018). Meningkatkan Akses Pembiayaan UMKM Kepri Melalui Kredit Usaha Rakyat. Tanjungpinang Pos Edisi 8 Juni 2018 diakses pada tanggal 14 Oktober 2018

- Peraturan Daerah Kabupaten Bintan No. 2 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bintan No. 2011-2031
- Peraturan Deputi Bidang Restrukturisasi Usaha No. 02/Per/DEP.4/I/2017 tentang Petunjuk Teknis Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Tahun 2017
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia No.19 Tahun 2017 tentang Penetapan Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2017
- Peraturan Menteri No.02/Per/M.KUKM./I/2016 tentang Pendampingan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil
- Porter, ME. (1991). *Strategi Bersaing. Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Terjemahan. Jakarta. Erlangga
- Prasetyo, Bambang. Jannah, Lina Miftahul. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Raja Grafindo Persada. 2012
- Primiana, I. (2009). Mendorong Tumbuhnya Ekonomi Kerakyatan dalam Menumbuhkan UMKM dalam Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri. *Bandung: Alfabeta*.
- Rahmana, Arief. 2008. Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi Terdepan tentang Usaha Kecil Menengah, (online), (<http://infoukm.wordpress.com>, diakses 1 oktober 2018)
- Rencana Kerja Pemerintah Daerah Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bintan Tahun 2016-2018
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Bintan Tahun 2016-2021
- Rencana Strategis Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bintan Tahun 2016-2021
- Rohaniah. (2017). "Strategi Dinas Koperasi, Ukm, Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bintan. Skripsi. Universitas Maritim Raja Ali Haji. Tanjungpinang
- Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013). Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean. *Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta*.

- Sudaryanto. 2011. The Need for ICT-Education for Manager or Agribusinessman to Increasing Farm Income : Study of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Farm Agribusiness. *International Journal of Education and Development, JEDICT*, Vol 7 No 1 halm. 56-67
- Sugiyono, M. P. K., & Kualitatif Dan, R. D. (2011). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Kombinasi*. Bandung. Alfabeta.
- Suharto, D. G. (2016). Membangun kemandirian desa. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sumodiningrat, G., & Wulandari, A. (2015). Menuju Ekonomi Berdikari. Buku Seru. Jakarta
- Undang-Undang No.6 Tahun 2014 Tentang Desa
- Wasesa, S. A. (2013). Political Branding & Public Relations. Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59-66.
- Widjojo. H. (2017). Sari-Sari Pemasaran dan Aplikasinya di Dunia Bisnis. Prasetiya Mulya Publishing. Jakarta
- Wilantara, Rio. Susilawati. (2016). Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional di Era MEA.
- Zulkarnaen, H. O., & Sutopo, S. (2013). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) MAKANAN RINGAN (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

