

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah (Primiana 2009, Zulkairnain dan Sutopo 2013).

Namun akibat belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak

sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto dan Hanim 2002, Sudaryanto, Ragimun dan Wijayanti 2013). Kendala lain yang dihadapi UMKM adalah keterkaitan dengan prospek usaha yang kurang jelas serta perencanaan, visi dan misi yang belum mantap. Hal ini terjadi karena umumnya UMKM bersifat *income gathering* yaitu menaikkan pendapatan, dengan ciri-ciri sebagai berikut: merupakan usaha milik keluarga, menggunakan teknologi yang masih relatif sederhana, kurang memiliki akses permodalan (*bankable*), dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi (Sudaryanto, Ragimun dan Wijayanti, 2013).

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto 2011, Sudaryanto, Ragimun dan Wijayanti 2013).

Pada tahun 2011 UMKM mampu berandil besar terhadap penerimaan negara dengan menyumbang 61,9 persen pemasukan produk domestik bruto (PDB) melalui pembayaran pajak, yang

diuraikan sebagai berikut: sektor usaha mikro menyumbang 36,28 persen PDB, sektor usaha kecil 10,9 persen, dan sektor usaha menengah 14,7 persen melalui pembayaran pajak. Sementara itu, sektor usaha besar hanya menyumbang 38,1 persen PDB melalui pembayaran pajak (BPS 2011, Sudaryanto, Ragimun dan Wijayanti 2013)

Sebagian besar (hampir 99 persen), UMKM di Indonesia adalah usaha mikro di sektor informal dan pada umumnya menggunakan bahan baku lokal dengan pasar lokal. Itulah sebabnya tidak terpengaruh secara langsung oleh krisis global. Laporan *World Economic Forum* (WEF) 2010 menempatkan pasar Indonesia pada ranking ke-15. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia sebagai pasar yang potensial bagi negara lain. Potensi ini yang belum dimanfaatkan oleh UMKM secara maksimal. Perkembangan UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai persoalan sehingga menyebabkan lemahnya daya saing terhadap produk impor. Persoalan utama yang dihadapi UMKM, antara lain keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan. Dengan segala persoalan yang ada, potensi UMKM yang besar itu menjadi terhambat. Meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan lebih berat. Hal itu dikarenakan selain dipengaruhi secara tidak langsung krisis global tadi, UMKM harus pula menghadapi persoalan domestik yang tidak kunjung terselesaikan

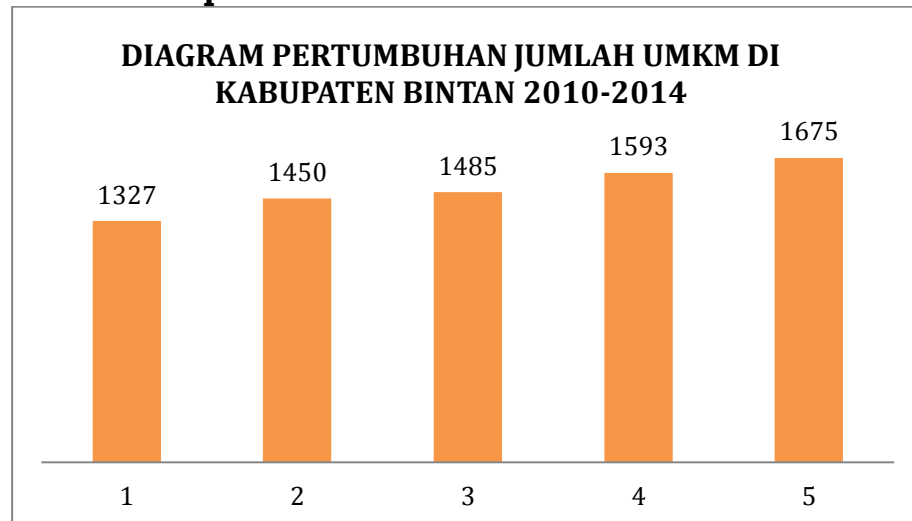
seperti masalah upah buruh, ketenaga kerjaan dan pungutan liar, korupsi dan lain-lain (Sudaryanto, Ragimun dan Wijayanti, 2013).

Dalam sebuah survei yang dilakukan BPS, telah menemukan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah permasalahan keterbatasan modal baik untuk modal kerja maupun investasi dan kesulitan pemasaran. Kendala yang sering dihadapi adalah akses pasar, untuk itu perlu dibangun system pemasaran yang lebih baik. Salah satu faktor yang perlu mendapat perhatian adalah ketersediaan informasi pasar. Informasi pasar di satu sisi berupa informasi tentang barang-barang hasil produksi UMKM dan kebutuhan atau kecenderungan pasar, yaitu jenis barang, kualitas, kuantitas maupun spesifikasi suatu barang yang diminati masyarakat. Untuk memenuhi permintaan pasar dan selera pasar serta menghadapi persaingan global menuntut inovasi dan kreativitas para pelaku usaha. Persaingan pasar yang semakin terbuka menuntut semua pelaku usaha mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku bisnis yang terjadibila tidak ingin tergilas atau lenyap sama sekali dalam pertarungan pasar. Adanya permasalahan internal UMKM serta perkembangan lingkungan dan teknologi yang demikian cepat menyebabkan UMKM kurang mampu mengakses informasi pasar (Indra dan Lestari 2009, Chrismadany 2014).

Tak terlepas dari konteks pemerintah daerah, UMKM juga menjadi andalan dalam peningkatan perekonomian di daerah termasuk Kabupaten Bintan yang merupakan salah satu wilayah di

Provinsi Kepulauan Riau. Jumlah UMKM di Kabupaten Bintan setiap tahunnya mengalami kenaikan. Sebagaimana dijelaskan di dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Bintan Tahun 2016-2021 pada diagram berikut ini.

Gambar I.1 Diagram Pertumbuhan Jumlah UMKM di Kabupaten Bintan Tahun 2010-2014



Keterangan:

1. Tahun 2010
2. Tahun 2011
3. Tahun 2012
4. Tahun 2013
5. Tahun 2014

Sumber: RPJMD Kabupaten Bintan 2016-2021

Berdasarkan data di atas, tampak bahwa pertumbuhan jumlah UMKM di Kabupaten Bintan mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Itu menunjukkan sektor UMKM masih menunjukkan suatu peluang usaha bagi masyarakat yang dianggap mampu menopang ekonomi di Kabupaten Bintan. Kemudian di dalam RPJMD Kabupaten Bintan Tahun 2016-2021 dijelaskan juga UMKM berdasarkan klasifikasi usaha dari UMKM tersebut yang sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut ini.

Tabel I.1 Jumlah UMKM di Kabupaten Berdasarkan Sektor Usaha Tahun 2010-2014

No	Sektor Usaha	Kecamatan						Jumlah UMKM
		Tambelan	Bintim	Binut	Gn.Kijang	Teluk Sebong	Teluk Bintan	
1	Perdagangan	36	321	175	74	59	66	731
2	Industri	16	55	10	18	11	9	119
3	Pertanian/Perkebunan	9	57	27	59	20	18	190
4	Perikanan	32	79	56	71	48	57	343
5	Peternakan	8	26	33	46	9	12	134
6	Aneka Jasa	9	33	30	57	18	11	158
2014		110	571	331	325	165	173	1675
2013		98	554	319	313	150	159	1593
2012		97	548	317	310	149	158	1579
2011		96	541	317	303	146	158	1561
2010		72	395	237	246	127	146	1223

Sumber : RPJMD Kabupaten Bintan Tahun 2016-2021

Berdasarkan data di atas, tampak bahwa sektor usaha dalam bidang perdagangan masih mendominasi dan kemudian diikuti oleh sektor perikanan.

Kemudian menurut Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bintan sebagaimana dilansir www.bintankab.go.id edisi 22 Februari 2018 (diakses tanggal 27 Juli 2018) menjelaskan terkait pertumbuhan UMKM sepanjang tahun 2017 yang lalu, jumlah pelaku Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) di Kabupaten Bintan telah meningkat menjadi 2.871 pelaku usaha dibandingkan tahun 2016 berjumlah 2.633 pelaku usaha.

Pemerintah Kabupaten Bintan merasa senang atas pertumbuhan pelaku UMKM sebanyak 238 pelaku usaha di tahun 2017 yang lalu. Pemerintah Daerah Kabupaten Bintan akan terus mengoptimalkan berbagai usaha pembinaan agar pelaku UMKM dapat terus berkembang, sehingga memberikan kontribusi bagi masyarakat dan pemerintah daerah. Persentase ideal untuk

membangun perekonomian ke tingkat yang lebih maju, dibutuhkan minimal sebanyak dua persen dari jumlah penduduk (www.bintankab.go.id diakses tanggal 27 Juli 2018).

Pada tahun 2017 yang lalu, Kabupaten Bintan memiliki pertumbuhan ekonomi diatas 5,3%. Pertumbuhan pelaku UMKM tentunya mempunyai andil ikut serta berkontribusi. Untuk membangun perekonomian yang lebih maju, idealnya kita butuh 2% dari jumlah penduduk. Itu artinya Kabupaten Bintan butuh sekitar 3.000-an pelaku usaha UMKM, dan itu terus dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Bintan (www.bintankab.go.id diakses tanggal 27 Juli 2018).

Tercatat jumlah pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Bintan pada tahun 2016 sebanyak 1.980 pelaku usaha, telah meningkat ditahun 2017 dengan tingkat pertumbuhan 8% atau sebanyak 2.140 pelaku usaha. Sedangkan jumlah pelaku Usaha Kecil di Kabupaten Bintan pada tahun 2016 sebanyak 485 pelaku usaha, telah meningkat ditahun 2017 dengan tingkat pertumbuhan 15,46% atau sebanyak 560 pelaku usaha. Dan, jumlah pelaku Usaha Menengah di Kabupaten Bintan pada tahun 2016 sebanyak 168 pelaku usaha, telah meningkat di tahun 2017 dengan tingkat pertumbuhan 1,79% atau sebanyak 171 pelaku usaha (www.bintankab.go.id diakses tanggal 27 Juli 2018).

Terhadap pelaku usaha pemerintah Kabupaten Bintan meminta untuk dapat terus meningkatkan kualitas produk, sehingga bisa berdaya saing di pasaran dan bisa menjadi wirausahawan yang

tangguh dan mandiri. Pemerintah Daerah saat ini mencari formula inovasi, terkait peningkatan sektor UMKM, salah satunya melalui konsep mitra kerjasama dan pengusulan bunga kredit rendah bagi pelaku UMKM (www.bintankab.go.id diakses tanggal 27 Juli 2018).

Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kabupaten Bintan menghimbau agar pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat memanfaatkan teknologi informasi dalam bidang pemasaran hasil produk usaha mereka dalam bentuk online marketing. Hal ini dikatakannya, mengingat perkembangan zaman yang terus berkembang. Memasarkan hasil produk UMKM tidak hanya sebatas etalase, kemasan produk dan lain-lain. manfaatkanlah teknologi informasi di bidang pemasaran yaitu online marketing (www.bintankab.go.id diakses tanggal 27 Juli 2018).

Namun dengan kondisi jumlah UMKM di Kabupaten Bintan yang terus mengalami pertumbuhan, kemudian diikuti dengan niatan Pemerintah Kabupaten Bintan yang terus mendorong usaha pada sektor UMKM ini, bukan tidak terdapat hambatan yang kemudian menjadi masalah dalam perkembangan UMKM jika dilihat dari sisi keberlanjutannya. Menurut salah satu informasi yang dirilis oleh www.batam.tribunnews.com edisi 7 Desember 2016, menjelaskan bahwa sebenarnya produk UMKM Kabupaten Bintan dinilai mampu menembus pasar internasional. Produk UMKM Kabupaten Bintan ada yang sudah memiliki konsumen setia di sejumlah negara. Sayangnya, pelaku usaha masih dihadapkan dengan tata aturan niaga dalam bidang ekspor. Ini masalahnya paling utama. Hal ini yang

mempersulit produk UMKM susah tembus pasar luar negeri lewat tangan sendiri, sebagaimana dijelaskan oleh Kepala Bidang Koperasi dan UMKM Disperindagkop UMKM Bintan. Salah satu contoh produknya adalah kerupuk atom, produk khas UMKM Bintan. Kerupuk atom digemari konsumen di Singapura. Beberapa kali konsumen Singapura meminta agar produk tersebut dikirimkan dalam jumlah besar. Contoh lain, produk kerupuk ikan tamban. Kerupuk itu mendapat permintaan dari Abu Dhabi. Peluang yang sayang dilewatkan sebenarnya. Harapan pemerintah Kabupaten Bintan produk ini mampu bertahan di luar negeri, akan sangat membanggakan dan akan membuat pertumbuhan ekonomi menjadi lebih baik.

Rumitnya izin ekspor yang harus dipenuhi pelaku UMKM membuat pemasaran produk ke luar negeri mau tak mau harus melalui tangan ke tiga atau pihak ketiga. Pihak ketiga ini adalah perusahaan distributor berlisensi yang memiliki izin ekspor impor. Pihak ketiga ini memiliki akses ber kirim barang internasional melalui pelabuhan Belawan, Medan dan Pelabuhan Tanjungpriok, Jakarta. Kabupaten Bintan belum memiliki pelabuhan khusus seperti Belawan dan Tanjungpriok itu. Dua produk unggulan UMKM, kacang atom dan kerupuk ikan tamban itu harus diekspor pihak ketiga melalui pelabuhan khusus itu, dalam ini Kabupaten Bintan belum dapat lakukan secara mandiri, sebagaimana dijelaskan oleh pihak Pemerintah Kabupaten Bintan (www.batam.tribunnews.com diakses tanggal 27 Juli 2018). Berdasarkan informasi ini, artinya pemasaran

produk UMKM masih mendapat hambatan dalam jangkauannya, untuk pemasaran dalam jangkauan internasional, masih terganjal persoalan aturan ekspor yang masih belum dapat diselesaikan oleh Pemerintah Kabupaten Bintan.

Selain persoalan di atas, terdapat beberapa persoalan lain yang terdapat hubungannya baik langsung dan tidak langsung terhadap keberlangsungan UMKM dan produksi-produksinya. Sebagaimana dijelaskan di dalam RPJMD Kabupaten Bintan 2016-2021 dijelaskan bahwa salah satu persoalan yang berkaitan terhadap keberlangsungan UMKM dan produksi-produksinya adalah tidak stabilnya daya beli masyarakat Kabupaten Bintan. Sebagaimana dijelaskan lebih lanjut di dalam RPJMD Kabupaten Bintan 2016-2021 bahwa secara umum terjadi peningkatan kemampuan daya beli masyarakat selama periode 2009 -2011 di Kabupaten Bintan. Daya beli Kabupaten Bintan Tahun 2009 tercatat sebesar 644,59 ribu per orang per bulan dan pada tahun 2010 meningkat menjadi 646,57 ribu. Pada tahun 2011 daya beli masyarakat Kabupaten Bintan telah mencapai 650,00 ribu. Bila dibandingkan dengan daya beli secara Nasional dan daya beli Provinsi Kepulauan Riau maka daya beli masyarakat Kabupaten Bintan telah lebih baik dari daya beli secara Nasional dan daya beli Provinsi Kepulauan Riau, tetapi dari data Susenas 2011 tercatat bahwa penduduk Kabupaten Bintan menghabiskan sekitar 51,53 persen dari pengeluarannya untuk belanja makanan atau lebih dari separuhnya, sehingga perlu

dukungan pemerintah untuk mendekatkan produk- produk tersebut ke masyarakat dan mengantisipasi terjadinya kenaikan inflasi.

Kemudian persoalan selanjutnya yang berkaitan dengan perkembangan UMKM sebagaimana dijelaskan di dalam RPJMD Kabupaten Bintan 2016-2021 yaitu kurangnya percepatan penanganan perijinan, masih tingginya angka kriminalitas dan rendahnya daya saing investasi dengan daerah lain. Dari beberapa gejala di atas, dengan jumlah UMKM di Kabupaten Bintan yang terus meningkat dari tahun ke tahun, tentunya yang perlu dipikirkan saat ini dan kedepan adalah bagaimana strategi pemasaran terhadap produk-produk UMKM yang telah ada. UMKM diharapkan bukan saja tumbuh secara kuantitas, namun dapat menghasilkan produk dan mampu memasarkannya ke berbagai pihak, sehingga akan mendatangkan pendapatan bagi daerah dan kemudian akan berdampak bagi kelangsungan hidup UMKM itu sendiri. Produk yang dihasilkan oleh UMKM diharapkan memiliki daya saing terhadap produk-produk lainnya di Indonesia atau bahkan produk luar negeri. Untuk dapat bersaing tentunya UMKM membutuhkan media promosi atau strategi promosi yang optimal sehingga produknya dapat dikenal dan berdaya saing sehingga kemudian mampu diminati oleh berbagai kalangan baik domestik dan juga internasional.

Pemerintah Daerah dalam ini sebagai fasilitator dan regulator tentunya tak boleh melepaskan begitu saja kepada UMKM itu sendiri. Harus ada kebijakan dan strategi dari Pemerintah Daerah dalam rangka mendorong daya saing dan promosi produk UMKM. Oleh

karena itu, Pemerintah Kabupaten Bintan sangat sadar akan peranannya sebagai fasilitator dan regulator, sehingga Pemerintah Kabupaten Bintan menyusun sebuah kajian atau penelitian yang berjudul Kajian Strategi Optimalisasi Pemasaran Produk-Produk UMKM di Kabupaten Bintan.

1. 2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan gejala yang terjadi dan telah dijelaskan di dalam Latar Belakang Masalah, maka dapat diidentifikasi masalah adalah sebagai berikut.

1. Jangkauan promosi produk UMKM di Kabupaten Bintan masih dalam lingkup kecil, belum masih merambah sampai lingkup atau jangkauan internasional, akibat masih terbentur dengan aturan tata niaga atau ekspor barang. Pemerintah Kabupaten Bintan belum memiliki pelabuhan khusus yang sesuai dengan aturan tata niaga ekspor barang,
2. Daya beli masyarakat yang tidak stabil. Hal ini akan mempengaruhi produk-produk yang sudah dihasilkan dari UMKM, dengan daya beli masyarakat yang fluktuatif, akan berimbas pada penjualan produk UMKM tersebut. ketika daya beli masyarakat dalam kondisi yang baik, produk UMKM mungkin akan baik dalam hal penjualannya namun jika dalam kondisi yang buruk akan juga berimbas terhadap penjualan produk tersebut, sehingga dibutuhkan strategi khusus dalam menghadapi persoalan ini. Harapannya

penjualan produk dapat stabil dalam kondisi ekonomi apapun.

3. Kurangnya percepatan penanganan perijinan, masih tingginya angka kriminalitas dan rendahnya daya saing. Hal ini akan berimbas pada kondisi ekonomi di Kabupaten Bintan yang kemudian mempengaruhi UMKM baik dari produksi, pemasaran dan distribusi. Ketidakstabilan ekonomi akan membuat produk UMKM menjadi mahal, akibat biaya produksi, pemasaran dan distribusi yang juga mahal. Mahalnya harga produk UMKM akan mempengaruhi daya beli masyarakat yang juga fluktuatif. Hal ini akan berimbas dengan penjualan produk UMKM itu sendiri.

1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka di dalam penelitian ini yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kondisi eksisting pemasaran produk UMKM di Kabupaten Bintan ?
2. Apa permasalahan pemasaran produk UMKM di Kabupaten Bintan ?
3. Bagaimana pembinaan pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Bintan ?
4. Bagaimana strategi optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM Kabupaten Bintan ?

5. Apa tahapan-tahapan yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bintan secara sistematis yang sesuai dengan proyeksi waktu untuk mencapai kondisi ideal optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM Kabupaten Bintan ?
6. Bagaimana proyeksi kebutuhan biaya pada setiap tahapan yang harus dilakukan oleh Kabupaten Bintan dalam mencapai kondisi ideal optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM Kabupaten Bintan ?
7. Apa Rekomendasi Kebijakan yang dibutuhkan dalam mendukung optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM Kabupaten Bintan ?

1.4 MAKSUD DAN TUJUAN

Adapun maksud dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengidentifikasi permasalahan pada pemasaran produk UMKM termasuk dalam konteks dalam pembinaan yang dilakukan Pemerintah Daerah,
2. Untuk menyusun sebuah strategi optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM di Kabupaten Bintan termasuk menyusun tahapan dalam rangka optimalisasi pemasaran tersebut, kemudian melakukan proyeksi biaya dan kebijakan yang tepat dalam pemasaran produk UMKM di Kabupaten Bintan. Hal ini agar membantu UMKM untuk melakukan pemasaran dan distribusi produknya sehingga proses penjualannya optimal, produknya berdaya saing baik

nasional dan internasional yang kemudian mendatangkan pendapatan bagi perekonomian di Kabupaten Bintan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi kondisi eksisting pemasaran produk UMKM di Kabupaten Bintan,
2. Mengidentifikasi permasalahan pemasaran produk UMKM di Kabupaten Bintan,
3. Mengidentifikasi pembinaan pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Bintan,
4. Menyusun strategi optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM Kabupaten Bintan,
5. Menyusun tahapan-tahapan yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bintan secara sistematis yang sesuai dengan proyeksi waktu untuk mencapai kondisi ideal optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM Kabupaten Bintan,
6. Menyusun proyeksi kebutuhan biaya pada setiap tahapan yang harus dilakukan oleh Kabupaten Bintan dalam mencapai kondisi ideal optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM Kabupaten Bintan,
7. Menghasilkan Rekomendasi Kebijakan yang dibutuhkan dalam mendukung optimalisasi pemasaran produk-produk UMKM Kabupaten Bintan.

1.5 SASARAN DAN MANFAAT

Adapun sasaran penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pelaku UMKM di Kabupaten Bintan,
2. Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bintan,
3. Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Bintan,
4. Pelaku Ekspor dan Impor Barang.

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini dibagi atas dua yaitu manfaat praktis dan akademis yaitu sebagai berikut.

1. Manfaat Praktis

- a. Mengetahui kondisi eksisting pemasaran dan permasalahan pemasaran produk UMKM di Kabupaten Bintan,
- b. Tersusunnya strategi optimalisasi pemasaran produk UMKM di Kabupaten Bintan termasuk tahapan-tahapan dan biaya-biaya untuk mencapai kondisi ideal optimalisasi pemasaran,
- c. Tersusunnya kebijakan yang tepat bagi Pemerintah Kabupaten Bintan dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bintan.

2. Manfaat Akademis

- a. Menjadi kajian yang konstruktif dalam hal manajemen pemasaran produk UMKM yang mampu diadopsi oleh pihak yang berkepentingan dalam rangka

meningkatkan pertumbuhan UMKM dan optimalisasi pemasaran produknya.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

1.3 RUMUSAN MASALAH

1.4 MAKSUD DAN TUJUAN

1.5 SASARAN DAN MANFAAT

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB II TINJAUAN TEORITIS

2.1 KONSEP UMKM

2.2 KONSEP MANAJEMEN STRATEGIK

2.3 KONSEP MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK

2.4 KERANGKA BERPIKIR PENELITIAN

BAB III METODE DAN PELAKSANAAN PENELITIAN

3.1 METODE PENELITIAN

3.1.1 JENIS PENELITIAN

3.1.2 LOKASI PENELITIAN

3.1.3 JENIS DAN SUMBER DATA

3.1.4 TEKNIK DAN ALAT PENGUMPULAN DATA

3.1.5 POPULASI DAN SAMPEL

3.1.6 TEKNIK ANALISA DATA

3.2 JADWAL PELAKSANAAN PENELITIAN

3.3 TENAGA AHLI PENELITIAN

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 GAMBARAN UMUM KABUPATEN BINTAN

4.2 GAMBARAN UMUM DINAS KOPERASI, USAHA MIKRO, PERINDUSTRIAN, DAN PERDAGANGAN KABUPATEN BINTAN

4.3 GAMBARAN UMUM PUSAT LAYANAN USAHA TERPADU (PLUT) KOPERASI, USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (KUMKM)

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN PENELITIAN

5.2 KONDISI EKSISTING METODE PEMASARAN PRODUK-PRODUK UMKM DI KABUPATEN BINTAN

5.3 KONDISI USAHA DAN PEMBINAAN PEMASARAN PRODUK-PRODUK UMKM DI KABUPATEN BINTAN

5.4 ISU STRATEGIS PERMASALAHAN PEMASARAN PRODUK-PRODUK UMKM DI KABUPATEN BINTAN

5.5 IDENTIFIKASI KELEMAHAN, PELUANG, TANTANGAN DAN ANCAMAN PEMASARAN PRODUK-PRODUK UMKM DI KABUPATEN BINTAN

5.6 STRATEGI OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK-PRODUK UMKM DI KABUPATEN BINTAN

5.7 TAHAPAN-TAHAPAN CAPAIAN DAN PROYEKSI KEBUTUHAN BIAYA DALAM RANGKA OPTIMALISASI

PEMASARAN PRODUK-PRODUK UMKM DI KABUPATEN
BINTAN

BAB VI PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

6.2 REKOMENDASI KEBIJAKAN

DAFTAR PUSTAKA