

# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENEGAH BERBASIS EKONOMI KRETIF DI KOTA BATAM

Nofriyandi<sup>1</sup>, Dedi Epriadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Administrasi Negara, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Administrasi Negara Universitas Putera Batam

email : pb161010009@upbatam.ac.id

## ABSTRACT

*UMKM is an individual business and an individual business entity that has fulfilled the micro business criteria as regulated in the Law. Batam has 81,486 MSMEs located in Batam, the number of 81,486 is for all types of MSMEs, ranging from micro, small to medium. The purpose of this study is to find out how the strategies and inhibiting factors of the Office of Cooperatives and Micro Enterprises in the development of micro and small businesses based on creative economy based in Batam City. This study uses descriptive qualitative data analysis techniques according to data obtained by researchers in the field. Data obtained in the form of words, pictures, notes, documents and interviews. The analytical method used in this research is SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) by monitoring internal and external factors. The results of the study using SWOT analysis and strategies that can be used by the Batam City Micro Business Cooperatives Office are as follows: A) Strategic Strength Opportunity (SO), namely increasing integrated business service centers in micro business development (S1, O2.O3), socializing integrated services electronically (OSS) in developing micro enterprises (S1, S2, O1, O2). B) Strenght Threat Strategy (ST), namely improving the implementation of supervision (SI, T1, T2, T3), socializing electronically integrated services (OSS) in the development of microbusinesses. C) Weakness-Opportunity (WO) strategy, namely increasing the budget and human resources increase and increasing cooperation with the private sector (W1, O3), increasing social media marketing socialization in order to minimize operational costs (W1, O1, O2). D) Weakness-Threat (WT) Strategy, namely increasing understanding of patents / law (W4, T1), increasing the ease of licensing business actors (W1, T2)*

**Keywords:** Strategy, Development,

---

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak pulau dan memiliki kepadatan penduduk paling padat dibandingkan dengan negara – negara lain di dunia, oleh karena itu tidak dapat di pungkiri bahwasanya negara Indonesia memeiliki beranekaragam kendala yang dihadapi seperti tingginya tingkat kriminalitas, demografi, meningkatnya jumlah kemiskinan serta tingginya tingkat pengangguran. Berdampak kepada kurangnya lapangan pekerjaan, kemiskinan dimana, kriminalitas dan masalah sosial. Saat ini kontribusi

sumber daya manusia (SDM) sangat diperlukan guna mencapai tujuan pembangunan yang ingin dicapai oleh pemerintah.

Pembangunan infrastruktur yang gencar dibangun pemerintah daerah saat ini, tidak sebanding dengan pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bahkan UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) yang digadang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, namun kenyatannya masih dipandang sebelah mata sektor pengembangan UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) masih sangat minim diri

tahun 2018 pemerintah daerah hanya mengalokasikan Rp 1 miliar untuk sektor UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) angka ini berbanding terbalik dengan anggaran infrastruktur yang notabenehnya tidak berdampak langsung pada masyarakat menyebabkan Batam jadi penyumbang angka kemiskinan tertinggi di Kepri. Anggota DPRD sudah berulang kali mengusulkan agar anggaran untuk UMKM ditambah. Usulan ini disampaikan lewat hasil reses dan dilanjutkan di musyawarah rencana pembangunan daerah (Musrenbang), namun lagi-lagi usulan ini ditunda ditengah jalan dengan alasan devisa anggaran kondisi ini akan terus berlanjut apalagi dengan adanya penolakan Perda PK-5 oleh wali kota dinilai akan mempersulit para pedagang UMKM untuk bersaing mengingat penopang UMKM terbesar di Batam masih ditopang oleh pedagang usaha kecil dan menengah.

Menurut dinas sosial selaku mitra komisi IV banyak program kegiatan yang tidak memberikan edukasi kepada masyarakat seperti sembako murah, program ini juga tak akan mampu meningkatkan daya beli masyarakat. Kota Batam menjadi salah satu penyebab penyumbang angka kemiskinan terbesar di Indonesia. Kemudian banyaknya pendatang dari luar kota Batam yang ingin mengadu nasib atau mencari kehidupan yang layak di kota ini, bertolak belakang dengan minimnya lapangan pekerjaan yang tersedia memberikan kontribusi angka kemiskinan meningkat. (Batampos.co.id. 2018).

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Batam tumbuh subur berdasarkan data Online Data Sistem (ODS) di Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Republik Indonesia. Batam memiliki 81.486 UMKM yang tersebar di berbagai wilayah kota Batam. Namun, dari sekian banyak jumlah usaha mikro yang ada masih banyak yang belum terdaftar serta belum memiliki izin usaha. Padahal dengan memiliki surat izin pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) kedepannya bisa mendapat pembinaan dan pelatihan

untuk meningkatkan pengembangan pemasaran agar lebih berkembang, pengurusan izin usaha mikro bisa dilakukan di Kantor Kecamatan gedung pusat layanan usaha terpadu koperasi mikro kecil menengah tepatnya di kawasan golden city Bengkong. (Batampos.co.id. 2019).

Dari observasi yang telah dilakukan berdasarkan jumlah pelaku usaha mikro di Kota Batam dengan beberapa kriteria yakni: Pada tahun 2017 pelaku usaha yang termasuk kriteria dagang/reseller, makanan/minuman, kerajinan, jasa dan kosmetik/obat-obatan di Kecamatan Nongsa, Sagulung, Batu Aji, Lubuk Baja, Sekupang, Sei. Beduk, Bengkong, Batam Kota, Batu Ampar, Galang, Bulang, dan Belakang Padang berjumlah 358 pelaku usaha. Sedangkan pada tahun 2018 dengan kriteria-kriteria yang sama di Kecamatan Nongsa, Sagulung, Batu Aji, Lubuk Baja, Sekupang, Sei. Beduk, Bengkong, Batam Kota, Batu Ampar, Galang, Bulang, dan Belakang Padang berjumlah 144 pelaku usaha, dan pada tahun 2019 dengan kriteria dagang/reseller, makanan/minuman, kerajinan, jasa dan kosmetik/obat-obatan di Kecamatan - Kecamatan yang sama berjumlah 18 pelaku usaha. Dan diketahui persentase Usaha Mikro THD Data BPS (UMK=75.575) di Kecamatan Nongsa 5,29276E-05; Sagulung 0,000860073; Batu Aji 0,000555739; Lubuk Baja 0,000198478; Sekupang 0,000568971; Sei. Beduk 0,000291102; Bengkong 0,000291102; Batam Kota 0,000463116; Batu Ampar 5,29276E-05; Galang 0; Bulang 9,26232E-05; dan Kecamatan Belakang Padang 3,96957E-05.

Dapat disimpulkan berdasarkan data yang telah diuraikan bahwa terjadinya penurunan yang signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha yang terdaftar di Tahun 2019 sebanyak 280 usaha mikro dengan persentase usaha mikro 0.0034466755 yang terdiri dari berbagai kategori bidang usaha seperti dagang/reseller, makanan dan minuman, kerajinan, jasa,

kosmetik/obat-obatan, Kecamatan Batu aji, Batam Kota, Bulang dan Galang merupakan Kecamatan yang terdaftar dan tidak memiliki izin usaha maka perlu di lakukan pengembangan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1 Strategi**

Strategi adalah sebuah pendekatan yang berhubungan dengan sebuah gagasan, perencanaan pada aktifitas yang memiliki jangka waktu yang di tetapkan dalam eksekusi yang di lakukan. Menurut David (2011:18-19) strategi merupakan sebuah aksi yang dilakukan oleh seseorang dalam mencapai sebuah tujuan yang diinginkan, strategi membutuhkan keputusan dan sumber daya yang cukup besar. Kemudian pengertian strategi secara khusus yaitu proses apa yang seharusnya dilakukan pemimpin di sebuah organisasi untuk pencapaian jangka panjang dalam upaya menemukan tujuan yang ingin dicapai sedangkan pengertian strategi secara umum ialah bersifat meningkat yang terus-menerus berdasarkan kemauan para konsumen dimasa yang akan datang.

Menurut Sholes dan Johnson strategi merupakan sebuah proses dalam memenuhi kebutuhan pasar yang tekninya menggunakan konfigurasi dalam sumber daya jangka panjang sementara strategi menurut A. Halim yaitu suatu cara yang digunakan oleh sebuah organisasi dalam mencapai tujuan dengan melihat dari sisi peluang dan ancaman.

### **2.2 Pengertian UMKM**

UMKM adalah usaha yang bertujuan untuk mengembangkan suatu usaha dengan tujuan untuk meningkatkan pemulihan, pengembangan perekonomian di berbagai sector. Sementara usaha kecil memiliki arti sebagai usaha dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat menurut (Ina Primiana).

Sementara menurut Rujitno usaha mikro kecil merupakan sebuah usaha yang dapat membantu perekonomian yang ada di Indonesia. Sebab dengan adanya usaha mikro kecil dapat mengurangi jumlah pengangguran dan

dapat membuka lapangan kerja baru. Secara tidak langsung tindakan ini dapat meningkatkan penghasilan daerah melalui pembayaran pajak usaha.

### **2.3 Prinsip-Prinsip Pengembangan**

#### **1. Kemaslahatan**

Mengandung arti atau makna kebaikan dan kontribusi bersama. secara keseluruhan pola pengembangan (UMKM) usaha mikro kecil dan menengah harus memberikan kemanfaatan yang nyata dan riil yang dirasakan oleh seluruh *stakeholders* yang terlibat. Persiapan manfaat ini akan menjadi lebih intensif dengan mengikuti prinsip umum kerja sama masa sekarang, yakni saling memberikan keuntungan dan mendatangkan kebaikan dan kemanfaatan bersama antara berbagai kemitraan (para pihak yang berkepentingan terhadap pengembangan UMKM). Pihak yang mendapatkan porsi manfaat tersebut ialah semua mitra dalam jejaring layanan satu pintu.

#### **2. Kemandirian bangsa**

Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) diarahkan agar usaha mikro makin kuat sebagai senjata utama soko guru perekonomian Indonesia. Seperti terkandung tujuan agar usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memberikan menumbuhkan sebagian besar kebutuhan dalam negeri dengan produk barang jasa maupun layanan hasil karya anak bangsa sendiri. Ini membuat makin kuatnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai tongkat kemandirian bangsa.

#### **3. Terukur**

Dalam mencapai perencanaan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus mempunyai arah dan sasaran yang tepat guna. Perencanaan harus dirancang sedemikian rupa. Langkah-langkah sasaran yang akan dicapai harus jelas. Output pada setiap program harus dapat diukur tingkat keberhasilannya. Ukuran keberhasilan dari program ini dapat bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

#### **4. Komprehensif**

Perencanaan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melibatkan beberapa lembaga sebagai pemangku kepentingan. Maka, perlu disinkronkan perencanaan-perencanaan yang akan dilakukan untuk supaya masing-masing lembaga dapat mengikuti perencanaan yaitu program tersebut dengan baik. Penyelesaian masalah dan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus mendapatkan skala prioritas yang tinggi dalam merencanakan program.

## 2.4 Kriteria Usaha Mikro

Ciri-ciri Usaha Mikro antara lain :

1. Usaha dapat berubah sewaktu – waktu, jenis barang beraneka ragam.
2. Tempat usaha tidak menetap atau berpindah – pindah.
3. Kurangnya Sumber Daya Manusia yang handal dalam tata pengelolaan keuangan.
4. Minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh setiap pelaku usaha.
5. Kurangnya relasi dan kerjasama antar pelaku usaha maupun intansi terkait.
6. Hampir sebagian pelaku usaha tidak memiliki surat izin usaha sebagai syarat legalitas usaha.

## 2.5 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif (*Creative economy*) merupakan bentuk perekonomian baru yang mengedepankan kreativitas atau gagasan baru berdasarkan pemikiran manusia. Sehubungan dengan hal itu ekonomi kreatif sangat berpengaruh terhadap upaya pembangunan perekonomian Indonesia dengan sumberdaya yang baru. Ekonomi kreatif juga dapat disebut sebagai ekonomi industri yang mengandalkan ide dan pengetahuan yang dimiliki sumber daya manusia dan ide tersebut berperan sebagai faktor produksi paling utama pada kegiatan ekonomi.

Hal ini seperti dengan karakter industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, kepandaian serta bakat individu untuk menghasilkan kesejahteraan dan lapangan kerja dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi, daya

cipta individu tersebut (I Gusti Bagus Arjana:2016,227).

## 2.6 Analisis SWOT

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT, yakni, *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threat* (ancaman). Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan dalam sebuah usaha dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk merumuskan situasi dan kondisi yang sedang berlangsung dalam usaha yang dijalani dan bukan sebagai tolok ukur atau alat analisis yang dapat memberikan jawaban pada masalah – masalah yang sedang dialami.

Teknik analisis SWOT memiliki kekuatan terbesar karena dapat menjalankan evaluasi secara lebih kontras serta sistematis tentang situasi organisasi maupun daerah bersangkutan. Ada beberapa faktor dalam Analisis SWOT antara lain:

### 1. Faktor kekuatan (*strength*)

Sebuah organisasi atau institusi yang memiliki kelebihan yang menonjol agar menjadi pilihan untuk di jadikan kekuatan.

### 2. Faktor kelemahan (*weakness*)

Perbandingan antara lembaga satu dengan lembaga yang lain disebut juga dengan faktor kelemahan (*weakness*). Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya dari unsur kekuatan pada dasarnya bertolak belakang dengan faktor kelemahan. Analisis dari faktor ini ditunjang oleh data dan informasi yang bentuk kuantitatif dan terukur agar valid dan dapat di percaya.

### 3. Faktor peluang (*opportunities*)

Faktor peluang menjadi sebuah kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan motivasi rencana proses pembangunan kota maupun instansi terkait. Sasaran yang berrawal dari *eksternal* maupun dari segi finansial kebijakan ataupun aturan pemerintah dan karena adanya paradigma teknologi baru merupakan unsur dari peluang

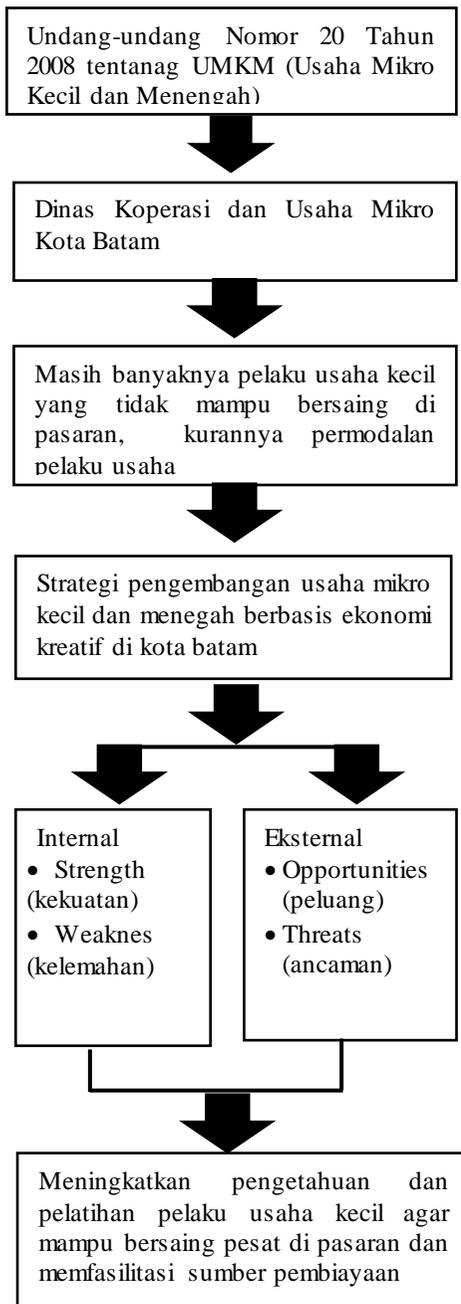
### 4. Faktor ancaman (*threat*)

Permasalahan atau sebuah ancaman yang datang dari *eksternal* dapat

menyebabkan kesulitan dan bahaya yang sangat serius bagi suatu daerah atau lembaga adalah merupakan faktor ancaman

## 2.7 Kerangka Teori

Menurut Burhan Bungin (2013:194) kerangka pemikiran adalah peneliti dapat merumuskan gejala atau permasalahan yang diteliti dan mampu mendefinisikan berita yang objektif.



## METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian digunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti memilih metode [enelitian ini karena ingin menyajikan data secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai kondisi yang terjadi pada tempat penelitian. Dengan metode penelitian deskriptif kualitatif peneliti bertujuan untuk mengali fakta mengenai Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Batam.

Menurut (sugiyono,2014:9) metode deskriptif adalah peneliti berperan sebagai instrument untuk meneliti pada situasi yang alamiah. Dalam metode deskriptif pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dapat menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menekankan pada generalisasi dan data pada metode deskriptif bersifat induktif/kualitatif

Upaya peneliti dalam penelitian ini berupa bagaimana menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Batam. Tujuannya untuk mengidentifikasi factor-faktor yang menjadi hambatan serta pendukung dalam pengembangan usaha mikro di Kota Batam. Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif berguna untuk mendapatkan jawaban yang relevan dari pertanyaan yang ada.

### 3.2 Fokus Penelitian

(Sugiyono, 2012:209) dalam Spradley fokus penelitian ialah domain tunggal atau beberapa domain yang terhubung dari situasi umum. Penelitian kualitatif dilandaskan dengan pembaharuan data yang didapatkan dari situasi lapangan. Dalam penelitian ini peneliti terfokus pada Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Batam. Konsep strategi yang digunakan peneliti dalam peneliti ini ialah analisis SWOT yang dikembangkan dalam teori Sjafrizal yang memanfaatkan analisis SWOT sebagai strategi dalam mengolah data.

### 3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ada berbagai macam namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sugiyono, 2014) dengan pengertian sebagai berikut :

1. Sumber primer ialah data yang diperoleh peneliti berasal dari informan dan diberikan langsung kepada peneliti. Data primer diperoleh peneliti dari proses wawancara dan observasi langsung di lapangan guna mencari informasi dengan pihak pemerintah sebagai pihak pelaksana yaitu pegawai Dinas Koperasi Bapak Al-azhar selaku sekretaris, Ibu Syafianora selaku kepala seksi pengembangan usaha mikro, Bapak Zulfikar selaku, Bapak Candra Wibawa selaku Kepala seksi Evaluasi, monitoring pelaporan dan data usaha mikro dan pelaku usaha Bapak Zahrin pelaku usaha pengolahan ikan tamban menari, Bapak Nur Fatahin selaku pemilik usaha kuliner, Ibu Putri selaku pemilik usaha sembako, Bapak Ali selaku pemilik usaha tas brendet, Ibu Yeyen selaku pemilik usaha penjahit kebaya, dan Bapak Alhadi selaku pemilik usaha kripik pisang.
2. Sumber sekunder yang dimaksud oleh peneliti adalah data yang diberikan secara langsung kepada peneliti, misalnya lewat perantara. Selain itu data sekunder dapat diperoleh dari jurnal, seta website resmi dari dinas dan beberapa buku, jurnal yang sesuai dengan dibutuhkan oleh peneliti.

### 3.3 Analisis Data

Pendapat dari (Sugiyono, 2012:246-253) dalam Miles dan Huberman mendefenisika bahwa kegiatan dalam analisis data kualitatif dilaksanakan secara interaktif dan berjalan secara berkelanjutan sampai selesai sehingga datanya sudah jenuh. Aktifitas dalam analisis data yaitu :

1. *Data Colection* (pengumpulan data)

Peneliti melakukan pengumpulan data, informasi penting dan akurat sesuai denga kebutuhan data yang diperlukan oleh peneliti. Peneliti datang langsung ke Dinas Koperasi Kota Batam guna mendapatkan data yang dibutuhkan.

2. *Data Reduction* (reduksi data)  
Peneliti mereduksi dengan cara meringkas atau mencocokkan serta mengolah data-data yang sudah dikumpulkan kemudian peneliti memilah data untuk dipilih antara data yang mau di pakai atau tidak. Dengan seperti itu data yang sudah di hubungkan memeberikan gambaran kepada peneliti dan memudahkan pencarian data selanjutnya.
3. *Data Display* (penyajian data)  
Dalam data display yaitu penyajian yang bisa diuraikan sangat singkat,bagan atau data sejenisnya merupakan data teks yang dapat dijelaskan.
4. *Conclusion Drawing/verification*  
Penarikan kesimpulan dilakukan peneliti ssecara berkala sepanjang penelitian dilakukan. Peneliti berusaha untuk menganalisis data-data yang sudah dikumpulkan dengan mencari pola, tema hubungan persamaan satu dengan yang lainnya. Komponen-komponen analisis yang dikutip dari Miles dan Huberman disebut dengan analisis "model inetaktif".

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Penelitian

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro sebagai salah satu SKPD (satuan kerja perangkat daerah) dilindungi. Dalam menyelesaikan serta mensukseskan pembangunan yang ada di Kota Batam diperlukan peran andil pemerintah seperti yang sudah dirancang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RJMPD) Kota Batam. Selain itu pemerintah juga berperan sebagai pendukung pencapaian visi dan misi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat, unit koperasi dan usaha menengah kecil. Namun pada awal tahun 2017, dengan keluarnya

Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2016, Dinas ini telah berganti menjadi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam.

#### **4.2 Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam**

1. Menyediakan fasilitas sertifikasi halal
2. Pengembangan Usaha Mikro melalui Peningkatan kualitas sumber daya manusia antara lain Pelatihan Kewirausahaan, Packaging, Manajemen Akuntansi, Manajemen Pemasaran, Teknik Pemasaran, Teknik Pengolahan dan Pengembangan Produk, serta fasilitas bantuan peralatan
3. Pemberdayaan Usaha Mikro melalui Pameran/ Promosi produk, Fasilitas Kemitraan (Temu Mitra/ Business Matching),
4. Pembangunan aplikasi manajemen IUMK/ Database usaha mikro secara online dan terpadu mulai tingkat kecamatan sampai tingkat Kota Batam
5. Pendampingan bagi Pelaku Usaha Mikro.

Marik SWOT Matrik ini dibuat berdasarkan faktor internal dan eksternal yaitu kekuatan (*streangth*), kelemahan (*wakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*theat*) dengan menggunakan Matrik ini maka akan menghasilkan empat alternative sebagai strategi, yaitu:

#### **4.3 Strategi SO Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam**

Strategi So merupakan sebuah strategi yang memiliki kelebihan kekuatan dan peluang pada sebuah instansi atau organisasi. Instansi atau organisasi tersebut dapat mempergunakan kekuatan dan peluang yang dimiliki seperti yang sudah dijelaskan di poin pertama yaitu meningkatkan pusat layanan terpadu dalam pengembangan usaha mikro Kota Batam dengan cara menyediakan atau memfasilitasi semua kebutuhan dan menyiapkan konsultan bagi pelaku usaha agar semua keluhan dan ketidak tahuan para pelaku usaha dapat di atasi dan bisa di terapkan setelah

diberikan pembinaan oleh Dinas Koperasi.

Strategi selanjutnya adalah mensosialisasikan pelayanan yang terintegrasi elektronik (OSS) online single submission dalam pengembangan usaha mikro Kota Batam dengan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk mengurus izin usaha melalui (OSS) online single submission dan pelaku usaha memiliki NIB (nomor induk berusaha) tidak perlu datang lagi ke kantor untuk mengurus izin. Kemudahan ini harus di sosialisasikan oleh Dinas Koperasi karena ada beberapa pelaku usaha yang tidak mengetahui ataupun mengoperasikannya.

#### **4.4 Strategi ST Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam.**

Strategi ST merupakan bentuk strategi yang tumbuh dari strategi persilangan antara kekuatan dan ancaman kemudian disebut sebagai strategi persilangan. Adapun strategi yang dihadapi yaitu meningkatkan pelaksanaan penguasaan terhadap pelaku usaha yang belum terdaftar sebagai binaan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam.

Strategi selanjutnya yaitu mensosialisasikan pelayanan yang terintegrasi elektronik (OSS) online single submission dalam pengembangan usaha mikro Kota Batam dengan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk mengurus izin usaha melalui (OSS) online single submission agar pelaku usaha dapat menjadi binaan Dinas Koperasi dan mendapatkan pelatihan untuk mengembangkan usahanya.

#### **4.5 Strategi WO Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam**

Strategi WO adalah sebuah srategi persilangan antara kelemahan dan peluang yang dimiliki oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam, berikut strateginya ialah penambahan anggaran dan sumber daya manusia serta meningkatkan kerja sama dengan pihak swasta, dengan adanya penambahan anggaran tentunya kegiatan dan pelatihan dari Dinas

Koperasi tidak terhambat begitu juga dengan bertambahnya pegawai untuk bisa mengecek ke lapangan apakah pelaksanaan yang di berikan tepat sasaran atau malah sebaliknya salah satunya yaitu dengan bekerja sma dengan pihak swasta.

Strategi berikutnya ialah meningkatkan sosialisasi pemasaran melalui media soasial agar meminimalisir biaya operasional, artinya Dinas Koperasi memberikan pelatihan kepada pelaku usaha tentang teknologi bagaimana penjualan melalui aqun media sosial untuk mengurangi biaya operasional pelaku usaha dan memudahkan penjualan bagi pelaku usaha.

#### **4.6 Strategi WT Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam**

Strategi WT merupakan sebuah strategi persilangan antara kelemahan dan ancaman yang dialami oleh Dina Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam yaitu meningkatkan pemahaman terhadap hak paten dan hukum artinya Dinas Koperasi jemput bola memberikan pemahaman terhadap hak millik atau hak paten bagi pengusaha yang mempunyai brand sendiri agar pelaku usaha memiliki kepercayaan diri untuk berkembang jauh dari yang sebelumnya dan memberikan pemahaman apabila mengambil ciptaan atau bran orang lain ada hukumannya dengan demikian maka pekaku usaha terjamin produk dan hasil karya yang mereka miiki.

Kemudian strategi yang kedua ialah meningkatkan kemudahan dalam pengurusan izin bagi pelaku usaha artinya produk yang di miliki atau yang di pasarkan oleh pelaku usaha dapat di akui oleh pemerintah dan konsumen memberikan kepercayaan lebih terhadap produk tersebut.

#### **4.6 Faktor Penghambat Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam.**

a. Anggaran yang minim menjadi salah satu faktor penghambat bagi Dinas Koperasi da Usaha Mikro Kota Batam dalam pengembangan usaha mikro di Kota Batam, karna akan berdampak kepada biaya

operasional Dinas dan pelatihan-pelatihan yang di lakukan kepada pelaku usaha, bukan itu saja pemminjaman modal bagi pelaku usaha yang kekurangan modal menjadi tergendala untuk itu Dinas Koperasi tidak bisa menjalankan pelatiahn di luar anggaran yang di tetakan.

b. Memulai usaha karena accident bukan desingn artinya kebanyakan pelaku usaha memulai usahanya karena sudah finis kontrak dari prusahaan dan setelah di kontrak lagi oleh perusahaan usahannya ditinggal, hanya sebagai usaha sampingan dan tidak konsisten dalam wirausaha ini menjadi faktor penghambat bagi Dnias Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam dalam pengembangan usaha mikro di Kota Batam.

#### **4.7 Faktor Pendukung Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam.**

a. Adanya Pusat Layanan Usaha Terpadu

Pusat layanan usaha terpadu koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PLTU KUMKM) adalah pusat pelatihan, konsultasi bisnis hingga pendampingan usaha untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha selain itu juga di gunakan sebagai galeri promosi dan ruang pemasaran berbagai produk yang di hasilkan usaha mikro ini menjadi salah satu faktor pendukung Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam dalam pengembangan usaha mikro di Kota Batam.

b. Fasilitas Kur

Kur adalah kredit usaha rakyat yang mana pelaku usaha dapat meminjam modal denagn kemudahan bunga terjangkau bagi pelaku usaha maupun pemula, Kur menjadi salah satu faktor pendukung Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam dalam pengembangan usaha mikro di kota Batam untuk itu pelaku usaha bisa mengajukan pinjaman seberapa yang di butuhkan hal ini menjadi oeluang bagi pelaku usaha yang tidak memiliki modal

- c. Lokasi strategis  
Secara geografis Kota Batam memiliki lokasi yang strategis karena berada pada jalur internasional yang berjarak beberapa mil dari negara Singapura, sehingga dapat menjadikan Kota Batam sebagai Lokomotif pembangunan ekonomi baik provinsi Kepri maupun Nasional untuk itu banyak wisatawan yang menandatangani Kota Batam dan berkuliner di sini, maka ini menjadi peluang bagi pengusaha Batam untuk mengembangkan sayapnya berkopetisi untuk memenangkan pasar ini menjadi faktor pendukung Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam dalam pengembangan Usaha Mikro di Kota Batam.

### KESIMPULAN

Berdasarkan dari data dan hasil penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti di atas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi Dinas Koperasi perlu melakukan pembaharuan berdasarkan analisis SWOT berikut faktor penghambat dan pendukung sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis SWOT maka Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam dalam pengembangan usaha mikro.
  - a. Strategi yang terbentuk dari (*Strength-Opportunity*) ialah pertama, meningkatkan pusat layanan usaha terpadu dalam pengembangan usaha mikro, yang kedua mensosialisasikan pelayanan terintegrasi elektronik (OSS) online sigle submission dalam pengembangan usaha mikro.
  - b. Strategi yang terbentuk dari (*Streanght-Treat*) ialah pertama, meningkatkan pelaksanaan pengawasan dan yang kedua, mensosialisasikan pelayanan terintegrasi elektronik (OSS) online sigle submission dalam pengembangan usaha mikro.
  - c. Strategi yang terbentuk dari (*Weaknes-Opportunity*) ialah pertama, meningkatkan penambahan anggaran dan sumber daya manusia serta.

- d. Strategi yang di bentuk dari (*weaknes-Treat*) ialah pertama, meningkatkan pemahaman hak paten dan hukum dan yang kedua, memberikan kemudahan dalam perizinan para pelaku usaha.
2. Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam
  - a. Faktor penghambat pengembangan usaha mikro di Kota Batam
    1. Faktor penghambat pengembangan usaha mikro di Kota Batam
      - a. Anggaran yang terbatas,
      - b. Memulai usaha karena insiden bukan desain.
    2. Faktor pendukung pengembangan usaha mikro Kota Batam
      - a. Adanya pusat usaha layanan terpadu
      - c. Fasilitas Kur
      - d. Lokasi strategis

### DAFTAR PUSTAKA

- Fatimah, T. (2011). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Menghadapi Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Econosains*, 9(1), 49–61. <https://doi.org/10.2e1009/ECONO SAINS.0091.06>
- Hutabarat, L. R. F. W. M. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 12–20.
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2018). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Mustaniroh, S. A., Sari, E. N., & Deoranto, P. (2019). *LAMONGAN Strategy Development of Cluster Models Based on Performance and Quality in UMKM Corn Chips in Lamongan Regency*. 20(2), 85–94.
- Hafiladdin, Moch Rochjadi, at. (2014).

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis "Community Based Economic Development" (Studi pada Pelaku UMKM di Kecamatan Sutodono Kabupaten Siduarjo). *jurnal Sosial dan Humoniora* Vol. 17, No. 2 (2014). ISSN 1411-0199. ES-ISSN 2338-1884.

Setyanto, Alief Rarhman, at. (2015). Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan Asean ( Studi Kasus Kampung Batik Laweyan). *Jurnal Etikonomi*, Volume 14 (2) Oktober 2015, P-ISSN:1432-8969, E-ISSN:2461-0771 Halaman 205-220.

Siregar, Ibrahim Chalid, at. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Tani Tomat dalam upaya Menembus Singapure (Studi Kasus Mitra Tani Parahyangan). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5 no. 1, Januari 2019, ISSN:2528-5149/EISSN:2460-7819.

Saputra, Wiko dan Tony Wangdra. (2010). *Industri Kreatif dalam Perpektif Bisnis*. BADUOSE MEDIA.