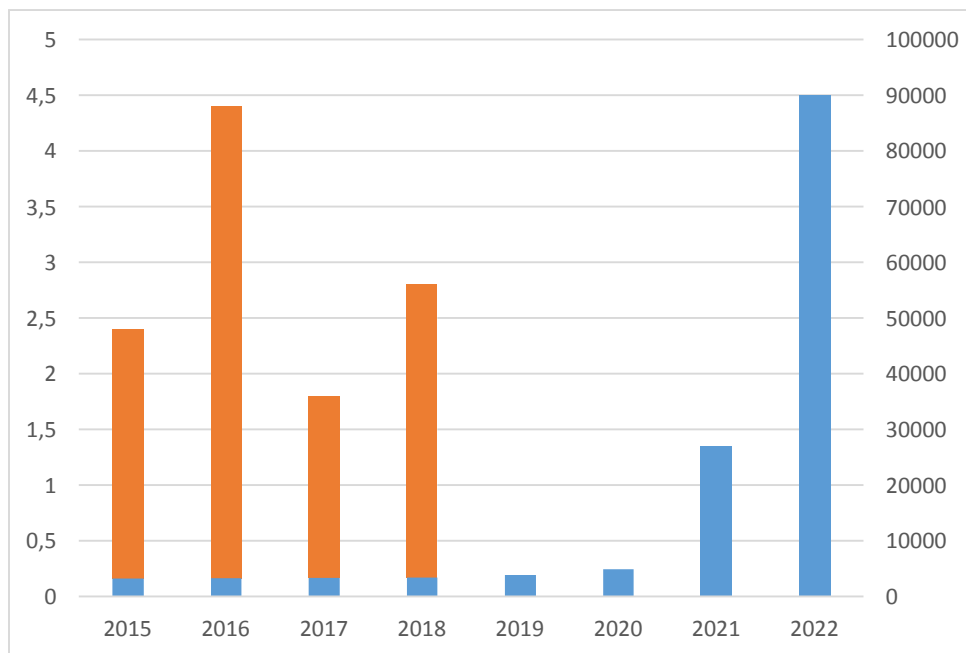


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

UMKM kota Medan menjadi salah satu sektor usaha yang menopang perekonomian Kota Medan. Jumlah UMKM Kota Medan mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada grafik dibawah ini.

Tabel 1.1
Data Rekapitulasi UMKM Di Kota Medan Tahun 2020 – 2022



Sumber Data: Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2022.

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa pertumbuhan jumlah UMKM kota Medan mengalami peningkatan yang signifikan selama tiga tahun terakhir. Pada tahun 2015 jumlah UMKM Kota Medan tercatat sebanyak 3.255 unit, kemudian pada tahun 2016 jumlah UMKM meningkat menjadi 3.273 unit,

kemudian pada tahun 2017 jumlah UMKM meningkat menjadi 3.341 unit, kemudian pada tahun 2018 jumlah UMKM meningkat menjadi 3.398 unit, kemudian pada tahun 2019 jumlah UMKM meningkat menjadi 3.861 unit.

Pada tahun 2020 tercatat jumlah UMKM kota Medan sebanyak 4.900 unit, kemudian di tahun 2021 tercatat jumlah UMKM kota Medan meningkat menjadi 27.000 unit, selanjutnya pada tahun 2022 jumlah UMKM semakin meningkat dengan tercatat sebanyak 90.000 unit UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Medan. Namun pelaku UMKM kurang memahami cara memasarkan produknya melalui media digital saat ini dan kesulitan dalam mempromosikan produknya karena keterbatasan tempat. Padahal Kota Medan pernah menjadi Pameran Karya Kreatif yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia (BI) perwakilan Sumut di Main Atrium Laguna Delipark Medan. Dengan potensi UMKM yang cukup besar, Kota Medan masih memiliki kendala dalam pembinaan Sumber Daya Manusia (SDM) dan pemasaran. Untuk itu perlu adanya peningkatan pemberdayaan UMKM menuju *go digital* dan *go global*.

Seperti contoh kasus pada Kantor Camat Medan Timur yang masih menggunakan teknik pemasaran secara konvensional atau langsung ditawarkan kepada konsumen sehingga target konsumennya terbatas terhadap pelanggan. Tidak hanya dalam pemasaran, UMKM Kota Medan juga masih kekurangan tempat dalam menjual produk-produk yang dijual. Pelaku UMKM masih sangat sulit untuk masuk ke retail (*konsumen yang membeli produk secara eceran*) dan memasarkan produknya karena kurang memperhatikan

perizinan, serta kurang memahami cara memasarkan produknya melalui media digital saat ini. Untuk itu perlu adanya peningkatan pemberdayaan UMKM *go digital* dan *go global* tidak hanya diperlukan adanya pelatihan terhadap pelaku UMKM. Pemerintah tidak hanya fokus untuk mengembangkan UMKM tetapi juga harus mengembangkan pengetahuan masyarakat atau pelaku UMKM terhadap dunia digital atau IT dan juga ketersediaan pemerintah untuk memberikan tempat pemasaran yang efisien dan efektif terhadap pelaku UMKM. Seharusnya setiap kecamatan Dinas Perdagangan Kota Medan menyediakan pusat perbelanjaan atau Mall Galeri UMKM, mall galeri yang dimaksud yaitu sebagai pusat perbelanjaan untuk mengenalkan produk-produk UMKM. Sehingga pelaku UMKM dapat memasarkan produknya di Mall Galeri tersebut dan juga bisa di pasarkan melalui *digital marketing* untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan bisa dikenal banyak orang. Hal ini dapat memperkuat dan memperluas suatu usaha kecil di masyarakat Kota Medan, dan juga dapat mengembangkan minat dan bakat usaha masyarakat kota Medan.

Pemberdayaan UMKM atau (Usaha Mikro Kecil Menengah) 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 asing, mengingat bahwa UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja di Kota

Medan. Untuk itu pemerintah dapat melibatkan seluruh pihak termasuk Dinas Koperasi UMKM Kota Medan. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan merupakan unit dinas di bawah Pemerintah Kota Medan yang mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang Koperasi dan UMKM.

UMKM memiliki tiga peranan cukup besar bantuannya dalam kehidupan masyarakat kurang mampu, yaitu sebagai salah satu fasilitas untuk mengurangi kemiskinan, sebagai alat dalam proses lebih pemerataan tingkat perekonomian masyarakat kurang mampu serta sebagai salah satu sumber pendapatan negara (*Kadeni & Srijani, 2020*). Keberadaan UMKM yang dominan sebagai pelaku ekonomi nasional juga merupakan penggerak dalam pembangunan ekonomi rakyat, khususnya dalam rangka perluasan kesempatan berusaha bagi wirausaha baru dan merupakan sektor ekonomi terbesar dalam penyerapan tenaga kerja serta memberikan sumbangsi dalam menekan angka pengangguran. Salah satu cara meningkatkan peran masyarakat dalam memajukan kesejahteraan antara lain meningkatkan pemberdayaan UMKM.

Penulis merasa kebijakan dari pemerintah harus lebih dikembangkan dalam pelatihan pemberdayaan UMKM terhadap pelaku masyarakat. Maka dari itu untuk menjawab mengapa pemberdayaan UMKM masih belum efektif dalam meningkatkan UMKM *go digital* dan *go global*. Peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Kebijakan Pemerintah Kota Medan Dalam Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Kebijakan Pemerintah Kota Medan Dalam Pemberdayaan UMKM Melalui *Digital Marketing*”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah dipaparkan, serta agar penelitian ini memiliki arah yang lebih jelas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Kebijakan Pemerintah Kota Medan Dalam Pemberdayaan UMKM Melalui *Digital Marketing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan membawa manfaat bagi beberapa pihak, Sehingga dapat dijadikan sebagai sarana evaluasi juga membawa dampak yang lebih baik:

1. Secara akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperdalam pemahaman, serta menambah sumber bacaan dan referensi bagi mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas HKBP Nommensen di masa yang akan datang tentang Kebijakan Pemberdayaan UMKM.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perumus kebijakan publik (*policy maker*) dalam menjalankan tugasnya

melalui penyempurnaan instrumen kebijakan didalam mengimplementasikan kebijakan pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM).

3. Secara Teoritik

Secara Teoritik Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pemberdayaan UMKM Kota Medan secara praktis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kebijakan

Pengertian kebijakan menurut Miriam Budiardjo adalah suatu kumpulan keputusan yang diambil oleh seorang pelaku atau kelompok politik dalam usaha memilih tujuan dan cara untuk mencapai tujuan tersebut. Kebijakan juga dapat diartikan sebagai suatu keputusan yang diambil pemerintah terhadap suatu fenomena yang terjadi pada suatu masyarakat. Masyarakat yang dibuat oleh pemerintah guna keselarasan suatu kebijakan dengan kondisi yang sebenarnya. Kebijakan-kebijakan secara umum diartikan sebagai kearifan dalam hal pengelolaan. Dengan ilmu-ilmu sosial, kebijakan diartikan sebagai dasar-dasar haluan untuk menentukan langkah-langkah dalam mencapai suatu tujuan. Kebijakan dalam makna seperti ini mungkin berupa suatu deklarasi mengenai suatu pedoman dalam bertindak, suatu arah tindakan tertentu, suatu program mengenai aktivitas-aktivitas tertentu atau suatu rencana tertentu.

Menurut Anderson (1979) menyatakan bahwa kebijakan merupakan arah tindakan yang mempunyai maksud yang ditetapkan oleh suatu aktor dalam mengatasi suatu masalah atau personal. Konsep kebijakan ini mempunyai implikasi yaitu:

1. Titik perhatian dalam membicarakan kebijakan berorientasi pada maksud dan tujuan, bukan sesuatu yang terjadi begitu saja melainkan sudah direncanakan oleh aktor-aktor yang terlibat dalam system

politik.

2. Suatu kebijakan tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan dengan kebijakan lainnya dalam masyarakat.
3. Kebijakan adalah apa yang sebenarnya dilakukan oleh pemerintah dan bukan yang diinginkan oleh pemerintah.
4. Kebijakan bisa bersifat positif dan negative, dan
5. Kebijakan harus berdasarkan hukum sehingga memiliki kewenangan masyarakat untuk mematuhi.

Adapun tahap-tahap dalam pembuatan kebijakan yaitu:

1. Penyusunan agenda, yaitu sebuah fase atau proses yang sangat strategis dalam realitas kebijakan publik. Dalam proses inilah ada ruang untuk memaknai apa yang disebut sebagai masalah publik dan agenda publik perlu diperhitungkan.
2. Formulasi kebijakan, yaitu masalah yang sudah masuk dalam agenda kebijakan kemudian dibahas oleh para pembuat kebijakan. Masalah-masalah tadi didefinisikan untuk kemudian dicari pemecahan masalah yang terbaik. Pemecahan tersebut berasal dari berbagai alternative atau pilihan kebijakan yang ada.
3. Legimitasi kebijakan, yaitu memberikan otorisasi pada proses dasar pemerintahan. Jika tindakan legimitasi dalam suatu masyarakat diatur oleh kedaulatan rakyat, warga negara akan mengikuti arahan pemerintah.

4. Evaluasi, yaitu kegiatan yang menyangkut estimasi atau penilaian kebijakan yang mencakup, substansi, implementasi dan dampak

2.2 Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan adalah aktivitas yang terlihat setelah dikeluarkan pengarahannya yang sah dari suatu kebijakan yang meliputi upaya mengelola input untuk menghasilkan *output* atau *outcomes* bagi masyarakat. Tahap implementasi kebijakan dapat dicirikan dan dibedakan dengan tahap pembuatan kebijakan. Ada tiga kelompok variabel yang mempengaruhi keberhasilan implementasi (Subarsono 2012:94) yaitu :

1. Karakteristik masalah
 - a. Tingkat kesulitan teknis dari masalah yang bersangkutan.
Di satu pihak ada beberapa masalah sosial secara teknis mudah dipecahkan, seperti kekurangan persediaan air minum bagi penduduk atau harga beras yang tiba-tiba naik.
 - b. Tingkat kemajemukan dari kelompok sasaran.
Ini berarti bahwa suatu program akan relative mudah diimplementasikan apabila kelompok sasarannya adalah homogen.
 - c. Cakupan perubahan perilaku yang diharapkan.
Sebuah program yang bertujuan memberikan pengetahuan atau bersifat kognitif akan relative mudah diimplementasikan daripada program yang bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat.
2. Karakteristik kebijakan
 - a. Kejelasan isi kebijakan. Ini berarti semakin jelas dan rinci isi sebuah kebijakan akan mudah diimplementasikan.
 - b. Seberapa jauh kebijakan tersebut memiliki dukungan teoritis.
 - c. Besarnya alokasi sumberdaya finansial terhadap kebijakan tersebut.
3. Lingkungan kebijakan
 - a. Kondisi sosial ekonomi masyarakat dan tingkat kemajuan teknologi. Masyarakat yang sudah terbuka dan terdidik akan relatif mudah menerima program-program pembaruan dibanding dengan masyarakat yang masih tertutup dan

- tradisional.
- b. Dukungan publik terhadap sebuah kebijakan.
Kebijakan yang memberikan insentif biasanya mudah mendapatkan dukungan publik.
 - c. Tingkat komitmen dan keterampilan dari aparat implementasi.
Pada akhirnya, komitmen aparat pelaksana untuk merealisasikan tujuan yang telah tertuang dalam kebijakan adalah variabel yang paling krusial.

Adapun model kebijakan menurut George C. Edward III (1980) yaitu, Dimana implementasi dapat dimulai dari kondisi abstrak dan sebuah pertanyaan tentang apakah syarat agar implementasi kebijakan dapat berhasil, menurut George C. Edwards III ada empat variabel dalam kebijakan publik yaitu Komunikasi (*Communications*), Sumber Daya (*resources*), sikap (*dispositions* atau *attitudes*) dan struktur birokrasi (*bureaucratic structure*).

1. Komunikasi

Implementasi akan berjalan efektif apabila ukuran-ukuran dan tujuan-tujuan kebijakan dipahami oleh individu-individu yang bertanggung jawab dalam pencapaian tujuan kebijakan. Kejelasan ukuran dan tujuan kebijakan dengan demikian perlu dikomunikasikan secara tepat dengan para pelaksana. Konsistensi atau keseragaman dari ukuran dasar dan tujuan perlu dikomunikasikan sehingga implementors mengetahui secara tepat ukuran maupun tujuan kebijakan itu. Komunikasi dalam organisasi merupakan suatu proses yang amat kompleks dan rumit.

2. Sumber Daya

Tidak menjadi masalah bagaimana jelas dan konsisten implementasi program dan bagaimana akuratnya komunikasi dikirim. Jika personel yang

bertanggung jawab untuk melaksanakan program kekurangan sumberdaya dalam melakukan tugasnya. Komponen sumber daya ini meliputi jumlah staf, keahlian dari para pelaksana, informasi yang relevan dan cukup untuk mengimplementasikan kebijakan dan pemenuhan sumber-sumber terkait dalam pelaksanaan program, adanya kewenangan yang menjamin bahwa program dapat diarahkan kepada sebagaimana yang diharapkan, serta adanya fasilitas-fasilitas pendukung yang dapat dipakai untuk melakukan kegiatan program seperti dana dan sarana prasarana. Sumber daya manusia yang tidak memadai (jumlah dan kemampuan) berakibat tidak dapat dilaksanakannya program secara sempurna karena mereka tidak bisa melakukan pengawasan dengan baik. Untuk itu perlu adanya manajemen SDM yang baik agar dapat meningkatkan kinerja program.

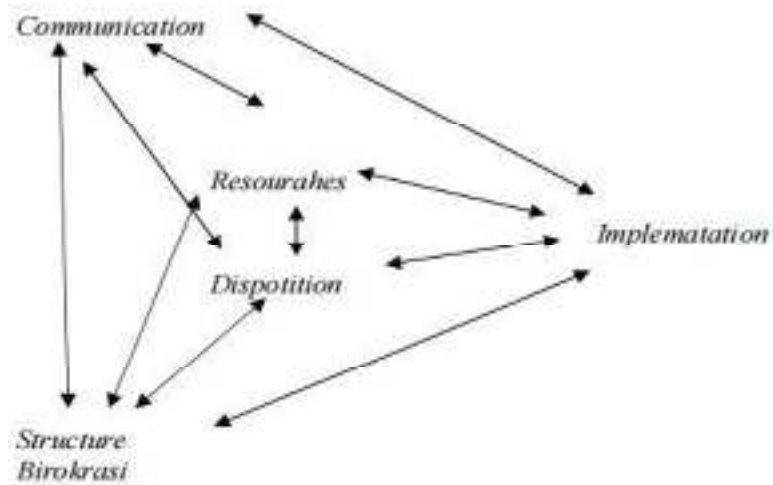
3. Disposisi atau Sikap

Sikap pelaksana merupakan faktor penting ketiga dalam pendekatan mengenai studi implementasi kebijakan publik. Jika implementasi kebijakan diharapkan berlangsung efektif, para pelaksana kebijakan tidak hanya harus tahu mengetahui apa yang harus dilakukan dan memiliki kapasitas untuk melaksanakannya tetapi mereka juga harus mempunyai keinginan untuk

4. Struktur Birokrasi

Membahas badan pelaksana suatu kebijakan, tidak dapat dilepaskan dari struktur birokrasi. Struktur birokrasi adalah karakteristik, norma-norma, dan pola-pola hubungan yang terjadi berulang-ulang dalam badan-badan eksekutif yang mempunyai hubungan baik potensial maupun nyata dengan apa yang mereka miliki dalam menjalankan kebijakan.

Gambar 1.1
Model Kebijakan George C Edward II



2.3 Pengertian Pemberdayaan

Menurut Eylon dalam Ertuk dan Cakar (2012) kami mendefenisikan pemberdayaan sebagai energi proses yang memperluas perasaan kepercayaan dan control dalam satu organisasi, yang mengarah ke hasil seperti peningkatan *self- efficacy* dan kinerja.

Secara lebih rinci Slamet (2003 : 49), menekankan bahwa hakikat Pemberdayaan adalah bagaimana membuat masyarakat mampu membangun dirinya dan memperbaiki kehidupannya sendiri.

Istilah mampu disini mengandung makna, berdaya, paham, termotivasi, memiliki kesempatan, melihat dan memanfaatkan peluang, berenergi, mampu bekerja sama, tahu sebagai alternatif, mampu mengambil keputusan, berani mengambil resiko, mampu mencari dan menangkap informasi serta mampu bertindak sesuai inisiatif. Pemberdayaan juga memiliki makna menghidupkan kembali tatanan nilai, budaya, dan kearifan lokal dalam membangun jati dirinya sebagai individu dan masyarakat. Oleh karena itu ukuran keberhasilan pemberdayaan adalah seberapa besar partisipasi atau kebudayaan yang dilakukan oleh masyarakat, semakin banyak masyarakat terlibat dalam proses tersebut. Keberdayaan dalam konteks masyarakat merupakan individu berpartisipasi aktif dalam masyarakat baik itu secara fisik, mental dan juga manfaat yang diperoleh individu yang bersangkutan. Meskipun pemberdayaan masyarakat bukan semata-mata konsep ekonomi, tetapi seringkali ditujukan pada pengetasan kemiskinan, kesejahteraan masyarakat serta penyehatan lingkungan.

2.3.1 Pemberdayaan Masyarakat

Mengutip buku Konsep Dasar “*Pengabdian Kepada Masyarakat Pembangunan dan Pemberdayaan*”, yang ditulis Eko Sudarmanto dkk (2020:21), pengertian pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan harkat dan martabat golongan warga tertentu yang ada di dalam kondisi kemiskinan dan keterbelakangan. Menurut Oos.M. anwas (2003 : 58) Pemberdayaan ditujukan agar klien atau sasaran mampu meningkatkan kualitas

kehidupannya untuk berdaya, memiliki daya saing dan mandiri, dalam pelaksanaan pemberdayaan, khususnya kepada masyarakat, agen pemberdayaan perlu memegang prinsip-prinsip pemberdayaan. Maka dapat diidentifikasi beberapa prinsip pemberdayaan masyarakat yaitu :

- a. Pemberdayaan dilakukan dengan cara yang demokratis dan menghindari unsur paksaan. Setiap individu memiliki hak yang sama untuk berdaya. Setiap individu juga memiliki kebutuhan, masalah, bakat, minat, dan potensi yang berbeda. Unsur-unsur pemaksaan melalui berbagai cara perlu dihindari karena bukan menunjukkan ciri pemberdayaan.
- b. Kegiatan pemberdayaan di dasarkan pada kebutuhan, masalah, dan potensi sasaran, hakikatnya setiap manusia memiliki kebutuhan dan potensi dirinya. Proses pemberdayaan di mulai dengan menumbuhkan kesadaran kepada sasaran akan potensi dan kebutuhannya yang dapat di kembangkan dan diberdayakan untuk mandiri.
- c. Sasaran pemberdayaan adalah sebagai subjek atau pelaku dalam kegiatan pemberdayaan, oleh karena itu sasaran menjadi dasar pertimbangan dalam menentukan tujuan, pendekatan, dan bentuk aktivitas pemberdayaan.
- d. Pemberdayaan berarti menumbuhkan kembali nilai, budaya, dan kearifan lokal yang memiliki nilai luhur dalam masyarakat. Budaya dan kearifan lokal seperti gotong royong, kerja sama, hormat kepada

yang lebih tua, dan kearifan lokalnya sebagai jati masyarakat perlu ditumbuh kembangkan melalui berbagai bentuk pemberdayaan sebagai modal sosial dalam pembangunan.

- e. Pemberdayaan merupakan sebuah proses yang memerlukan waktu, sehingga dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan, tahapan ini dilakukan secara logis dari sifatnya sederhana menuju yang kompleks.
- f. Kegiatan pendampingan atau pembinaan perlu dilakukan secara bijaksana, bertahap, dan berkesinambungan. Kesabaran dan kehatia-hatian dari agen pemberdayaan perlu dilakukan terutama dalam menghadapi keragaman karakter, kebiasaan, dan budaya masyarakat yang sudah tertanam lama.
- g. Pemberdayaan tidak bisa dilakukan dari salah satu aspek saja, tetapi perlu dilakukan secara holistik terhadap semua aspek kehidupan yang ada dalam masyarakat.
- h. Pemberdayaan perlu dilakukan terhadap kaum perempuan terutama remaja dan ibu-ibu muda sebagai potensi besar dalam mendongkrak kualitas kehidupan keluarga dan pengetasan kemiskinan serta penyehatan lingkungan.
- i. Pemberdayaan dilakukan agar masyarakat memiliki kebiasaan untuk terus belajar, individu dan masyarakat perlu dibiasakan belajar menggunakan sumber daya yang tersedia.
- j. Pemberdayaan perlu memperhatikan adanya keragaman budaya.

Oleh karena itu diperlukan sebagai metode dan pendekatan pemberdayaan yang sesuai dengan kondisi lapangan.

- k. Pemberdayaan diarahkan untuk menggerakkan partisipasi aktif individu dan masyarakat seluas-luasnya. Partisipasi ini mulai dari tahapan perencanaan, pengembangan, pelaksanaan, evaluasi, termasuk partisipasi dalam menikmati hasil dari aktivitas pemberdayaan.
- l. Sasaran pemberdayaan perlu dikembangkan sebagai bekal menuju kemandirian. Mulai dari berinovasi, berani mengambil resiko terhadap perubahan, mencari dan memanfaatkan peluang, serta mengembangkan *networking* atau sebagai kemampuan yang di perlukan dalam era *globalisasi*.
- m. Agen pemberdayaan atau petugas yang melaksanakan pemberdayaan perlu memiliki kemampuan (kompetisi) yang cukup dinamis, fleksibel dalam bertindak, serta dapat mengikuti perkembangan zaman dan tuntutan masyarakat. Agen pemberdayaan ini lebih berperan sebagai fasilitator.
- n. Pemberdayaan perlu melibatkan berbagai pihak yang ada dan terkait dalam masyarakat, mulai dari unsur pemerintah, tokoh, guru, kader, ulama, LSM, relawan, dan anggota masyarakat lainnya. Semua pihak tersebut dilibatkan sesuai peran, potensi, dan kemampuan.

2.3.2 Pemberdayaan UMKM

Dalam rangka pemberdayaan UMKM di Indonesia, Bank Indonesia (2011) mengembangkan filosofi lima jari (*Five finger philosophy*), yang artinya setiap jari mempunyai peran masing-masing dan tidak dapat berdiri sendiri serta akan lebih kuat jika digunakan secara bersamaan.

1. Jari jempol, mewakili peran lembaga keuangan yang berperan dalam intermediasi keuangan, terutama untuk memberikan pinjaman/pembiayaan kepada nasabah mikro, kecil dan menengah serta sebagai *Agents of development* (agen pembangunan).
2. Jari telunjuk, mewakili regulator yakni Pemerintah dan Bank Indonesia yang berperan dalam Regulator sektor riil dan fiskal, Menerbitkan ijin-ijin usaha, Mensertifikasi tanah sehingga dapat digunakan oleh UMKM sebagai agunan, menciptakan iklim yang kondusif dan sebagai sumber pembiayaan.
3. Jari tengah, mewakili katalisator yang berperan dalam mendukung perbankan dan UMKM, termasuk *Promoting Enterprise Access to Credit* (PEAC) *Units*, perusahaan penjamin kredit.
4. Jari manis, mewakili fasilitator yang berperan dalam mendampingi UMKM, khususnya usaha mikro, membantu UMKM untuk memperoleh pembiayaan bank, membantu bank dalam hal monitoring kredit dan konsultasi pengembangan UMKM.
5. Jari kelingking, mewakili UMKM yang berperan dalam pelaku usaha, pembayar pajak dan pembukaan tenaga kerja

2.4 Marketing Digital

Digital marketing menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009:47) adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, ataupun jejaring sosial. Tentu saja *digital marketing* bukan hanya berbicara tentang marketing internet. Pengertian *digital marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan- perusahaan. Akibatnya, perusahaan saling berkompetisi membuat konten yang menarik untuk ditampilkan dalam pemasarannya di dunia maya.

2.4.1 Dimensi Digital Marketing

Menurut Kotler & Keller *E-marketing* adalah upaya sebuah perusahaan untuk menginformasikan, mengkomunikasikan, mempromosikan, serta menjual produk dan jasanya melalui media internet. Online marketing merupakan sistem pemasaran interaktif yang menggunakan berbagai media komunikasi untuk meningkatkan respon yang sifatnya spesifik dan terukur. Eun Young Kim menetapkan empat dimensi Digital Marketing yaitu:

1. *Cost/ Transaction*, merupakan salah satu teknik dalam promosi yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi sehingga dapat menekan biaya dan waktu.

2. konsumen yang dapat memberikan informasi dan dapat diterima dengan jelas.
3. *Incentive program*. Program-program yang menarik menjadi keunggulan dalam setiap promosi yang dilakukan. Program-program ini menjadi timbal balik dan nilai lebih kepada perusahaan.
4. *Site Design*, tampilan fitur menarik dalam sosial media digital marketing yang dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sebagai bahan referensi dalam penyusunan penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal dengan terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian
Implementasi Kebijakan Pemerintah Kota Malang Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).	Yuniar Citra Dewi Soedjito, (2018). peraturan lama yaitu Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2008 tentang Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).	Pemerintah Kota Malang belum menindaklanjuti peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ke dalam peraturan daerah dan peraturan-peraturan yang lebih rendah lainnya. Pemerintah Kota Malang masih menerapkan peraturan lama yaitu Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2008 tentang Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
Efektivitas Peran Koperasi Dalam pengembangan Usaha kecil di Kota Medan	Raniwati Siregar, Marliyah (2022) <i>Jurnal Multi Disiplin (Mude)</i> .	Efektivitas pelaksanaan pengembangan UKM di Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Kota Medan sudah cukup baik tetapi masih terhambat oleh ketidakmerataan sumber daya manusia, dinas keseluruhan Koperasi UKM. Pelatihan dan Sosialisasi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan dapat mengembangkan atau

		meningkatkan kompetensi pengetahuan, keterampilan dan sikap pelaku UKM dalam melaksanakan usahanya.
Efektivitas Kebijakan Pembedayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	Yolanda Ch TT Wonok, Femmy Tulusan, Joorie Ruru.	Efektivitas kebijakan pemberdayaan Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Kawangkoan Utara sudah berjalan dengan cukup efektif dikarenakan ada sebagian informan dari hasil wawancara berpendapat informan dari hasil wawancara berpendapat bahwa masih ada kekurangan pada setiap indicator yang digunakan untuk mengukur efektivitas kebijakan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah yakni tanggung jawab, pengembangan, kecukupan pengembangan, kecukupan. Pemberian bantuan modal usaha masihi ada yang belum mendapatkan bantuan modal usaha dari pemerintah yang ada.

Persamaan Penelitian ini dengan Penelitian Terdahulu.

1. Persamaan dengan Yuniar Citra Dewi Soedjito yaitu sama menggunakan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan Kota Medan terhadap pelaku UMKM dan Pemerintah Kota Medan yang berperan sebagai regulator dan fasilitator dalam pemberdayaan UMKM sehingga mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM.
2. Persamaan dengan Raniwati Siregar, Marliyah yaitu lokasi tempat penelitian di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, dengan metode penelitian kualitatif yang berusaha untuk menggambarkan permasalahan yang ada dari fenomena penelitian.
3. Persamaan dengan Yolanda Ch TT Wonok, Femmy Tulusan, Joorie Ruru, yaitu Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan focus penelitian adalah kebijakan pemberdayaan UMKM.

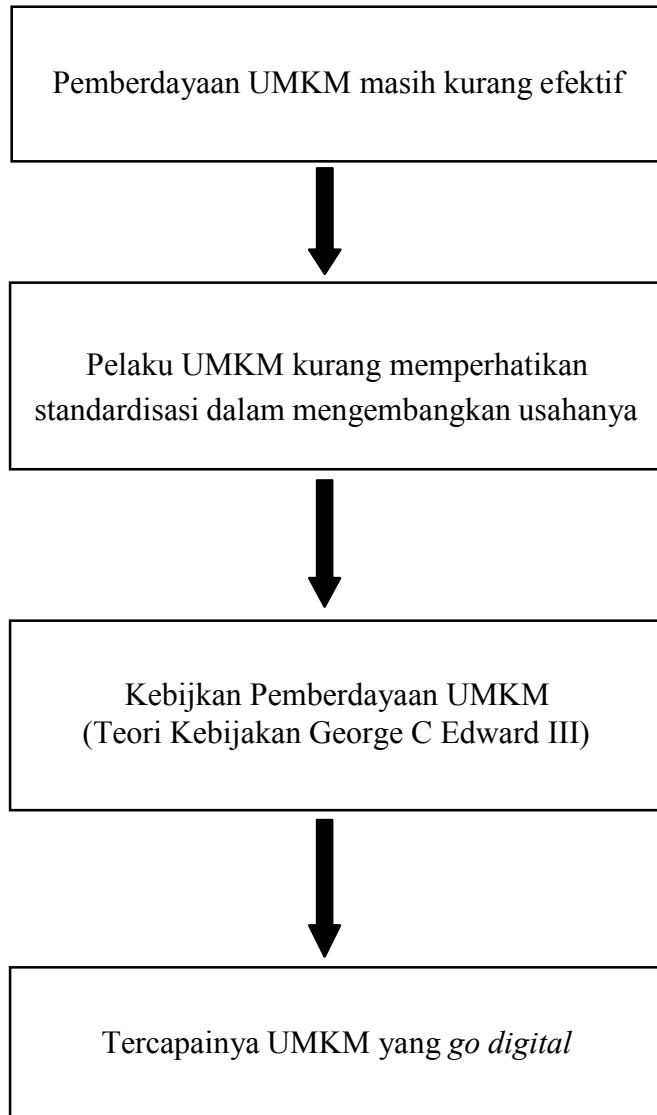
Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah, penelitian ini berfokus pada Peran pemerintah dalam pemberdayaan UMKM melalui digital marketing, dimana peneliti melihat bahwa kurangnya kesadaran masyarakat pelaku UMKM terhadap dunia digital dalam memperkenalkan produknya. Peneliti juga melihat bahwa kurangnya perhatian pemerintah terhadap pemberdayaan produk UMKM.

Sedangkan penelitian sebelumnya hanya berfokus pada peran lembaga unit UMKM seperti Dinas Koperasi dan UMKM di kecamatan nya saja, fasilitas UMKM dan juga makna dibalik realita pemberdayaan UMKM tersebut. Sedangkan penelitian ini menyadari bahwa pemberdayaan bukan sepenuhnya menjadi kewajiban dari Dinas Koperasi dan UMKM, melainkan juga diperlukan perhatian dari pemerintah untuk mendukung keberhasilan UMKM *go digital*. Pada penelitian sebelumnya juga hanya berfokus pada pemberdayaan UMKM-nya, sedangkan kebijakan pemerintah perlu diperhatikan untuk membantu pemberdayaan UMKM. Maka penelitian ini bisa menjadi kebaruan dan sumber data baru terhadap penelitian selanjutnya.

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini didasarkan pada kurangnya perhatian pemerintah terhadap pemberdayaan UMKM, yakni dimana pelaku UMKM masih melakukan teknik konvensional dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen. Melihat peran strategis yang dimiliki UMKM, perlu adanya pembinaan dan pengembangan UMKM sebagai langkah yang harus diambil oleh Pemerintah Kota Medan. Akan tetapi, langkah ini bukan semata merupakan tanggung jawab Pemerintah Kota Medan saja, pelaku UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan harus bekerjasama dengan Pemerintah Kota Medan dengan mengembangkan potensi yang dimilikinya untuk menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh Pemerintah Kota Medan.

Gambar 2.6
Kerangka Berpikir



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan proses ilmiah untuk memperoleh data yang relevan dalam suatu proses penelitian. Adapun jenis penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian metode deskriptif Kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian dengan cara mendeskripsikan secara langsung fenomena, kenyataan yang terjadi pada objek tempat penelitian, dengan cara pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi.

Menurut Sugiono (201:2), “Penelitian Kualitatif mengkaji perspektif strategi- strategi partisipan yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian arti atau pengertian kualitatif tersebut adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah di mana peneliti merupakan instrument kunci”.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti yakni di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan. Adapun alasan pemilihan lokasi tersebut dianggap sesuai dengan kebutuhan penelitian, dimana pemberdayaan Dinas Koperasi Kota Medan masih kurang memberikan perhatian terhadap Pelaku UMKM dalam mengembangkan produk-produk UMKM. Lokasi ini juga sebagai landasan penulis untuk mencari dan untuk mengetahui kebijakan seperti apa yang perlu dilakukan dalam pemberdayaan UMKM di Kota Medan.

3.3 Waktu Penelitian

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1. Persiapan Penelitian								
a. Pengajuan judul								
b. Penyusunan Proposal								
2. Seminar Proposal								
a. Revisi dan perjinan								
3. Perencanaan Penelitian								
4. Pelaksanaan Penelitian								
2. Penyusunan Laporan								
3. Ujian dan Revisi								

3.4 Informan Peneliti

Moloeong (2006:132) menyatakan bahwa, “Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian”. Penentuan informan dalam penelitian sangatlah penting untuk mendapatkan informasi-informasi yang kita butuhkan. Informan adalah

Orang yang menjadi sumber data dalam penelitian atau narasumber. Sedangkan informan juga memiliki karakteristik yang harus diklasifikasikan menjadi beberapa bagian, seperti informan kunci, informan utama dan informan tambahan. Informan dalam penelitian ini adalah :

1. Informan kunci adalah mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut penulis menetapkan informan kunci adalah Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.
2. Informan utama adalah mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Berdasarkan pengertian tersebut penulis menetapkan informan umum adalah Kepala Bidang Usaha Mikro Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.
3. Informan tambahan, yaitu mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam penelitian peneliti. Berdasarkan pengertian tersebut penulis menetapkan informan tambahan adalah Kabid pemberdayaan usaha kecil dan para pelaku UMKM.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dari sebuah penelitian karena merupakan cara untuk mendapatkan data atau informasi. Teknik pengumpulan data primer yaitu pengumpulan data yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian di lapangan.

3.5.1 Teknik Pengumpulan Data Primer

Teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian di lapangan. Teknik pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen sebagai berikut:

1. Wawancara

Dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap akan tetapi yang digunakan hanya garis besar permasalahan yang akan ditanyakan untuk pengumpulan sebuah data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur karena dengan menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur, informan yang dipilih terdiri atas mereka yang terpilih karena sifat-sifatnya yang khas dan biasanya mereka memiliki pengetahuan dan mendalami situasi, serta mereka lebih mengetahui informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Pengumpulan data yang dilakukan melalui studi bahan-bahan kepustakaan yang diperlukan untuk mendukung data primer. Teknik pengumpulan data sekunder dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen sebagai berikut:

1. Study Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu hal yang penting dalam teknik pengambilan data dalam penelitian ini. Dengan dokumentasi, data yang akan didapat berupa arsip-arsip pribadi milik informan seperti foto informan ataupun arsip-arsip pemerintah berupa lampiran kebijakan dan juga artikel dari mediamasa ataupun media elektronik yang mendukung dalam penelitian ini. Kegunaan dokumentasi adalah sebagai bukti untuk menguji validitas data yang didapat. Akrikunto (2006:231) menyatakan bahwa, metode dokumentasi merupakan proses mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya.

Dari pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar, (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.

3.6 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif, yaitu upaya yang dilakukan untuk mengorganisasikan data, menjabarkannya, mencari dan menemukan pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari yang dapat diceritakan kepada orang lain. Tahapan analisis data yang dikemukakan Miles dan Huberman yang terdiri dari :

- a. Pengumpulan Data, dalam pengumpulan data, peneliti akan dengan sendirinya terlibat dalam mendapatkan data untuk memenuhi standar

yang sudah ditetapkan dalam menjawab rumusan permasalahan yang di ungkapkan dalam penelitian.

- b. Tahap Reduksi data, yang dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan yang berlangsung secara terus menerus sejalan pelaksanaan penelitian berlangsung.
- c. Tahap penyajian data (*Display data*), dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, tabel, dan sejenisnya. Penyajian data yang dilakukan dalam bentuk penelitian ini adalah dengan teks bersifat naratif.
- d. Tahap penarikan kesimpulan, dalam tahapan ini peneliti berusaha menganalisa dan mencari pola, tema, hubungan persamaan dan sebagainya. Kemudian akan di sinkronkan dengan teori yang ada dan dianalisa secara kualitatif sehingga dapat diperoleh gambaran terkait tema penelitian dan dapat menjadi jawaban atas rumusan masalah penelitian.

