

Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi Dalam Meningkatkan Daya Saing produk Lokal di Sektor Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Soppeng

Ferdynzah putra^{1*}, Muhammadiyah², Haerana³

- 1) Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia
- 2) Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia
- 3) Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

Abstract

This study purposed to determine the Cost Excellence Strategy, Differentiation Strategy and Focus Strategy of the Department of Trade, Industry and Cooperatives in Soppeng Regency. This study used qualitative descriptive with its type case study. Data collection techniques used interviews with informants as many as 9 people. The results of this study showed that in terms of cost advantage strategies required aggressive construction of efficient facilities and vigorous efforts to achieve cost reduction. This strategy emphasized how to increase organizational productivity by seeing costs as an important factor to achieve goals, then in terms of differentiation strategies it could be seen that the products produced by SMEs had been made as attractive as possible in terms of packaging. so that the product was able to compete and enter retail stores and had its own brand to make it easier for consumers to know the local products of Soppeng Regency, and the last was the focus strategy that was known that the marketing of local products was not only within the Soppeng Regency environment, but rather the marketing was also outside Soppeng Regency. This product marketing also used online media such as Instagram and other social media.

Keywords: strategy, product competitiveness improvement

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Strategi Keunggulan Biaya, Strategi Diferensiasi dan Strategi Fokus Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi di Kabupaten Soppeng. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan tipe studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah wawancara dengan informan sebanyak 9 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari segi strategi keunggulan biaya diperlukan konstruksi agresif dari fasilitas yang efisien serta usaha yang giat untuk mencapai penurunan biaya. Strategi ini menekankan bagaimana meningkatkan produktivitas organisasi dengan melihat biaya sebagai faktor penting untuk mencapai tujuan, selanjutnya dari segi strategi diferensiasi dapat diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh pelaku UKM telah dibuat semenarik mungkin dalam hal kemasan. Hal ini kita lakukan agar produk mampu bersaing dan masuk pada toko retail dan mempunyai merek tersendiri agar memudahkan konsumen mengetahui produk hasil olahan khas Kabupaten Soppeng, dan yang terakhir adalah strategi fokus yang diketahui bahwa pemasaran produk lokal Kabupaten Soppeng tidak hanya dalam lingkungan Kabupaten Soppeng, melainkan pemasarannya juga diluar Kabupaten Soppeng. Pemasaran produk ini juga menggunakan media online seperti Instagram maupun media sosial lainnya.

Kata Kunci: strategi, peningkatana daya saing produk

* putra@gmail.com

PENDAHULUAN

Pemerintah menyadari bahwa ekonomi kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing, dan meraih keunggulan dalam ekonomi global. Salah satu harapan itu terletak pada UKM. UKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, UKM. adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar. Seperti halnya di Kabupaten Soppeng yang memiliki beberapa UKM. yang jumlahnya sekitar 50 pelaku Usaha Kecil Menengah. Para pelaku UKM. yang ada di Kabupaten Soppeng ini yang bekerja sama dengan PT. Sumber

Alfaria Trijaya tbk selaku pengelola alfamart yang menggelar pelatihan manajemen ritel di kantor dinas perdagangan, perindustrian koperasi dan UKM. Kabupaten Soppeng. UKM. di Kabupaten Soppeng ini memiliki potensi yang sangat besar dalam hal menambah perekonomian warga. Hanya saja peningkatan daya saing produk UKM. berbasis ekonomi kreatif masih belum maksimal dan banyak kendala yang dihadapi, baik oleh Pemerintah Daerah maupun pelaku usaha UKM. Kendala untuk UKM. seperti sumber daya manusia yang minim, kurangnya pengetahuan dan penguasaan teknologi yang modern serta modal. Pemerintah dianggap perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UKM. berbasis pada ekonomi kreatif karena seperti yang telah diuraikan bahwa melalui ekonomi yang kreatif, pengembangan ekonomi daerah dapat terbangun. Dalam halnya, dinas perdagangan, perindustrian dan UKM. Kabupaten Soppeng masih memiliki beberapa problem dalam meningkatkan daya saing produk lokal UKM. yang ada di Kabupaten Soppeng masih ada kendala yang dihadapi seperti halnya sumber daya manusia yang masih minim, masih kurang pengetahuan tentang penguasaan teknologi dalam hal menunjang para pelaku UKM. yang ada di Kabupaten

Soppeng. Pengembangan UKM. tidak terlepas dari pada peran pemerintah sebagai fasilitator. Kebijakan-kebijakan yang ditetapkan pemerintah seharusnya disesuaikan dengan kebutuhan si pelaku usaha tersebut dengan melihat permasalahan yang dihadapi. Salah satu kebijakannya yang berperan yaitu strategi untuk peningkatan daya saing produk. Strategi yang ditetapkan sangat mempengaruhi perkembangan UKM, apakah akan berkembang atau justru mengalami penurunan. Oleh karena itu diperlukan komunikasi yang efektif antara si pelaku usaha yaitu UKM. dan pemerintah setempat. Berdasarkan fenomena yang telah terjadi, adapun beberapa strategi yang dilakukan oleh dinas perdagangan dalam meningkatkan daya saing produk UKM. Saat ini pihaknya berusaha mencari jalan agar sektor UKM Kabupaten Soppeng bisa bangkit dan mempunyai daya saing baik dari kualitas produk maupun disektor pemasaran serta beberapa kebijakan pemerintah daerah harus segera dilakukan untuk menumbuhkan sektor rill UKM yang ada di Kabupaten Soppeng. Untuk membangkitkan sektor UKM. ini, Pemerintah tidak bisa bekerja sendiri, harus dibutuhkan partisipasi dan dukungan seluruh pemangku kepentingan untuk mengembangkan sektor UKM.

Kata strategi berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *Stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Sedangkan secara terminologi banyak ahli telah mengemukakan definisi strategi dengan sudut pandang yang berbeda-beda namun pada dasarnya kesemuanya itu mempunyai arti atau makna yang sama yakni pencapaian tujuan secara efektif dan efisien, diantara para ahli yang merumuskan tentang definisi strategi tersebut salah satu proses dimana untuk mencapai suatu tujuan dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi pada suatu persaingan guna mencapai sasaran. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Menurut Stephanie K. Marrus dalam Lusi (2012) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selanjutnya dikemukakan oleh Quinn dalam Lusi (1999) mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian

tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh. Berbeda dengan pendapat Salusu dan Young (Salusu, 2015) menawarkan suatu definisi yang lebih sederhana, yaitu: strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan”. Lain halnya dengan Kenichi Ohmae (Kurniawan dan Hamdani, 2000) seorang pakar pemasaran sekaligus konsultan manajemen tersohor dan penulis buku *The End of Nation State* mengatakan :Strategi adalah “keunggulan bersaing guna mengubah kekuatan perusahaan menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing melalui cara yang paling efisien”. Sedangkan pendapat Benjamin Tregoe dan John William Zimmerman (Kurniawan dan Hamdani, 2000) mendefinisikan strategi

sebagai :kerangka yang membimbing dan mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan arah serta karakteristik suatu organisasi”. Dalam (Bambang Hariadi,2005). strategi kaitannya dengan peningkatan daya saing yang dikemukakan oleh *M. Porter (2008)*. Strategi merupakan sekumpulan komitmen dan tindakan yang terkordinasi yang dirancang untuk mengeksploitasi kompetensi dan mencapai keunggulan bersaing. Manajemen strategik dan kaitannya dengan daya saing: (1) Strategi Keunggulan Biaya merupakan cara untuk mendapatkan keunggulan biaya diperlukan konstruksi agresif dari fasilitas yang efisien serta usaha yang giat untuk mencapai penurunan biaya yang disebabkan oleh pengalaman pengendalian biaya. (2) Strategi Diferensiasi Strategi ini adalah strategi untuk mendiferensiasikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dengan menciptakan suatu produk atau jasa baru yang dirasakan oleh seluruh industri sebagai sesuatu yang unik. Penggunaan strategi ini bukan berarti bahwa perusahaan mengabaikan faktor biaya, tetapi biaya bukanlah target utama. (3) Strategi Fokus merupakan memusatkan pada kelompok pembeli, segmen lini produk, atau pasar geografis tertentu. Jika strategi biaya

rendah dan diferensiasi ditujukan untuk mencapai sasaran mereka di keseluruhan industri, maka strategi fokus dibangun untuk melayani target tertentu secara baik. penyusunan strategi harus memerhatikan tujuan dan sasaran yang akan dicapai di waktu yang akan datang, selain itu suatu organisasi harus senantiasa tujuan dan sasaran yang akan dicapai di waktu yang akan datang, selain itu suatu organisasi harus senantiasa berinteraksi dengan lingkungan dimana strategi tersebut akan dilaksanakan, sehingga strategi tersebut tidak bertentangan melainkan searah dan sesuai dengan kondisi lingkungan dan melihat kemampuan internal dan eksternal yang meliputi kekuatan dan kelemahan organisasinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe fenomenologi. Untuk kebutuhan pengumpulan data, peneliti melakukan pengumpulan data primer yaitu data empiris yang diperoleh dari informan berdasarkan hasil wawancara. Adapun yang menjadi informan pada penelitian ini adalah Kepala Bidang pengembangan produk UKM Kabupaten Soppeng, Pengusaha Dodol Pangi, Pengusaha Bolu Cukke, Pembeli/ Konsumen, dan Masyarakat.

Data sekunder yang terdapat di dalam penelitian ini yaitu data yang dikumpulkan peneliti dari berbagai laporan-laporan atau bahkan dokumen-dokumen yang bersifat informasi tertulis yang digunakan dalam penelitian terkait Strategi Dinas Perdagangan dan Perindustrian dalam meningkatkan daya saing produk lokal di sektor UKM di Kabupaten Soppeng. Di dalam pengumpulan data yang digunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi dan dalam menganalisis data digunakan reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk pengabsahan data digunakan tiga triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi waktu dan triangulasi teknik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Soppeng secara geografis di kelilingi oleh Empat Kabupaten, berada ditengah antara Kabupaten Sidrap, Wajo, Bone dan Barru. Posisi Geografis Kabupaten Soppeng terletak antara $4^{\circ} 06' 00''$ - $04^{\circ} 32' 00''$ lintang selatan dan antara $119^{\circ} 47' 18''$ - $120^{\circ} 06' 13''$ Bujur timur. Kabupaten Soppeng memiliki luas wilayah 1.500 Km^2 dan berbatasan langsung daerah lain, yaitu :Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Sidenreng Rappang., Sebelah Timur berbatasan dengan

Kabupaten Wajo dan Bone, Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Bone, dan Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Barru. Kabupaten Soppeng secara Administrasi terdiri dari 8 Kecamatan, 21 Kelurahan, dan 49 Desa, dengan Ibukota Watansoppeng yang terletak di Kecamatan Lalabata. Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Soppeng sebagai salah satu SKPD Pemerintah Kabupaten Soppeng yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Soppeng Nomor : 01 Tahun 2008 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Pemerintah Kabupaten Soppeng dan berpedoman pada Peraturan Bupati Soppeng Nomor : 20 Tahun 2008 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Rincian Tugas Jabatan Struktural Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Soppeng.

Dalam rangka menindaklanjuti RPJMD Pemerintah Kabupaten Soppeng Tahun maka dijabarkan ke dalam dokumen perencanaan SKPD dalam bentuk dokumen Rencana Strategis (RENSTRA) Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Soppeng Tahun yang disusun berdasarkan tahapan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan (stakeholders). Dengan

demikian RENSTRA ini menjadi dasar penyusunan usulan Kebijakan Umum APBD (KUA), Rencana Kerja (RENJA) serta Prioritas dan Plafon Anggaran (PPA) setiap tahunnya. RENSTRA merupakan awal dari perencanaan lima tahun kedepan yang akan disinkronisasikan dengan hasil musrembang yang diadakan tiap tahunnya. Hasil sinkronisasi ini akan menghasilkan RENJA TAHUNAN yang menjadi dasar penyusunan Perincian Plafond Anggaran (PPAS SKPD). Penetapan KUA-PPAS pada akhirnya akan menjadi dasar penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA-SKPD). Adapun dalam penyusunan RENJA maupun RKA diharapkan agar senantiasa sejalan dan mendukung Program Kerja Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Propinsi. RENJA yang telah dievaluasi akan menjadi RKPD Kabupaten.

Sebagai dokumen perencanaan, RENJA Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Soppeng, juga berfungsi sebagai tolok ukur kinerja penyelenggara pemerintahan dan pembangunan di sektor koperasi, perindustrian dan perdagangan untuk Tahun Anggaran berikutnya. Dengan demikian komitmen dan konsistensi penyelenggara pemerintahan terhadap RENJA menjadi sangat penting untuk

mengukur akuntabilitas kinerja instansi pemerintah, salah satunya oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan LANDASAN HUKUM Beberapa pedoman yang dijadikan acuan dalam penyusunan RENCANA KERJA pada Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan, antara lain 1. Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1999 tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah; 2.Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintahan Pusat dan Pemerintah Daerah; 3.Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2006 tentang Pelaporan Keuangan dan Kinerja Instansi Pemerintah; 4. Peraturan Menteri Dalam Negeri utamanya Permendari No. 54 Tahun 2010 tentang pelaksanaan peraturan pemerintah nomor 8 tahun 2008 tentang tahapan, tatacara penyusunan, pengendalian, dan evaluasi pelaksanaan rencana pembangunan daerah.VISI dan MISI Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Soppeng. Sebagaimana dijelaskan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah bahwa Pemerintah Kabupaten Soppeng telah menetapkan Visi pembangunan yaitu :“Pemerintahan yang Melayani dan Lebih Baik” serta “Terciptanya

Perdagangan yang Maju dan Berkeadilan, Industri yang Unggul, Koperasi yang Sehat serta UKM yang Mandiri di Kabupaten Soppeng Tahun 2021”. Untuk mewujudkan visi sebagaimana tersebut diatas maka misi yang di tetapkan adalah sebagai berikut : (a) Mewujudkan stabilisasi perdagangan , (b) Mewujudkan industri yang mandiri dan kreatif , (c) Menciptakan Koperasi sebagai Soko Guru Perekonomian , (d) Menguatkan peranan UMKM sebagai pilar perekonomian. PROGRAM POKOK DINAS PERDAGANGAN, PERINDUSTRIAN, KOPERASI DAN UKM KABUPATEN SOPPENG MASA BAKTI 2017 – 2019. (1)Menciptakan Koperasi sebagai Soko Guru Perekonomian Program Peningkatan Kualitas Kelembagaan Koperasi.(2) Menguatkan Peranan UMKM sebagai Pilar Perekonomian Program Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Menengah, Usaha Kecil, dan Usaha Mikro (UMKM).(3) Mewujudkan Industri yang Mandiri dan Kreatif Program Pengembangan dan Peningkatan Kemampuan Teknologi Industri Kecil Menengah, (3) Mewujudkan Stabilitas Perdagangan.

Adapun hasil penelitian mengenai bentuk Strategi Dinas Perdagangan,

Perindustrian, Koperasi dan UKM Dalam Peningkatan Daya Saing Produk Lokal UKM di Kabupaten Soppeng yaitu:

Strategi Keunggulan Biaya

Merupakan cara untuk mendapatkan keunggulan biaya diperlukan konstruksi agresif dari fasilitas yang efisien serta usaha yang giat untuk mencapai penurunan biaya yang disebabkan oleh pengalaman pengendalian biaya. Strategi ini menekankan bagaimana meningkatkan produktivitas organisasi dengan melihat biaya sebagai faktor penting untuk mencapai tujuan. Konsumen dipandang sebagai sebuah objek mempertimbangkan biaya untuk memenuhi kebutuhan dan sebuah organisasi dituntut untuk melihat biaya sebagai hal yang berhubungan erat dengan daya beli konsumen. Dalam hal promosi, pemerintah menyediakan wadah bagi para pelaku UKM pada saat pameran. Penyediaan wadah ini diantaranya stand khusus bagi para pelaku UKM untuk mempromosikan hasil usahanya. Dalam pameran ini, sangat membantu para pelaku usaha demi meningkatkan hasil penjualan mereka. bahwa masyarakat Kabupaten Soppeng sangat mengapresiasi produk

lokal yang ada di Kabupaten Soppeng. Karena ini merupakan salah satu ciri khas yang ada di Kabupaten Soppeng dalam bidang oleh-oleh. Harganya juga masih sangat terjangkau sehingga menjadi salah satu oleh-oleh paling banyak diminati di Kabupaten Soppeng. terkait Strategi Keunggulan Biaya jika dikaitkan dengan hasil observasi selama lapangan dapat diketahui bahwa Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal di Sektor Usaha Kecil Menengah Kabupaten Soppeng. Dalam hal ini Strategi Keunggulan Biaya diperlukan konstruksi agresif dari fasilitas yang efisien serta usaha yang giat mencapai penurunan biaya disebabkan oleh pengalaman pengendalian biaya. Strategi ini menekankan bagaimana meningkatkan produktivitas organisasi dengan melihat biaya sebagai faktor penting untuk mencapai tujuan. Strategi Keunggulan Biaya. Pihak dari Dinas Perdagangan Kabupaten Soppeng melakukan pembinaan UKM berbagai Kecamatan yang ada di Kabupaten Soppeng. Salah satu binaannya yaitu dibidang kuliner dan oleh-oleh yang harganya masih sama serta sangat muda dijangkau oleh wisatawan yang dari luar daerah Kabupaten Soppeng. Pihak dari Dinas

Perdagangan Kabupaten Soppeng melakukan penyuluhan dan evaluasi terhadap hasil produksi dari UKM tersebut tanpa terlibat jauh untuk menekan biaya produksi usaha pelaku UKM yang ada di Kabupaten Soppeng.

Strategi Diferensiasi

Strategi Pembedaan Produk (*differentiation*), mendorong perusahaan/ organisasi/ dinas untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedepankan ini memungkinkan suatu organisasi untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya. Pada umumnya strategi pembedaan produk diterapkan organisasi dalam rangka mencapai keunggulan bersaing (*competitive advantage*) terhadap para pesaingnya pada semua pasar. Strategi Diferensiasi dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Soppeng untuk memberikan ciri khas tersendiri terhadap produk UKM binaan. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa tertarik terhadap produk UKM yang ada. Keunikan akan ciri khas produk juga membantu produk bertahan dan bersaing dengan produk lain di pasaran. Sejauh ini, pemerintah kota Makassar telah

melakukan berbagai upaya menerapkan strategi ini, misalkan dalam usaha kuliner oleh-oleh khas daerah di upayakan, UKM mampu memiliki merk dagang dan packaging menarik yang menjadi ciri khas sebuah produk oleh UKM. Dalam hal kemasan produk, para pelaku UKM harus membuat membuat semenarik mungkin kemasan tersebut agar menjadi salah satu ciri khas setiap hasil produksi UKM yang ada di Kabupaten Soppeng. Dinas Perdagangan juga terus memantau perkembangan UKM agar kedepannya semua produk hasil UKM mampu bersaing baik itu di Kabupaten Soppeng maupun diluar Kabupaten Soppeng. Usaha Kecil Menengah (UKM) yang ada di Kabupaten Soppeng kebanyakan diarahkan oleh dinas perdagangan ini memanfaatkan salah satu potensi yang ada di Kabupaten Soppeng. Salah satunya yaitu Dodol Pangi yang dikelola di Desa Gattatreg Kabupaten Soppeng. Produk lokal ini menjadi salah satu produk lokal andalan yang di Kabupaten Soppeng karena mempunyai ciri khas yang tersendiri yang ada di Kabupaten Soppeng baik itu dari segi rasa maupun dalam segi kemasan produk. Beberapa produk lokal yang ada di Kabupaten Soppeng sudah mampu bersaing dengan beberapa produk lokal lainnya dari daerah jawa seperti

Yogyakarta, Bandung Dan Bali. Produk kain sutera ini mengedepankan ciri khas yang ada di Kabupaten Soppeng dalam hal segi motif kain. Salah satu motif andalan produk kain sutera ini adalah motif Kalong (Kelelawar). Motif ini menjadi salah satu kebanggaan yang ada di Kabupaten Soppeng karena daerah ini sering dikenal dengan Kota Kalong. terkait Strategi Diferensiasi dikaitkan dengan hasil observasi selama lapangan dapat diketahui bahwa Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal di Sektor Usaha Kecil Menengah Kabupaten Soppeng. Dalam hal ini Strategi Diferensiasi produk dihasilkan oleh pelaku UKM telah dibuat semenarik mungkin dalam kemasan. Hal ini kita lakukan agar produk mampu bersaing dan masuk pada toko retail. Alhamdulillah, ada beberapa produk dari pelaku UKM yang sudah mampu bersaing. Kami juga dari Dinas Perdagangan Kabupaten Soppeng terus memantau beberapa perkembangan Usaha Kecil Menengah sampai saat ini. Dan kami harapkan lagi kedepannya produk yang dihasilkan pelaku UKM ini terus berkembang. Dari segi rasa produk lokal ini juga tidak kalah dengan beberapa produk yang ada di daerah lain luar Kabupaten Soppeng. Sehingga produk ini

mempunyai banyak peminat tersendiri. Beberapa produk lokal yang ada di Kabupaten Soppeng ini sudah mempunyai merek tersendiri agar memudahkan konsumen mengetahui produk hasil olahan khas Kabupaten Soppeng.

Strategi Fokus

Strategi fokus memusatkan usahanya untuk melayani sebagian kecil segmen pasar dan tidak melayani pasar secara luas. Usaha ini dilakukan dengan mengenali secara detail pasar yang dituju dan menerapkan keunggulan biaya menyeluruh atau diferensiasi pada segmen kecil tersebut. Strategi fokus digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam suatu segmen pasar yang lebih sempit. Pemasaran produk lokal Kabupaten Soppeng tidak hanya dalam lingkungan Kabupaten Soppeng, melainkan pemasarannya juga diluar Kabupaten Soppeng. Pemasaran produk ini juga menggunakan media online seperti Instagram maupun media sosial lainnya. Strategi ini ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen jumlahnya relatif kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli relatif tidak dipengaruhi oleh harga. Menentukan pangsa pasar

dengan berfokus pada target pembeli merupakan ciri dari strategi ini. Bagaimana menentukan sasaran pembeli dengan memanfaatkan kelompok pembeli, segmen lini produk dan juga pasar geografis. Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Soppeng melihat sebuah pasar sebagai tempat dijualnya berbagai komoditi dimana perlu menentukan fokus pembeli yang jelas untuk dapat meningkatkan penjualan. terkait Strategi Fokus jika dikaitkan dengan hasil observasi selama lapangan dapat diketahui bahwa Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal di Sektor Usaha Kecil Menengah Kabupaten Soppeng. Dalam hal ini Strategi Fokus pemasaran produk lokal Kabupaten Soppeng tidak hanya dalam lingkung Kabupaten Soppeng, melainkan pemasarannya juga diluar Kabupaten Soppeng. Pemasaran produk ini juga menggunakan media online seperti Instagram maupun media sosial lainnya.. Serta Hasil UKM ini juga mempromosikan semua keunggulan dalam hal kekayaan atau potensi daerah. Adapun lokasi wisatawan untuk mendapatkan oleh-oleh Kabupaten Soppeng yaitu di Galesi UKM kabupaten Soppeng. Ada beberapa produk lokal yang dijual di galeri UKM

ini termasuk oleh-oleh makanan khas yang ada di Kabupaten Soppeng. Dan pelatihan yang dilakukan oleh dinas perdagangan terhadap para pelaku UKM ini merupakan sarana meningkatkan kreatifitas bagi para pelaku usaha dan bertujuan pula untuk lebih professional dan mampu juga bersaing dengan usaha lain yang ada di Kabupaten Soppeng. Berdasarkan hasil penelitian selama di lapangan mengenai Strategi Dinas Perdagangan dan Perindustrian dalam meningkatkan Daya Saing Produk lokal di Sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Soppeng dapat dikaitkan dengan teori M. Porter, (2008) yang dimana teori ini terdiri dari tiga indikator yaitu : Strategi Keeunggulan Biaya, Strategi Diferensiasi, dan Strategi Fokus. Dalam hal strategi keunggulan biaya jika dikaitkan dengan M. Porter (2008), dapat dikatakan bahwa dalam hal Dinas perdagangan dan perindustrian yang dimana diperlukan konstruksi yang agresif serta usaha yang giat untuk mencapai penurunan biaya yang disebabkan oleh pengalaman pengendalian biaya dan menetapkan harga bagi para pelaku UKM yang sesuai dengan kesempatannya masing masing para pelaku usaha. Selanjutnya berdasarkan strategi diferensiasi yang berdasarkan dengan

kerangka pikir yaitu teori M. Porter (2008) yang dimana ia lebih menekankan pada pemberian kemasan produk kemasan yang unik terhadap hasil UKM yang ada di Kabupaten Soppeng serta mempunyai rasa yang khas. Hal ini merupakan salah satu ciri khas mengenai hasil Usaha Kecil Menengah (UKM). Dan teori yang terakhir dalam strategi peningkatan daya saing produk berdasarkan teori oleh M. Porter (2008) yang dimana strategi fokus pemasaran hasil Usaha Kecil Menengah (UKM) yang ada di Kabupaten Soppeng tidak hanya dalam ruang lingkup Kabupaten Soppeng saja melainkan pemasarannya juga diluar Kabupaten Soppeng seperti halnya di Kabupaten Wajo, Hal ini dikarenakan banyaknya pedagang dari Kabupaten Wajo datang langsung membeli sutera langsung ke Soppeng, dan pemasarannya juga diluar pulau Sulawesi seperti di Pulau Jawa. Hasil UKM di Kabupaten Soppeng sering diikuti sertakan dalam pameran yang ada di luar pulau Sulawesi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Strategi Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi dalam Meningkatkan Daya Saing Produk

Lokal di Sektor Usaha Kecil Menengah Kabupaten Soppeng dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu : (1) Strategi Keunggulan Biaya, diperlukan konstruksi agresif dari fasilitas yang efisien serta usaha yang giat untuk mencapai penurunan biaya yang disebabkan oleh pengalaman pengendalian biaya. Strategi ini menekankan bagaimana meningkatkan produktivitas organisasi dengan melihat biaya sebagai faktor penting untuk mencapai tujuan. Strategi Keunggulan Biaya. Pihak dari Dinas Perdagangan Kabupaten Soppeng melakukan pembinaan UKM dari berbagai Kecamatan yang ada di Kabupaten Soppeng. Salah satu binaannya yaitu dibidang kuliner dan oleh- oleh yang harganya masih sama serta sangat muda dijangkau oleh wisatawan yang dari luar daerah Kabupaten Soppeng. Pihak dari Dinas Perdagangan Kabupaten Soppeng melakukan penyuluhan dan evaluasi terhadap hasil produksi dari UKM tersebut tanpa terlibat jauh untuk menekan biaya produksi usaha pelaku UKM yang ada di Kabupaten Soppeng. (2) Strategi Diferensiasi diketahui bahwa, produk yang dihasilkan oleh pelaku UKM telah dibuat semenarik mungkin dalam hal kemasan. Hal ini kita lakukan agar produk mampu bersaing dan masuk pada toko retail.

Alhamdulillah, ada beberapa produk dari pelaku UKM yang sudah mampu bersaing. Kami juga dari Dinas Perdagangan Kabupaten Soppeng terus memantau beberapa perkembangan Usaha Kecil Menengah sampai saat ini. Dan kami harapkan lagi kedepannya produk yang dihasilkan pelaku UKM ini terus berkembang. Dari segi rasa produk lokal ini juga tidak kalah dengan beberapa produk yang ada di daerah lain luar Kabupaten Soppeng. Sehingga produk ini mempunyai banyak peminat tersendiri. Beberapa produk lokal yang ada di Kabupaten Soppeng ini sudah mempunyai merek tersendiri agar memudahkan konsumen mengetahui produk hasil olahan khas Kabupaten Soppeng. (3) Strategi Fokus pemasaran produk lokal Kabupaten Soppeng tidak hanya dalam lingkup Kabupaten Soppeng, melainkan pemasarannya juga diluar Kabupaten Soppeng. Pemasaran produk ini juga menggunakan media online seperti Instagram maupun media sosial lainnya.. Serta Hasil UKM ini juga mempromosikan semua keunggulan dalam hal kekayaan atau potensi daerah. Adapun lokasi wisatawan untuk mendapatkan oleh-oleh Kabupaten Soppeng yaitu di Galesi UKM kabupaten Soppeng. Ada beberapa produk lokal yang dijual di galeri UKM ini termasuk oleh-oleh

makanan khas yang ada di Kabupaten Soppeng. Dan pelatihan yang dilakukan oleh dinas perdagangan terhadap para pelaku UKM ini merupakan sarana meningkatkan kreatifitas bagi para pelaku usaha dan bertujuan pula untuk lebih professional dan mampu juga bersaing dengan usaha lain yang ada di Kabupaten Soppeng.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmoko, Hindri. 2010. Pengaruh Penganggaran Berbasis Kinerja terhadap Efektivitas Pengendalian. Magelang, Jurnal Akuntansi Pemerintah vol, 2 no.2
- Bambang, Hariadi. 2005. Strategi Manajemen. Jakarta: Bayumedia Publishing.
- Cameron and Quinn. 1999. "Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework, Reading, Mass: Addison Wesley"
- David, Fred R. 2013. *Manajemen Strategi*, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Hamdani A. 2000. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Johnson, Gerry, Kevan Scholes, Ricard Whittington, *Exploring Corporate Strategy, 8th Edition*. Harlow: Pearson Education, 2008.
- Kotler, Philip. 2008. Marketing Management: Prentice Hall International Series in Marketing Series. Edisi 10. Penerbit: Pearson Education, Limited.
- Stephanie, K. Marrus. 2012 .Desain Penelitian Manajemen

- Strategik. Jakarta: Rajawali Press
- Salusu, J., 2015. Pengambilan Keputusan Statejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sedarmayanti. 2014. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Mandar Maju.
- S.P.Siagian 2004, Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara
- Taufiqurahman 2016, Manajemen Strategik. Jakarta: Fakultas ilmu sosial dan Ilmu politik Universitas Prof. Dr. Moestopo