

ANALISIS PERAN DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN PROVINSI SUMATERA UTARA TERHADAP USAHA KECIL MENENGAH BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA MEDAN

*Lilis Suryani Ritonga¹, Waizul Qarni²

Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: liissuryaniritonga@gmail.com¹, waizulqarni@uinsu.ac.id²

Abstract

In the era of free trade, the challenge is not only having human resources (HR) who are ready to work, but also being able to prepare and create new jobs. The creative economy system is believed to be able to be a solution in overcoming these problems, as well as an alternative in facing global economic challenges that will shift the existing economic system. Indonesia, which is rich in culture and has a large population, has enormous potential in developing the creative economy. In the future, it is hoped that these human resources will be able to turn low-value goods into high-value and marketable goods. The purpose of this research is to examine in more depth the role of the North Sumatra Province Industry and Trade Office towards creative economy-based small and medium enterprises considering that Medan City has great potential and has great opportunities for the development of small and medium enterprises. With the efforts that have been implemented by the Department of Industry and Trade of Medan City through various activities such as; (1) Provision of public services in industry and trade, (2) promotion of Small and Medium Industries (IKM), (3) consumer protection, (4) Market management and development for Small and Medium Industries (IKM), and (5) the role of fostering to increase skills and knowledge.

Keywords: Small and Medium Enterprises, Creative Economy, Small and Medium Industry.

Abstrak

Di era perdagangan bebas, tantangannya bukan hanya memiliki sumber daya manusia (SDM) yang siap kerja, tetapi juga mampu mempersiapkan dan menciptakan lapangan kerja baru. Sistem ekonomi kreatif diyakini mampu menjadi solusi dalam mengatasi masalah tersebut, sekaligus sebagai alternatif dalam menghadapi tantangan ekonomi global yang akan menggeser sistem ekonomi yang telah berjalan. Indonesia yang kaya akan budaya dan berpenduduk besar mempunyai potensi yang sangat besar dalam pengembangan ekonomi kreatif. Kedepannya, diharapkan SDM ini mampu menjadikan barang yang bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi dan berdaya jual. Tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengkaji lebih mendalam, peran dinas perindustrian dan perdagangan provinsi sumatra utara terhadap usaha kecil menengah berbasis ekonomi kreatif mengingat Kota Medan memiliki potensi dan memiliki peluang yang besar untuk berkembangnya usaha kecil menengah. Dengan upaya yang telah diterapkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan melalui berbagai aktivitas seperti; (1)

Penyelenggaraan pelayanan umum di bidang perindustrian dan perdagangan, (2) promosi IKM, (3) Perlindungan konsumen, (4) Pengelolaan dan pengembangan Pasar bagi IKM, dan (5) peran pembinaan untuk peningkatan keterampilan dan pengetahuan.

Kata Kunci: *Usaha Kecil Menengah (UKM), Ekonomi Kreatif, Industri Kecil dan Menengah (IKM).*

PENDAHULUAN

Di era perdagangan bebas, tantangannya bukan hanya memiliki sumber daya manusia (SDM) yang siap kerja, tetapi juga mampu mempersiapkan dan menciptakan lapangan kerja baru. Realitas yang terjadi di Indonesia saat ini menunjukkan paradigma masyarakat Indonesia yang terdidik sebagai pencari kerja. Di masa ketidakstabilan ekonomi, stabilitas pekerjaan dan keamanan adalah tujuan utama, dan stabilitas ini muncul setelah menjadi karyawan dengan gaji bulanan tetap. Terakhir adalah masalah pengangguran, penyakit struktural dan kronis yang menjangkiti semua negara berkembang, karena jumlah orang yang mencari pekerjaan meningkat setiap tahun dan tidak tersedia cukup lapangan pekerjaan. Akibatnya, jumlah pengangguran terus meningkat setiap tahun. Hal ini dibuktikan dengan pasar kerja yang ramai dipenuhi oleh pencari kerja.

Sistem ekonomi kreatif diyakini mampu menjadi solusi dalam mengatasi masalah tersebut, sekaligus sebagai alternatif dalam menghadapi tantangan ekonomi global yang akan menggeser sistem ekonomi yang telah berjalan. Indonesia yang kaya akan budaya dan berpenduduk besar mempunyai potensi yang sangat besar dalam pengembangan ekonomi kreatif.

Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia merupakan wujud optimisme serta luapan aspirasi untuk mendukung mewujudkan visi Indonesia yaitu menjadi negara yang maju. Didalamnya terdapat pemikiran, cita-cita, imajinasi, dan mimpi untuk menjadi masyarakat dengan kualitas hidup yang tinggi, sejahtera, dan kreatif. Ekonomi kreatif menjadikan sumber daya manusia (SDM) sebagai modal utama dalam sebuah pengembangan yang berawal dari gagasan, ide dan pemikiran. Ke depannya, diharapkan SDM ini mampu menjadikan barang yang bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi dan berdaya jual. Profesi yang mengharuskan seseorang untuk memiliki daya kreativitas tinggi adalah wirausahawan. Maka pengembangan ekonomi kreatif ini secara tidak langsung mengarahkan dan mencoba untuk menciptakan wirausaha-wirausaha yang handal dalam berbagai bidang.

Usaha Kecil Menengah (UKM) memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia dan dianggap sebagai motor penggerak perekonomian daerah. Hal ini ditunjukkan pada saat krisis ekonomi 1998, ketika banyak usaha besar bangkrut, usaha kecil adalah kelompok yang paling bertahan.

Perkembangan UKM akan berdampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi, kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat, sehingga usaha kecil di Indonesia harus

mampu menciptakan inovasi-inovasi baru agar tidak dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya. Menurut RTRW Nasional, RTRW Sumut, RTRW Mebendaro dan RTRW Kota Medan, sektor industri merupakan salah satu sektor yang sangat menjanjikan di Kota Medan sebagai ibu kota provinsi Sumatera Utara, dan memiliki masa depan yang menjanjikan terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja. kontribusi yang cukup besar.

Pemerintah Sumatera Utara memiliki sekitar 2,5 juta usaha kecil dan menengah yang tersebar di berbagai daerah. Saat melemahnya nilai tukar rupiah saat ini, para pelaku usaha pun kian terpukul setelah kenaikan harga bahan baku Pemerintah juga diharapkan dapat memberikan insentif bagi para pelaku usaha tersebut, keringan beban pajak kepada pelaku usaha. Ini mengingat UKM selain penopang ekonomi yang mampu bertahan di tengah krisis, juga dapat menyerap tenaga kerja.

Dalam upaya mendukung dinamika tersebut Indonesia telah menjalankan suatu kebijakan pokok dalam pemberdayaan usaha kecil dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Industri Kecil adalah pengembangan keterkaitan antara usaha besar, menengah dan usaha kecil dalam pola kemitraan usaha yang saling membutuhkan, memperkuat, dan menguntungkan. Peran pemerintah dalam pemberdayaan untuk kebijaksanaan pengembangan usaha kerajinan dan industri rumah tangga, menyarankan industri rumah tangga untuk diselaraskan dengan pemanfaatan potensi sumber daya yang ada seperti sumber daya manusia, sumber daya alam dan nilai-nilai budaya daerah setempat yang ditempuh melalui pembinaan berbagai sentra usaha yang dilaksanakan oleh pemerintah, dalam hal ini yang menangani yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Industri kecil yang ada di Kota Medan mempunyai peranan yang sangat strategis, baik dalam pemerataan kesempatan berusaha, pemerataan penyebaran lokasi industri yang mendukung pembangunan, pemerataan kesempatan kerja, dan bertujuan untuk membentuk masyarakat industri kecil yang mandiri, tangguh, dan berkembang menjadi industri besar.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik mengkaji lebih mendalam, mengingat Kota Medan memiliki potensi dan memiliki peluang yang besar untuk berkembangnya usaha kecil menengah.

TINJAUAN PUSTAKA

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial (Suryana, 2013). Hasil kreatifitas berfikir melahirkan inovasi yang menjadi bagian dalam menentukan kesejahteraan dan kinerja perekonomian dalam jangka panjang sebagaimana inovasi tersebut menjadi pengaruh dalam kinerja sebuah perusahaan (Bakhshi, MacVittie, & Simmie, 2008).

Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan

ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (creative value chain); lingkungan pengembangan (nurturance environment); pasar (market) dan pengarsipan (archiving) (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014). Berdasarkan definisi tersebut maka ekonomi kreatif tidak hanya memberikan nilai tambah secara ekonomi tetapi juga memberikan penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Industri kreatif merupakan bagian dari ekonomi kreatif. Department for Culture, Media and Sport's (DCMS) Inggris mendefinisikan industri kreatif sebagai kegiatan yang berasal dari kreatifitas, keahlian, bakat dan memiliki potensi untuk memberikan nilai tambah melalui eksploitasi kekayaan intelektual yang dimiliki (Miles & Green, 2008). Sedangkan pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014) mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang menghasilkan output dari pemanfaatan kreativitas, keahlian, dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah, lapangan kerja, dan peningkatan kualitas hidup.

Dalam pengembangan ekonomi kreatif dibutuhkan sinergisitas peran pemerintah, intelektual dan bisnis, yang kemudian disebut sistem triple helix (Moelyono, 2010). Sistem triple helix kini telah disempurnakan dengan sistem quad helix yang melibatkan peran masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif. Masyarakat juga melakukan inovasi seiring adanya perkembangan sektor pelayanan publik, internet dan era globalisasi (Kimatu, 2016). Sistem quad helix telah digunakan oleh Pemerintah Indonesia dalam menyusun Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif 2015-2025 dan Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif 2015-2019 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014). Pembangunan ekonomi kreatif dalam 5 tahun tidak terbatas hanya pada pengembangan 15 subsektor ekonomi kreatif yaitu (1) arsitektur; (2) desain; (3) film, video, dan fotografi; (4) kuliner; (5) kerajinan; (6) mode; (7) musik; (8) penerbitan; (9) permainan interaktif; (10) periklanan; (11) penelitian dan pengembangan; (12) seni rupa; (13) seni pertunjukan; (14) teknologi informasi; dan (15) televisi dan radio, tetapi juga berupaya pada pengarusutamaan ekonomi kreatif dalam setiap sektor ekonomi.

Usaha Kecil Menengah (UKM)

Pembahasan usaha kecil menengah masuk dalam pengelompokan jenis usaha yang meliputi industri dan perdagangan. Pengertian tentang usaha kecil menengah (UKM) tidak selalu sama, tergantung konsep yang digunakan negara itu. Mengenai pengertian usaha kecil ternyata sangat bervariasi, disatu negara dengan negara lainnya. Dalam definisi tersebut sedikitnya dua aspek yaitu aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap oleh perusahaan.

Dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat diklarifikasikan menjadi empat kelompok yaitu:

- a. Livelihood Activities, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima. Kelompok ini disebut sebagai sektor informal. Di Indonesia jumlah UKM kategori ini sangat besar.
- b. Micro enterprise, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan. Jumlah UKM ini di Indonesia juga cukup besar.
- c. Small Dynamic Enterprise, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor. Banyak pengusaha skala menengah dan besar yang tadinya berasal dari kategori ini. Jika dididik dan dilatih dengan baik maka sebagian dari UKM kategori ini akan masuk ke kategori empat. Jumlah kelompok UKM ini jauh lebih kecil dari jumlah UKM yang masuk kategori satu dan dua.
- d. Fast Moving Enterprise, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB). Kelompok ini jumlahnya juga lebih sedikit dari UKM kategori satu dan dua.

Ciri – Ciri Usaha Kecil Menengah (UKM):

- a. Bahan baku mudah diperoleh.
- b. Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi.
- c. Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-temurun.
- d. Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.
- e. Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal/domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk di ekspor.
- f. Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat, secara ekonomis menguntungkan.

METODE

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat analisis induktif yaitu dengan mengumpulkan, menyusun dan mendeskripsikan berbagai informasi, dokumen dan informasi yang aktual. Materi yang diperoleh akan diinterpretasikan dalam bentuk pemaparan dan analisis sehingga tujuan dari penelitian ini dapat tercapai. Menurut Sugiyono bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif yang dimulai dari eksplorasi mencari informasi-informasi dari para informan yang mempunyai peran penting dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kota Medan.

Dalam penelitian kualitatif informasi yang dikumpulkan dan diolah peneliti sendiri. Penelitian ini memfokuskan pada studi kasus yang merupakan penelitian rinci mengenai suatu obyek selama periode tertentu yang dilakukan secara seutuhnya, menyeluruh dan

mendalam dengan menggunakan berbagai sumber information. Dalam kaitannya dengan waktu dan tempat, obyek yang diangkat sebagai studi kasus bersifat kontemporer, yaitu yang sedang berlangsung atau telah berlangsung namun masih menyisakan dampak dan pengaruh yang luas, kuat atau khusus pada saat penelitian dilaksanakan.

Industri Kecil dan Menengah (IKM)

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan Industri Kecil dan Menengah (IKM) sebagai berikut:

1. Industri kecil, yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, yang memiliki tenaga kerja sebanyak 5-19 orang.
2. Industri menengah, yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang.

Menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Depperindag) Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Desperindag) mendefinisikan Industri Kecil dan Menengah (IKM) sebagai berikut:

1. Industri kecil, adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya.
2. Industri menengah, adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya.

HASIL PEMBAHASAN

Isi Hasil dan Pembahasan

Secara geografis, Kota Medan diperkirakan terletak diantara: $2^{\circ}.27'$ – $2^{\circ}.47'$ Lintang Utara dan $98^{\circ}.35'$ – $98^{\circ}.44'$ Bujur Timur. Kota Medan memiliki luas 26.510 Hektar sama dengan 3,6% dari total luas wilayah Provinsi Sumatera Utara. Oleh karena itu, selain memiliki modal dasar pembangunan dengan jumlah penduduk dan letak geografis serta peranan regional yang relatif terus berkembang semakin besar dan strategis, namun Kota Medan juga memiliki keterbatasan ruang sebagai bagian dari dayadukung lingkungan kota.

Luas Kota Medan dapat dikatakan relatif kecil dibandingkan dengan luasan beberapa kota besar lainnya secara provincial/nasional. Keterbatasan ruang lebihdirasakan karena bentuk wilayah administratif Kota Medan yang sangat rampingdi tengah, sehingga secara alami dapat menjadi tantangan penghambat pengembangan perkotaan ke wilayah utara, khususnya di bidang penyediaan sarana prasarana kota. Kondisi tersebut juga menyebabkan cenderung kurangseimbang dan terintegrasinya ruang kota di Bagian Utara

dengan Bagian Selatan. Namun demikian, sebagai salah satu pusat perekonomian provincial terpenting di pulau Sumatera dan salah satu dari tiga Kota Metropolitan baru di Indonesia, Kota Medan memiliki kedudukan, fungsi dan peranan strategis sebagai pintu gerbang utama bagi kegiatan jasa perdagangan dan keuangan secara local ataupun internasional di kawasan barat Indonesia.

Peningkatan kualitas perekonomian daerah seyogyanya dapat meningkatkan produktivitas, nilai tambah dan menyerap angkatan kerja sehingga tingkat pengangguran dankemiskinan semakin berkurang, karena ketersediaan kesempatan kerja yang menjamin perolehan pendapatan. Kondisi tersebut memberikan gambaran bahwa struktur atau pola perekonomian Kota Medan telah bergeser dari sektor pertanian (agraris) kesektor sekunder atau sektor jasa yang merupakan ciri spesifik dari daerah perkotaan. Hal ini sejalan dengan fenomena di daerah perkotaan dimana mata pencaharian penduduk mengarah kepada sektor-sektor non agraris. Gejala ini bisa dipahami karena beberapa faktor yang menyebabkan antara lain luas lahan pertanian di daerah perkotaan sangat sempit sehingga daya serap tenaga kerjasektor pertanian semakin sedikit dan tidak memungkinkan bagi penduduk untuk memiliki lahan pertanian yang cukup luas serta lahan diperkotaan merupakan barang berharga dan bernilai sangat tinggi sehingga dari segi ekonomis dimungkinkan untuk kegiatan sektor lainnya, seperti kawasan industri, pertokoan ataupun permukiman.

Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif juga bisa dipahami sebagai industri yang menyediakan layanan kreatif bisnis, seperti periklanan, *public relations* (kehumasan) dan penjualan. Jadi, substansi dari industri kreatif adalah kemampuan untuk menciptakan dalam bidang seni dan kerajinan dengan menonjolkan aspek estetika. Hal ini sesuai dengan karakter industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Selain itu, Ekonomi Kreatif juga diharapkan dapat mendorong terwujudnya pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) yang telah diintegrasikan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024.

Pengembangan Ekonomi Kreatif yang berdaya saing tidak terlepas dari peran pemerintah dalam pengambilan kebijakan yang tepat. Oleh karena itu, dibutuhkan data dan informasi Ekonomi Kreatif yang akurat dan terkini sebagai dasar pengambilan kebijakan dan perencanaan Ekonomi Kreatif di Kota Medan, khususnya, pada masa yang akan datang. Dengan adanya statistik Ekonomi Kreatif yang berkualitas diharapkan kebijakan dan keputusan yang diambil dapat mengembangkan potensi Ekonomi Kreatif di Kota Medan.

Perekonomian rakyat juga mempunyai peran untuk pengembangan ekonomi lokal (Local Economic Development/LED) karena mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan menyerap tenaga kerja. Hal ini telah sesuai dengan tujuan dan sasaran pengembangan ekonomi lokal (Local Economic Development/LED) antara lain:

- a. Terwujudnya pengembangan dan pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah secara ekonomis dan berkelanjutan.
- b. Terlaksananya upaya percepatan pengembangan ekonomi lokal melalui pelibatan pemerintah, dunia usaha, masyarakat lokal dan organisasi masyarakat madani dalam suatu proses yang partisipatif.
- c. Terwujudnya peningkatan pendapatan masyarakat, berkurangnya pengangguran, menurunnya tingkat kemiskinan.

Industri kecil dan menengah yang ada di Kota Medan mempunyai posisi yang sangat strategis, baik dalam pemerataan kesempatan berusaha, pemerataan penyebaran lokasi industri yang mendukung Pembinaan Industri Kecil dan Menengah, pembangunan, pemerataan kesempatan kerja, dan bertujuan untuk membentuk masyarakat industri kecil yang mandiri, tangguh, dan berkembang menjadi industri besar. Kondisi ini akan semakin diperkuat dengan pelaksanaan peran pengembangan, pembinaan dan fasilitasi yang dilaksanakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan melalui berbagai aktivitas seperti; (1) Penyelenggaraan pelayanan umum di bidang perindustrian dan perdagangan, (2) promosi UKM, (3) Perlindungan konsumen, (4) Pengelolaan dan pengembangan Pasar bagi UKM, dan (5) peran pembinaan untuk peningkatan keterampilan dan pengetahuan.

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan, bahwa perkembangan sektor industri di Kota Medan mengalami peningkatan dari tahun 2008 hingga tahun 2010 sedangkan pada tahun 2011 hingga tahun 2012 mengalami penurunan sekitar 13%. Berdasarkan data perkembangan ini, maka dapat menjadi bahan evaluasi atas pembinaan industri kecil yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan.

Pemerintah Kota Medan telah melakukan berbagai upaya dalam membina pelaku industri kecil, yaitu melalui kegiatan pelatihan, promosi, bantuan dana bergulir, bantuan sarana produksi, magang, studi banding, namun upaya pembinaan tersebut belum sepenuhnya dapat menjangkau serta mengatasi permasalahan yang dihadapi pelaku Industri Kecil selama ini. Permasalahan mendasar untuk sektor industri kecil dan menengah di Kota Medan adalah seringnya terhambat dengan keterbatasan modal, SDM yang masih kurang mampu, kesulitan untuk mendapatkan bahan baku, dan sulitnya pemasaran khususnya produk kerajinan. Oleh karena itu perlu adanya terobosan-terobosan dari pihak pemerintah melalui instansi teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan untuk melakukan pembinaan secara kontinyu dan berkelanjutan agar Industri Kecil tetap bertahan dan berkembang.

Salah satu aspek terpenting dalam pengembangan skala usaha dan skala aktivitas UKM di Kota Medan terletak pada faktor kelembagaan UKM itu sendiri. Faktor ini memampatkan UKM di Kota Medan harus dapat menyesuaikan skala usaha dan skala aktivitas UKM sebagai suatu sistem pengelolaan bisnis pada organisasi bisnis modern.

Kelemahan pada faktor kelembagaan ini disebabkan karena rendahnya intensitas pelatihan atau kurangnya motivasi, kurangnya dukungan kebijakan, belum terbentuk kelompok usaha, tidak ada kerjasama pemasaran maupun penyediaan bahan baku, dan kurangnya akses kepada lembaga pemodal, sedangkan dalam skala usahanya, sistem produksi dipengaruhi oleh kualitas SDM yang rendah dan rendahnya kemampuan menghasilkan nilai tambah.

Dengan demikian, untuk mengembangkan industri kecil dan menengah di Kota Medan memerlukan perhatian khusus pada faktor kelembagaan dan skala usaha produksi yang ada. Hambatan ini dapat diminimalisir melalui pelatihan berkesinambungan, kebijakan, kelompok usaha, kerjasama dan peran lembaga pemodal untuk faktor kelembagaan, serta kualitas SDM dan keterampilan atau kemampuan menciptakan nilai tambah melalui inovasi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa usaha kecil menengah mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan di Kota Medan. Dalam kerangka upaya ini telah diperankan dengan baik oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan melalui berbagai aktivitas seperti; (1) Penyelenggaraan pelayanan umum di bidang perindustrian dan perdagangan, (2) promosi IKM, (3) Perlindungan konsumen, (4) Pengelolaan dan pengembangan Pasar bagi IKM, dan (5) peran pembinaan untuk peningkatan keterampilan dan pengetahuan.

Saran

Pemerintah harus lebih memperhatikan potensi yang dimiliki usaha kecil di kota Medan terkhusus kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Utara agar dapat meningkatkan perkembangan ekonomi kreatif, dan IKM di kota Medan. Dalam meningkatkan potensi ekonomi kreatif pemerintah dapat mendukung penduduk yang produktif, mempromosikan IKM, dan menyediakan SDM.

DAFTAR PUSTAKA

- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Enterpreuner Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–25.
- Bismala, L., Andriany, D., & Siregar, G. (2019). Model Pendampingan Inkubator Bisnis

- terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Medan. *PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan, Inovasi Dan Inkubator Bisnis)*, 1(1), 1–7.
- Darsana, I. M., & Susanti, P. H. (2022). Trends of Traditional Culinary Tourism Research in Tourism Sector Journals Around Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(1).
- Irawan, M. D., Seraya, A., Amalia, N., & Arifianda, R. R. (2020). *Penerapan Cobit 5 dalam Evaluasi Tata Kelola Teknologi Informasi (Studi Kasus : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara)*. 3(4), 185–192. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v3i4.6154>
- Mariana, K. (2012). Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Pembangunan Nasional. *Informatika*, 3(I Januari), 15.
- Masyarakat, P., & Masa, D. I. (2020). *Sosialisasi Peluang Usaha Bank Sampah Dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat Di Masa Covid 19 di Persatuan Wirid Batak Islam (PWBI) di Kelurahan Kwala Bekala Medan Johor. (2)*. 107–112.
- Media, I., & Media, I. (2021). *GOVERNANCE : Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*. 8(September), 39–47.
- Orientasi, A., Dan, K., & Pasar, O. (2017). *JURNAL ILMIAH KOHESI Vol. 1 No. 1 April 2017*. 1(1), 314–326.
- Penyuluh, K., Pada, P., & Dinas, K. (2009). *Sekolah pascasarjana universitas sumatera utara medan 2009*.
- Purwiantoro, M. H., Kristanto, D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM). *AMIK Cipta Darma Surakarta*, 1(1), 30–39. <http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19/11>
- Supriana, T., Nasution, L., Sosial, D., Pertanian, E., Pertanian, F., & Utara, U. S. (2010). *TKI PURNA DI PROVINSI SUMATERA UTARA The Role of Ex-Migrant Worker Enterprise Toward Local Economic Development and Factors that Influence Income of Ex-Migrant Enterprise in Sumatera Utara Province Abstract*. 14(1), 42–50.
- Utara, U. S. (2016). *Universitas sumatera utara*.
- Utara, U. S. (2017). *Universitas Sumatera Utara*.