

**PEMASARAN PRODUK MELALUI PROGRAM POJOK
UMKM DI HOTEL MERSI BUKITTINGGI OLEH DINAS
KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH DAN
PERDAGANGAN KOTA BUKITTINGGI**

PROYEK AKHIR

HILDA ANNISA YUSUF

19.10.002.93302.011



**PROGRAM STUDI PERHOTELAN
FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**

2022

**PEMASARAN PRODUK MELALUI PROGRAM POJOK
UMKM DI HOTEL MERSI BUKITTINGGI OLEH DINAS
KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH DAN
PERDAGANGAN KOTA BUKITTINGGI**

Proyek akhir ini diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata Terapan (D-IV) pada Program Studi Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.



Oleh:

HILDA ANNISA YUSUF

19.10.002.93302.011

**PROGRAM STUDI PERHOTELAN
FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**

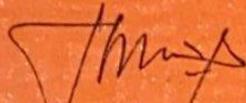
2022

PERNYATAAN PERSETUJUAN SIDANG PROYEK AKHIR

Proyek akhir ini telah diperiksa, disetujui, dan disahkan oleh Tim Pembimbing untuk selanjutnya dipertanggungjawabkan pada Sidang Proyek Akhir Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

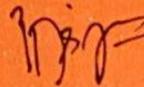
Bukittinggi, 29 Agustus 2022

Pembimbing I



Moch Abdi, SE.,MM
NIDN. 1006068002

Pembimbing II



Dewi Anggraini, SE., MM
NIDN. 1026067401

Menyetujui:
Ketua Program Studi Perhotelan,



Wina Asty, S.Pd., MM.Par
NIDN. 1019048301

PERNYATAAN PENGESAHAN SIDANG PROYEK AKHIR

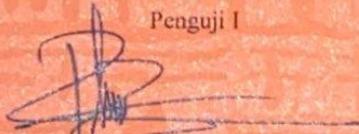
Tim Penguji Sidang Proyek Akhir Mahasiswa Program Studi Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, menyatakan bahwa Proyek Akhir yang diajukan oleh:

Nama : Hilda Annisa Yusuf
NM : 191000293302011
Judul : Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM di Hotel Mersi Bukittinggi Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi

Telah berhasil dipertahankan dihadapan tim penguji dan diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan Pariwisata pada Program Studi Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Bukittinggi, 29 Agustus 2022

Penguji I



Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM
NIDN. 1031078602

Penguji II



Winda Diana, M.Par
NIDN. 1009058801

Menyetujui:
Dekan,



Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM
NIDN. 1031078602

**FACULTY OF TOURISM
TOURISM TRAVEL BUSINESS STUDY PROGRAM**

**Final Project, August 2022
Hilda Annisa Yusuf.**

Product Marketing Through the MSME Hotel Corner Program by the Office of Cooperatives, Small and Medium Enterprises and Trade of the City of Bukittinggi.

Abstract

This study aims to determine the Product Marketing system through the MSME Hotel Corner Program by the Office of Cooperatives, Small Business and Trade in the City of Bukittinggi. In addition, it aims to provide a hotel cooperation system with the MSMEs concerned in the MSME Hotel corner program. As well as knowing the factors that influence product marketing through the MSME Hotel Corner Program by the Bukittinggi City Cooperative, Small Business and Trade Office

This type of research is applied descriptive quantitative with a aquasi experimental method by means of observation and interviews.

The results of research data analysis by means of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The MSME Hotel corner program is very helpful in marketing MSME products that can be widely known by tourists visiting hotels in Bukittinggi City; Based on the results and description of the 4P Marketing Mix Concept Theory: Kotler and Keller (2018:25) there are factors that influence the implementation of the MSME Hotel corner program, namely regulations governing the implementation of the MSME Hotel Corner program and funding.

Keywords: Marketing, MSME, Hotel.

**FAKULTAS PARIWISATA
PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**

**Proyek Akhir, Agustus 2022
Hilda Annisa Yusuf.**

**Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel oleh Dinas Koperasi,
Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi. Selain itu bertujuan untuk sistem kerjasama hotel dengan UMKM yang bersangkutan dalam program pojok UMKM Hotel. Serta Mengetahui faktor yang mempengaruhi Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

Jenis penelitian terapan ini adalah Kualitatif Deskriptif dengan jenis metode eksperimen kuasi, dengan cara observasi dan wawancara.

Hasil analisis data penelitian dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Program pojok UMKM Hotel sangat membantu pemasaran produk UMKM yang dapat dikenal luas oleh wisatawan yang berkunjung ke Hotel di Kota Bukittinggi. Berdasarkan hasil dan uraian konsep bauran pemasaran 4P Teori: Kotler dan Keller (2018:25) terdapat faktor yang mempengaruhi terlaksananya program pojok UMKM Hotel yaitu regulasi yang mengatur pelaksanaan program Pojok UMKM Hotel dan pendanaan.

Kata Kunci: Pemasaran , UMKM, Hotel.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hilda Annisa Yusuf

NIM : 191000293302011

Dengan ini menyatakan bahwa Proyek Akhir saya yang berjudul **Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM di Hotel Mersi Bukittinggi Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi** adalah karya hasil saya sendiri, dan semua sumber yang saya kutip secara langsung maupun tidak langsung ataupun yang dirujuk adalah benar. Jika ternyata dikemudian hari dinyatakan karya saya ini merupakan hasil dari mencontoh (plagiat) sebagian atau keseluruhan dari karya ini maka saya bersedia diproses sesuai dengan hukum dan perundang-undangan yang berlaku di Negara Republik Indonesia.

Bukittinggi, 29 Agustus 2022

Saya yang menyatakan,



Hilda Annisa Yusuf

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI PROYEK AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hilda Annisa Yusuf
NM : 191000293302011
Program Studi : Perhotelan
Judul : Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM di Hotel Mersi Bukittinggi Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas proyek akhir saya yang berjudul:

**“Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM di Hotel Mersi Bukittinggi
Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota
Bukittinggi”**

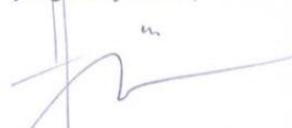
Dengan demikian Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan proyek akhir selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bukittinggi

Pada Tanggal : 29 Agustus 2022

Saya yang menyatakan,



Hilda Annisa Yusuf

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Hilda Annisa Yusuf, dilahirkan di Bukittinggi pada 20 Agustus 2000 adalah putri pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan orang tua Zulfan Yusuf dan Grestha Nola. Berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pertama kali masuk pendidikan di SD Negeri 02 Percontohan Bukittinggi pada tahun 2006 dan tamat pada tahun 2011, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Bukittinggi dan tamat pada tahun 2014 dan selanjutnya penulis menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Bukittinggi dan selesai pada tahun 2017. Pada tahun yang sama hingga 2019 penulis sudah menempuh pendidikan di 2 (dua) universitas berbeda setelah pada akhirnya memilih pindah dan terdaftar di jurusan Perhotelan fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat sejak tahun 2019.

Dan juga sudah terhitung 3 (tiga) tahun, penulis menempuh pendidikan sekaligus bekerja di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi. Sebagai staf Bidang Pengelolaan Retribusi, yang bertugas mengadministrasikan penerimaan.

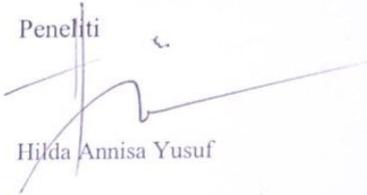
KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya Peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **"Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Di Hotel Mersi Bukittinggi oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi"**. Selama proses penyusunan proposal proyek akhir peneliti banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Pemerintah Kota Bukittinggi dalam hal ini Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan yang mendukung saya untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang Diploma IV Pariwisata.
2. Bapak Moch Abdi, S.E.,M.M selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Dosen Pembimbing Akademik dan selaku Dosen Pembimbing I.
3. Ibu Rozi Yuliani, S.ST.Par, M.M selaku Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
4. Ibu Wina Asty, S.Pd, M.M.Par selaku Ketua Program Studi Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
5. Ibu Dewi Angraini, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing II.
6. Ibunda, Ayahanda serta seluruh saudara yang telah memberikan dorongan baik secara moril maupun material.
7. Segenap staf Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan yang telah memperkenalkan saya melakukan penelitian serta mendukung pendidikan saya.
8. Segenap staf Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah membantu proses perkuliahan saya.
9. Untuk Bang Rama serta Yaye, Uty, Kak Caca, Kak Meme, Kak Tika dan Kak Dini yang setia membantu dan memberi semangat sehingga saya dapat menyelesaikan proyek akhir ini.
10. Bapak/Ibu dan teman-teman semua yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti selama proses penyusunan proyek akhir.

Bukittinggi, 29 Agustus 2022

Peneliti


Hilda Annisa Yusuf

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PERSETUJUAN SIDANG PROYEK AKHIR	ii
PERNYATAAN PENGESAHAN SIDANG PROYEK AKHIR	iii
Abstract	iv
Abstrak	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
3.1 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kerangka Teoritis	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Produk	11
2.1.3 Program	12
2.1.4 Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan	15
2.1.5 Hotel	17
2.2 Kerangka Konseptual	19
2.3 Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODE PENELITIAN	24

3.1 Jenis Penelitian	24
3.3 Objek Penelitian	25
3.4 Subjek Penelitian	25
3.5 Instrumen Penelitian	26
3.6 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	27
3.7.1 Jenis Data	27
3.7 Teknik Pengumpulan Data	28
3.8.1 Wawancara	28
3.8.2 Dokumentasi	29
3.8.3 Observasi	30
3.8 Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum Kota Bukittinggi	32
4.1.2 Gambaran UMKM Kota Bukittinggi	36
4.1.3 Profil Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi	37
4.2 Pembahasan Penelitian	39
4.2.1 Sistem Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi.	39
4.2.2 Sistem Kerjasama Hotel Dengan UMKM Yang Bersangkutan Dalam Program Pojok UMKM Hotel.....	48
4.2.3 Faktor yang mempengaruhi Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi	54
BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.1 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Kota Bukittinggi tahun 2019-2021	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2.1 Informan Penelitian.....	26
Tabel 3.1 Kisi Instrumen Penelitian Bauran Pemasaran Pojok UMKM Hotel.....	27



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual	20
Gambar 2. Data UKM Kota Bukittinggi	36
Gambar 3. Contoh Pojok UMKM	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Observasi Awal.....	62
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian.....	63
Lampiran 3. Pedoman Wawancara	65
Lampiran 4. Hasil Wawancara.....	68
Lampiran 5. Pojok UMKM.....	74
Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara dengan Informan.....	75
Lampiran 7. Proposal Program Pojok UMKM	78



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil dan menengah dikenal dengan UMKM termasuk bagian dari aktifitas ekonomi, dimana bertanggung jawab terhadap pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang mengutamakan pertumbuhan ekonomi. Kehadiran UMKM di Indonesia tidak pernah lepas dari perhatian pemerintah. Hal ini karena UMKM memberikan kontribusi positif bagi Negara dengan memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) dan mempersempit kesenjangan kemiskinan. Apalagi UMKM dipandang sebagai sektor penyelamat potensial dalam krisis ekonomi. Pecahnya krisis mata uang yang melanda negara pada tahun 1998 menyebabkan banyak perusahaan besar bangkrut, namun UMKM tetap bertahan dan menopang perekonomian Indonesia hingga saat ini. (Yolanda, Surya, & Zarefar, 2020).

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian ke depan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang makin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Bukittinggi merupakan suatu daerah yang ada di Sumatera Barat, salah satu kota dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang signifikan di Sumatera Barat. Bukittinggi menjadi salah satu sentral ekonomi yang strategis terutama dibidang perdagangan, wisata dan ekonomi kreatif. UMKM adalah salah satu yang mendominasi perdagangan di Kota Bukittinggi. UMKM yang ada di Kota Bukittinggi memiliki berbagai macam produk seperti makanan, minuman dan kerajinan khas Bukittinggi.

Tabel 1. Jumlah UMKM Kota Bukittinggi tahun 2019-2021

Tahun	Jumlah UMKM
2019	6.696
2020	7.454
2021	7.473

Sumber : Arsip Dinas Koperasi,UKM, dan Perdagangan Kota Bukittinggi

Dilihat dari tabel 1 menunjukkan bahwa setiap tahunnya dari tahun 2019-2021 UMKM di Kota Bukittinggi selalu mengalami penambahan jumlah UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa peluang UMKM di Kota Bukittinggi cukup menjanjikan dan memiliki peluang yang besar. Pada tabel di atas terlihat bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang bagus, dimana UMKM menjadi salah satu terobosan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat serta mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Dengan adanya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis diharapkan mampu mengurangi angka pengangguran, seperti

halnya dapat dilihat lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap dan terus bertambah. Masyarakat Kota Bukittinggi yang menjadi pelaku UMKM bergantung pada wisatawan yang datang ke Kota Bukittinggi, wisatawan lokal maupun mancanegara yang menjadi target *market* mereka.

UMKM merupakan sektor yang diharapkan dapat berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian Kota Bukittinggi karena dapat menyerap banyak tenaga kerja. Harapannya jika lapangan pekerjaan semakin bertambah maka perekonomian daerah menjadi lebih baik, sehingga UMKM diharapkan mempunyai kontribusi positif dalam meningkatkan pendapatan daerah.

Berpotensi dalam pengembangan UMKM dengan memperluas akses pasar domestik dan internasional. Seperti diketahui, perkembangan UMKM di Kota Bukittinggi saat ini semakin meningkat dan berkembang pesat. Akibatnya, UMKM di Kota Bukittinggi saat ini berada dalam situasi yang sulit dilingkungan bisnis yang semakin kompleks. Dengan derasnya arus perdagangan bebas saat ini, persaingan bisnis menjadi semakin ketat, dan persaingan dari seluruh pelosok tanah air, kawasan dan dunia secara otomatis akan muncul.

Besarnya pertumbuhan UMKM di Bukittinggi tidak lepas dari permasalahan tersebut. Jika masalah ini dapat diatasi, UMKM akan memberikan kontribusi yang lebih baik dari tahun ke tahun. Salah satu permasalahan yang dirasakan pelaku UMKM adalah tentang permasalahan pemasaran produk UMKM. Walaupun banyaknya UMKM dengan segudang

ide dan barang yang ditawarkan ke publik dan banyaknya lembaga keuangan makro dan mikro yang siap membantu UMKM untuk melangsungkan bisnisnya, banyak juga terdapat kelemahan-kelemahan yang dihadapi oleh UMKM terutama permasalahan pemasaran produk UMKM.

Pemasaran merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan usaha bisnis. Perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu merencanakan strategi pemasaran yang tepat guna bertahan atau memenangkan persaingan usaha yang beraneka ragam bidang. Dalam bahasa Inggris pemasaran dikenal sebagai *marketing*. Etimologi dari kata pemasaran adalah pasar atau *market*. Yaitu barang atau jasa yang dijual, ditawarkan, yang meliputi berbagai kegiatan seperti pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan dan pemilahan barang atau produk. Pemasaran sendiri adalah pengelolaan pasar untuk menciptakan pertukaran dan hubungan dengan tujuan menciptakan nilai dan memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

Saat ini perkembangan industri pariwisata di Indonesia khususnya Bukittinggi semakin pesat. Sejak berakhirnya masa pandemi, wisatawan dari berbagai daerah mulai berdatangan ke Bukittinggi. Para wisatawan yang datang tentunya akan *stay* atau mendatangi hotel sebagai solusi akomodasi mereka. Ini menjadi salah satu inovasi pemasaran yang strategis yang dapat dilakukan untuk memasarkan produk UMKM melalui promosi pojok UMKM Hotel di Kota Bukittinggi.

Pojok UMKM sendiri masih menjadi rancangan program oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi. Program ini masih dalam

tahap wacana dan tahap riset oleh Dinas Koperasi, UKM dan perdagangan Kota Bukittinggi. Program ini nantinya akan diimplementasikan pada hotel yang ada di Kota Bukittinggi, salah satunya Hotel Mersi. Rancangan program ini menjadi kunci untuk kebijakan program yang akan diambil. Pojok UMKM Hotel sendiri dapat diartikan sebagai salah satu strategi pemasaran melalui penyediaan ruang tersendiri untuk memasarkan produk-produk UMKM dengan sasaran utamanya tamu yang datang untuk tinggal di hotel. Mekanisme program pojok UMKM Hotel dalam memasarkan produknya melalui penyediaan *space* pada setiap Hotel yang nantinya akan diisi oleh produk UMKM Kota Bukittinggi, pojok UMKM nanti dibagi dan dipisahkan antara produk makanan, minuman dan kerajinan yang ditata pada *lobby* hotel yang menjadi tempat sentral para pelancong yang ingin *check in* kamar hotel. Harapan dari program ini adalah meningkatkan penjualan produk UMKM yang dibeli oleh wisatawan yang menggunakan jasa hotel untuk menginap.

Pojok UMKM nantinya akan menjadi salah satu opsi strategis dalam mengatasi permasalahan pemasaran produk UMKM di Kota Bukittinggi. Masalah pemasaran seperti masalah informasi, biaya promosi dan akses kepada wisatawan akan teratasi dengan adanya pojok UMKM. Program ini nantinya akan dirancang untuk tidak memungut biaya apapun kepada pelaku UMKM sehingga pelaku UMKM nantinya tidak perlu khawatir masalah biaya. Permasalahan lain yang teratasi oleh Pojok UMKM adalah pemasaran lebih luas dan lebih strategis karena wisatawan akan selalu melihat pojok UMKM

pada setiap hotel yang ada di Kota Bukittinggi, serta dapat menaikkan nama UMKM Bukittinggi.

Program Pojok UMKM nantinya setelah dilakukan riset melalui penelitian ini akan dilakukan tindak lanjut untuk dijadikan patokan dalam mengambil kebijakan untuk melaksanakan program pojok UMKM Hotel di Kota Bukittinggi melalui Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi

Sebagaimana uraian diatas tentang rancangan Pojok UMKM Hotel di Kota Bukittinggi untuk pemasaran produk UMKM maka penelitian ini diberi judul **“Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM di Hotel Mersi Bukittinggi Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kurangnya akses pemasaran. Hal ini menciptakan hambatan untuk memasarkan produk karena pemasaran dibatasi, orientasi pasar kurang dan daya saing dalam skala global berkurang.
2. Kurangnya sarana pemasaran produk UMKM. Sehingga menjadi kendala dalam memasarkan produk UMKM.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memfokuskan pada kajian terhadap Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi. Mengkaji hal dan faktor yang dapat membantu pemasaran produk UMKM.

1.4 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, pokok permasalahan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi?
2. Bagaimana sistem kerjasama hotel dengan UMKM yang bersangkutan dalam program pojok UMKM Hotel?
3. Apa faktor yang mempengaruhi Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana sistem Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi
2. Mengetahui sistem kerjasama hotel dengan UMKM yang bersangkutan

dalam program pojok UMKM Hotel?

3. Mengetahui faktor yang mempengaruhi Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

3.1 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi peneliti sehingga dapat menambah wawasan serta mengembangkan disiplin ilmu pengetahuan tentang Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

2. Bagi Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan

Hasil penelitian ini, diharapkan menjadi referensi pihak Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi dalam hal pengambilan kebijakan dalam membantu pemasaran produk UMKM Kota Bukittinggi.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang. Serta dapat menjadi acuan jika Universitas ingin mendaftarkan UMKM sendiri dan ikut serta dalam pengembangan UMKM melalui program pojok UMKM hotel.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Pemasaran

Menurut Philip Kotler dan Amstrong pemasaran adalah proses sosial dan menejerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Menurut Kotler dan Keller (2018), “Tugas pemasaran bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk produk Anda, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan Anda.”

Dalam manajemen pemasaran, terdapat empat hal pokok yang dapat menjamin keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya, keempat hal pokok tersebut disebut bauran pemasaran (*marketing mix*) *product, price, place* dan *promotion*. Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran (Kotler dan Amstrong, 2018:75). Konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi).

1. *Product* (produk) adalah sesuatu yang kita tawarkan ke pasar meliputi barang dan jasa yang memiliki nilai dan kebutuhan konsumen agar mendapatkan perhatian dan produk yang dijual menarik perhatian konsumen.

2. *Price* (harga) Sejumlah nilai atau uang yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang dijual. Tiap komponen yang diproduksi akan menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan harga jual. Dalam penetapan harga produk biasanya juga memperhatikan harga produk yang dijual kompetitor serta mempertimbangkan keuntungan yang diinginkan.
3. *Place* (tempat) Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan dan sebagainya. Jika perusahaan bisa melakukan proses pedistribusian produk secara langsung kepada konsumen maka tidak akan ada biaya tambahan.
4. *Promotion* (promosi) Promosi adalah kegiatan aktivitas bisnis guna menyampaikan manfaat produk dan membujuk pembeli agar konsumen lebih mengenal dan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Tujuan utama dari promosi sebuah produk adalah agar konsumen dapat mengetahui keberadaan produk.

Pemasaran merupakan pelaksanaan aktivitas bisnis yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen dalam rangka memuaskan konsumen sebaik mungkin dan mewujudkan tujuan perusahaan, (Tjiptono 2017).

2.1.2 Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Produk adalah barang pemenuh keinginan konsumen yang dihasilkan oleh produsen, produk adalah benda yang dapat diperjual belikan kepada konsumen sebagai alat pemuas keinginan, produk dapat dimanfaatkan oleh produsen untuk ditawarkan, dicari dan dibeli oleh calon konsumen (Muhammad Iqbal Muttaqin, 2019).

Pengertian produk menurut (Tjiptono 2019:95) secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas “sesuatu” yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli.

Dari keempat definisi produk tersebut dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana setiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda. Pembeli dalam membeli setiap

barang tidak hanya membeli sekumpulan atribut fisiknya tetapi lebih dari itu. Pembeli bersedia membayar sesuatu yang diharapkan agar dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

2.1.3 Program

Program merupakan perangkat data/perencanaan yang dirumuskan dalam bentuk perencanaan-perencanaan. Sedangkan Menurut Hans Hochholzer dalam E Hetzer (2019:11), Program merupakan kumpulan kegiatan nyata, sistematis, dan terpadu yang dilaksanakan oleh suatu atau beberapa instansi pemerintah dalam rangka kerjasama dengan swasta dan masyarakat guna mencapai tujuan dan sarana yang ditetapkan. Suatu program disusun berdasarkan atas tujuan ataupun target yang ingin dicapai. Susunan perencanaan program-program tersebut disebut sebagai program kerja.

Menurut Santosa dalam Soesanto (2019 : 17) program kerja adalah suatu sistem rencana kegiatan dari suatu organisasi yang terarah, terpadu, dan tersistematis yang dibuat untuk rentang waktu yang telah ditentukan oleh suatu organisasi. Program kerja akan menjadi pegangan bagi organisasi dalam menjalankan rutinitas organisasi. Program kerja juga digunakan sebagai sarana untuk mewujudkan cita-cita organisasi.

Selain itu, salah satu pengertian program kerja adalah program-program yang nyata yang mungkin untuk diimplementasikan untuk mencapai misi perusahaan atau organisasi, Sejalan dengan pandangan di

atas, E Hetzer (2018:13) berpendapat bahwa program kerja adalah aktivitas yang menggambarkan dimuka bagian mengenai pekerjaan yang akan dilaksanakan berikut petunjuk-petunjuk mengenai cara pelaksanaannya. Aktivitas menggambarkan dimuka ini biasanya menyangkut juga jangka waktu penyelesaian, penggunaan material dan peralatan yang diperlukan, pembagian wewenang, dan tanggung jawab serta kejelasan lainnya yang dianggap perlu. Menurut E Hetzer (2019:25), setelah ditetapkannya target dan tujuan dari program, maka tindakan yang harus diambil dalam program kerja dapat dirinci sebagai berikut:

1. Sarana dan Prasarana Kondisi dan kemampuan semua sarana dan prasarana yang ada, tujuannya untuk mengetahui apakah sarana dan prasarana tersebut masih layak operasi atau tidak, bila masih layak operasi, maka apa saja perbaikan dan penyempurnaan harus dilakukan, untuk menjalankan program 1 tahun kedepan.
2. Semua metode yang digunakan dan proses yang dijalankan untuk menjalankan program kegiatannya.
3. Kemampuan Sumber Daya Manusia untuk mengetahui kemampuan Sumber Daya Manusia terhadap metode dan proses kerja oleh pimpinan organisasi untuk memenuhi

sampai dimana kemampuan anggota dalam melaksanakan pekerjaannya.

4. Semangat Kerja Seorang pimpinan harus mengetahui kondisi pengurus dan sifat bawahan mereka, sehingga seorang pimpinan mampu memberi semangat kerja pada pengurus tentang kebajikan dan sistem imbalan yang mencakup nilai intensif dan penilaian prestasi kerja.

Ada tiga alasan pokok menurut E. Hetzer (2020:26), mengapa program kerja perlu disusun oleh suatu organisasi :

1. Efisiensi Organisasi dengan telah dibuatnya suatu program kerja oleh suatu organisasi, maka waktu yang dihabiskan oleh suatu organisasi untuk memikirkan bentuk kegiatan apa saja yang akan dibuat tidak begitu banyak, sehingga waktu yang lain bisa digunakan untuk mengimplementasikan program kerja yang telah dibuat.
2. Efektifitas Organisasi Keefektifan organisasi juga dapat dilihat dari sisi ini, dimana dengan membuat program kerja oleh suatu organisasi maka selama itu telah direncanakan sinkronisasi kegiatan organisasi antara bagian kepengurusan yang satu dengan bagian kepengurusan yang lainnya.
3. Target Organisasi Sebuah program kerja disusun salah satunya karena dilator belakangi oleh keinginan untuk mencapai target

ataupun tujuan dari sebuah organisasi. dan program kerja merupakan sarana ataupun anak tangga untuk mencapai target ataupun puncak dari tujuan sebuah organisasi. Program kerja akan dibuat oleh suatu organisasi sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh organisasi yang bersangkutan

2.1.4 Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan

Definisi UMKM diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. Pasal 1 dalam Peraturan Pemerintah tersebut menyatakan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagai mana diatur dalam Peraturan Pemerintahan ini.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintahan ini.

Sedangkan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak

langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini.

Seperti yang tercantum dalam pasal 35 & pasal 36, UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria modal usaha sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- b. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan
- c. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Sedangkan kriteria hasil penjualan tahunan sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
- b. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah); dan

- c. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Adanya usaha mikro, kecil dan menengah tersebut juga mampu bermanfaat bagi pemilik usaha itu sendiri di antaranya yaitu meningkatkan kemudahan adaptasi, mampu memiliki pengakuan dari usaha yang dimiliki, penggalian potensi diri, menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat yang fleksibel dan inovatif, meningkatkan kemampuan untuk mengontrol diri serta memiliki kebebasan dalam hal keuangan. (Tulus, 2017)

2.1.5 Hotel

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik untuk tamu yang bermalam di hotel tersebut atau para pengunjung yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang terdapat pada hotel tersebut.

Sarana tempat tinggal umum untuk wisatawan dengan memberikan pelayanan jasa kamar, penyedia makanan dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran. (Lawson, 2018:27).

Pengertian Hotel menurut *Hotel Proprietoras Act*, (Sulatiyono, 2019:5) adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan

menyediakan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (perjanjian membeli barang yang disertai dengan perundingan perundingan sebelumnya).

Fungsi utama dari hotel adalah sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan tamu sebagai tempat tinggal sementara selama jauh dari tempat asalnya. Melihat perkembangan dan kemajuan hotel sekarang ini, fungsi hotel bukan saja sebagai tempat menginap atau istirahat bagi para tamu, namun fungsinya bertambah sebagai tujuan konferensi, seminar, lokakarya, musyawarah nasional dan kegiatan lain yang tentunya menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap. Dalam menunjang pembangunan Negara. Usaha perhotelan memiliki fungsi antara lain:

1. Meningkatkan industri rakyat: Hotel banyak menggunakan barang-barang yang diproduksi oleh industri rakyat, seperti meubel, bahan pakaian, makanan, minuman dan lain sebagainya,
2. Menciptakan lapangan kerja,
3. Meningkatkan pendapatan daerah dan negara.

Seperti yang tercantum dalam Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 25 Tahun 2018 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel pasal 4, menyebutkan setiap usaha hotel wajib memnuhi standar usaha hotel den memiliki sertifikat usaha hotel. Sertifikat hotel diberikan melalui proses

sertifikasi terhadap usaha hotel yang telah memenuhi standar usaha hotel. Adapun standar usaha hotel dan sertifikat hotel digunakan untuk penetapan penggolongan kelas hotel bintang dan hotel non bintang.

Hotel bintang memiliki penggolongan kelas sebagai berikut:

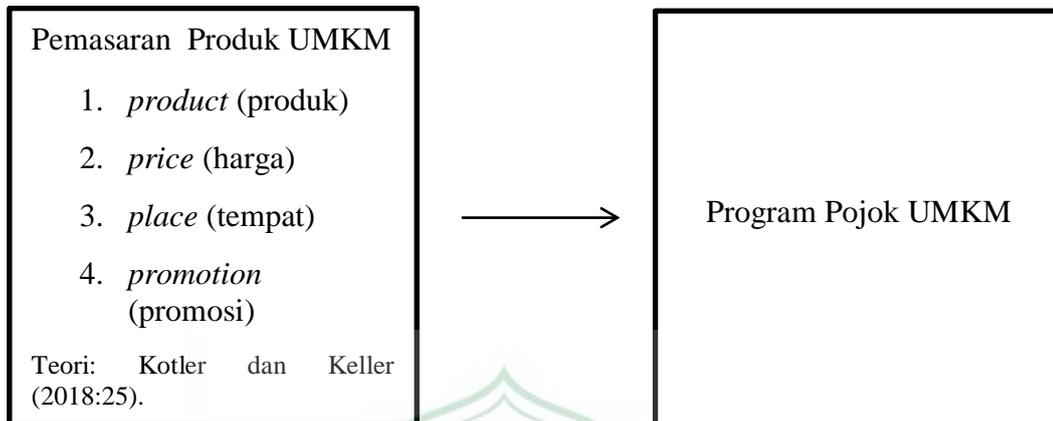
- a. Hotel Bintang Satu,
- b. Hotel Bintang Dua,
- c. Hotel Bintang Tiga,
- d. Hotel Bintang Empat,
- e. Hotel Bintang Lima.

Sedangkan hotel non bintang disebut juga sebagai hotel melati dan tidak memiliki penggolongan kelas hotel.

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan hubungan logis dari landasan teori dan kajian empiris. Penelitian ini menggunakan pendekatan Terapan Kualitatif. Metode kualitatif akan dilakukan untuk mencari informasi mengenai bagaimana Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi. Menurut Sugiyono (2019:18) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul, tahun	Metode	Hasil
1.	Dimas H, ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo), 2017	Kualitatif	<p>Segmentasi, dimana Batik Diajeng Solo memiliki segmentasi secara khusus lebih memfokuskan kepada konsumen usia muda (16-30 tahun) yang bertujuan untuk meningkatkan batik di kalangan kawula muda.</p> <p>Target pasar produk Batik Diajeng Solo adalah konsumen batik seragam dan kombinasi bagi perusahaan, <i>event organizer</i>, pabrik, hotel, instansi pemerintah maupun sekolah. Posisi pasar Batik Diajeng tetap memfokuskan menjadi alternatif utama produk batik, terutama batik seragam dan kombinasi dengan memberikan kualitas produk yang baik. Dari segi bauran pemasaran, strategi pemasaran produk Batik Diajeng Solo adalah membuat produk sesuai keinginan dan kebutuhan</p>

			<p>konsumen. Strategi harga yang dilakukan adalah relatif lebih mahal dari harga batik yang beredar di pasaran karena bahan yang berkualitas tinggi dan kreatifitas desain.</p> <p>Saat ini Batik Diajeng Solo dalam melakukan strategi distribusi dengan melakukan penjualan langsung ke konsumen secara online di www.batikdiajengsolo.com, sedangkan strategi promosinya melalui internet <i>marketing</i>, sponsor acara dan pameran fashion. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Batik Diajeng Solo sudah cukup efektif dalam memasarkan produknya, karena dilihat dari peningkatan - peningkatan jumlah penjualan, Batik Diajeng Solo terus mengembangkan produk dengan berbagai macam strategi untuk memasarkannya.</p>
2.	<p>Dian P, INOVASI PEMASARAN MELALUI BANYUWANGI MALL DALAM UPAYA EKSISTENSI PRODUK LOKAL DENGAN SASARAN WISATAWAN, 2017</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Munculnya usaha baru ini, selain diharapkan mampu memenuhi permintaan pasar, juga diharapkan mampu meningkatkan taraf kesejahteraan, melalui omset yang didapatkan. Akan tetapi, hasilnya tidak sesuai apa yang diharapkan, permintaan yang meningkat tersebut tetap tidak bisa dipenuhi, karena sulitnya akses dari pusat kota menuju tempat produksi dan penjualan oleh-oleh tersebut. Faktor lain yang mempengaruhi adalah tidak adanya sentral oleh-oleh yang menawarkan barang lengkap. Permasalahan yang ada tersebut segera ditanggapi oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dengan membuat suatu web atau portal yang bernama Banyuwangi mall.</p> <p>Portal ini diharapkan mampu menjadi solusi dari permasalahan yang ada, yaitu wisatawan dapat membeli oleh-oleh tanpa harus datang langsung ke tempat produksi atau penjualan. Dengan pemanfaatan teknologi yang ada, diharapkan Banyuwangi mall mampu meningkatkan omset penjualan dan juga taraf hidupnya.</p>

3.	Retnosari, STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH “JAXEE ANYAMAN PANDAN”, 2019	Kualitatif	<p>UMKM “JAXEE” Anyaman Pandan adalah <i>word of MOUth</i> (mulut kemulut) serta menggunakan media sosial (WhatsApp, facebook, dan instagram), selain itu UMKM “JAXEE” Anyaman Pandan juga telah membuka <i>website</i> pribadi.</p> <p>Harga produk UMKM “JAXEE” Anyaman Pandan beragam sesuai dengan jenis dan ukuran sovenir nya ysng dibeli konsumen. Saluran distribusi yang dilakukan UMKM “JAXEE” Anyaman Pandan adalah distribusi langsung yaitu pemesanan produk dilakukan secara langsung atau bertatap muka, pemesanan melalui telepon maupun melalui WhatsApp.</p> <p>Untuk pengiriman dilakukan melalui jasa pengiriman paket seperti JNE, J&T, Kantor Pos dan lain sebagainya sesuai permintaan konsumen. Sistem pembayaran dilakukan secara langsung atau bisa melalui transfer bank.</p>
4.	Bunga M, STRATEGI PEMASARAN BISNIS INTERNASIONAL PADA UMKM PASAR PETISAH DI MASA COVID 19, 2021	Kualitatif	<p>Penggunaan media sosial sebagai metode pemasaran bisnis global di masa pandemi Covid-19 sangat masuk akal mengingat kondisi pandemi saat ini. Perorangan di UMKM Pasar Petisah hanya dapat melakukan transaksi online melalui pesan WhatsApp atau telepon dengan operator ekonomi yang disetujui dan menggunakan aplikasi perbelanjaan online, seperti Shopee, Lazada, Bukalapak, dll.</p> <p>Kepercayaan dan rasa kekeluargaan menjadi faktor penentu keberhasilan sistem pemasaran ini. Strategi pemasaran global pada produk yang efektif di masa pandemi Covid-19.</p>
5.	Sam C, Strategi Pemasaran E-commerce Untuk Meningkatkan Volume Penjualan(Studi Kasus UMKM di Kota Tangerang Selatan), 2020	Kualitatif	<p>Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa UMKM di Kota Tangerang Selatan dalam strategi pemasarannya menerapkan atau menggunakan strategi bauran pemasaran atau yang lebih dikenal dengan istilah <i>marketing mix</i>.</p> <p>Dalam memasarkan produknya dilakukan melalui</p>

		<p>strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Strategi produk yang dilakukan oleh UMKM di Kota Tangerang Selatan mengutamakan kualitas produk seperti dari segi bahan baku yang digunakan dan proses produksinya. Selain itu, dalam proses pengemasan produk lebih mempunyai ciri khas seperti usaha anyaman, dimana motif yang disediakan sangat beragam sehingga menarik minat para konsumen. Sedang usaha lainnya seperti makanan di mana menu yang disediakan beraneka ragam dan sesuai permintaan konsumen.</p> <p>Dengan demikian konsumen tidak bosan dengan menu yang itu saja dan bisa <i>request</i> sesuai dengan yang diinginkan. Penentuan harga yang dilakukan pelaku UMKM mengacu pada kesulitan proses produksi dan bahan baku yang digunakan agar tercapai harga yang tepat.</p>
--	--	---



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian terapan, suatu proses pengumpulan, pencatatan dan analisis data yang sistematis dan objektif untuk mendukung keputusan bisnis (Williamson, 2019). Riset terapan biasanya digunakan oleh perusahaan, agen atau individu yang ingin mencari solusi atas permasalahan terkini yang dihadapi masyarakat dan industri/organisasi bisnis (Bajpai, 2018).

Penelitian terapan pada penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian eksperimen kuasi. Dimana peneliti tidak mampu mengontrol variabel yang diteliti. Penelitian eksperimen kuasi dipilih apabila peneliti ingin menerapkan suatu tindakan atau perlakuan, dapat berupa model, strategi, metode atau prosedur kerja baru.

(Sugiyono 2019:2) menyatakan bahwa metode penelitian pada dasarnya adalah fungsi ilmiah untuk memperoleh data yang mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, seperti yang dikemukakan (Sugiyono 2019:8) bahwa metode penelitian kualitatif memberikan deskripsi rinci tentang bahasa, tulisan, dan/atau perilaku yang dapat diamati dari orang, kelompok, komunitas, dan/atau organisasi tertentu, dari pandangan yang lengkap, komprehensif dan holistik.

Pendekatan kualitatif ini bertujuan agar dapat memahami fenomena

dan memaparkan gambaran nyata bagaimana Pojok UMKM Hotel oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Bukittinggi, Sumatera Barat, Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada Dinas, Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi dan Hotel Mersi Bukittinggi. Penelitian dilakukan pada April hingga Agustus 2022.

3.3 Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah Hotel Mersi Bukittinggi dan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

3.4 Subjek Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menetapkan informan sebagai sumber informasi dari pihak Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi dan Manajemen Hotel. Informan disebut juga sebagai orang yang menjadi narasumber sebagai sumber serta memberikan informasi untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Target metode ini adalah pemilihan informan yang memiliki informasi tentang suatu penelitian. (Sugiyono, 2019:96).

Informan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No.	Nama	Jabatan	Instansi
1.	Nauli Handayani	Kepala Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi	Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi
2.	Sesri, S.Kom	Kepala Bidang Koperasi	Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi
3.	Annisa Febriyanti.S, SE	Staf UMKM Bidang Koperasi	Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi
4.	Taufik Hidayat	Ketua PHRI Bukittinggi	
5.	Dessy Andriany	General Manager	Hotel Mersi Bukittinggi

3.5 Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiono, 2019), dalam penelitian kualitatif, alat penelitiannya adalah peneliti itu sendiri serta harus diverifikasi. Peneliti kualitatif sebagai instrumen manusia menentukan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, menganalisis data, menafsirkan data dan membantu menarik kesimpulan.

Tabel 4.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Bauran Pemasaran Pojok UMKM Hotel

No	Potensi Eksternal	Variabel
1.	Produk	a. Sesuatu yang ditawarkan b. Barang atau jasa
2.	Harga	c. Nilai uang yang ditawarkan kepada pembeli sesuai kualitas d. Tolak ukur pembeli dalam membeli produk e. Harga sesuai dengan kualitas barang
3.	Tempat	f. Saluran distribusi untuk menjangkau sasaran konsumen. g. Sistem distribusi ini meliputi lokasi, transportasi, pergudangan, dll. h. Hotel adalah suatu tempat yang konstan dikunjungi oleh pelancong luar daerah
4.	Promosi	i. Aktivitas penjualan untuk menyampaikan keunggulan produk dan meyakinkan pembeli. j. Program Pojok UMKM melibatkan pelaku UMKM dan Hotel sebagai pihak swasta

Sumber: Heri Setyo Wibowo dengan beberapa modifikasi dari pengamatan langsung di lapangan.

3.6 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Jenis Data

Data merupakan unsur kunci dalam penelitian berupa fakta-fakta yang ada untuk memperoleh data yang valid, relevan dan lengkap. Dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder dengan uraian sebagai berikut:

3.7.1.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari observasi. penelitian yang memiliki koneksi langsung dengan permasalahan yang dihadapi. Data primer diperoleh melalui wawancara bersama informan serta pihak lain yang relevan dengan tujuan penelitian. Pengumpulan sumber data primer melalui wawancara dan observasi langsung. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan di lokasi penelitian dan memuat masalah yang teliti. Individu yang menjadi sumber untuk penelitian ini tercantum dalam poin sumber yang dibuat oleh peneliti.

3.7.1.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber sekunder atau dari dokumen, laporan, buku dan data lain yang relevan dengan tujuan penelitian.

Adapun data sekunder yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah rancangan program pojok UMKM dari Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan dan Data Observasi peneliti.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

3.8.1 Wawancara

Peneliti dapat bertemu langsung dengan narasumber, mewawancarai mereka melalui telepon, atau berpartisipasi dalam wawancara kelompok yang terdiri dari pihak Dinas Koperasi, UKM dan

perdagangan Kota Bukittinggi sebagai penyelenggara program pojok UMKM hotel.

Beberapa narasumber, tentu saja wawancara semacam itu umumnya membutuhkan pertanyaan terbuka yang dirancang untuk memperoleh pandangan dan pendapat informan. (Creswell, 2016:254).

Esterberg dalam Sugiyono (2019:72) mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan antara dua orang dimana informasi dan ide-ide dipertukarkan melalui tanya jawab sehingga makna dapat dibangun pada topik tertentu. Penulis mengadakan wawancara mendalam (*in depth interview*) terhadap informan-informan yang mengetahui tentang pojok UMKM Hotel di Kota Bukittinggi.

Wawancara pada penelitian ini mengarah pada kebijakan pemerintah dalam hal program pojok UMKM hotel. Sarana prasarana pencapaian program pojok UMKM hotel serta hasil dan manfaat yang diharapkan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi bersama manajemen hotel dan pelaku UMKM.

3.8.2 Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperoleh melalui dokumen. Dokumentasi bertujuan untuk melengkapi data berupa *file* dan foto dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian. Penulis memperoleh dokumentasi untuk penelitian ini dari dokumen pribadi yang disediakan oleh organisasi dan orang-

orang yang terlibat dalam penelitian ini. Dokumen yang peneliti gunakan sebagai sumber informasi pada penelitian ini adalah data dari Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi

3.8.3 Observasi

Observasi atau pengamatan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi untuk mengumpulkan data program pokok UMKM dengan cara mengamati objek UMKM yang berada pada kawasan hotel untuk pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh hotel yang bersangkutan, kemudian melakukan penelitian, analisis serta mencatat hasil temuan ditempat penelitian dengan maksud untuk mendapatkan informasi mengenai keluaran dan hasil tentang kajian program pokok UMKM Hotel di Kota Bukittinggi.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Miles dan Huberman dalam buku (Sugiyono, 2020), Miles dan Huberman berpendapat bahwa kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas. Kegiatan analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penalaran/validasi.

1. *Data collection* (Pengumpulan data)

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan studi kasus. Peneliti melakukan

penelitian umum terhadap kondisi objek yang diteliti, merekam segala sesuatu yang dilihat dan dengar. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang sangat beragam.

2. *Data condensation*

Mengacu pada proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data yang berasal dari hasil catatan lapangan, transkrip, wawancara, dokumen dan bahan empiris lainnya. Kondensasi data membuat data lebih mantap dan kuat.

3. *Data display* (Penyajian data)

Data disajikan dalam bentuk deskripsi singkat, bagan, hubungan antar kategori dan lainnya.

4. *Conclusion drawing/Verification*

Penarikan dan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang hingga diteliti menjadi jelas.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Kota Bukittinggi

Kota Bukittinggi merupakan kota terbesar kedua di Provinsi Sumatera Barat. Kota ini pernah menjadi ibu kota Indonesia pada masa darurat pemerintahan Republik Indonesia. Pada masa penjajahan Belanda, kota Bukittinggi disebut Fort de Kock dan disebut Paris Van Sumatera. Juga dikenal sebagai Kota Perjuangan Nasional, kota ini adalah tempat kelahiran beberapa pendiri Republik Indonesia, termasuk Mohammad Hatta dan Assaat, yang masing-masing merupakan proklamator dan presiden resmi Republik Indonesia.

1. Letak Geografis dan Administrasi

Secara geografis, Kota Bukittinggi terbentang antara $100^{\circ}20'$ hingga $100^{\circ}25'$ Bujur Timur dan $00^{\circ}16' - 00^{\circ}20'$ LS. Dengan ketinggian 780 - 950 meter di atas permukaan laut. Suhu berkisar dari $24,90^{\circ}\text{C}$ hingga $16,1^{\circ}\text{C}$, kelembaban dari 90,8% hingga 82,%, dan tekanan udara dari 22°C hingga 25°C . Oleh karena itu, udara di Bukittinggi relatif sejuk, menjadikannya tempat istirahat dan tujuan wisata yang cocok. Kota Bukittinggi memiliki luas kurang lebih 25.239 km^2 , atau 0,06% dari luas Provinsi Sumatera Barat yang terdiri dari 3 kecamatan serta 24 kelurahan.

Kedaaan alam Kota Bukittinggi berbentuk bukit dengan lapisan *Tufa* sesuai dengan lereng Gunung Merapi, tanahnya subur, namun lahan pertanian yang dimanfaatkan sangat kecil. Hal ini karena sebagian besar digunakan untuk kawasan perumahan, hotel dan pasar.

Bukittinggi disebut kota perdagangan karena pasar terbesar masih berada di Kawasan Guguk Panjang, yaitu pasar Simpang Aur Kuning, Pasar Atas dan Pasar Bawah. Bukittinggi memiliki unggulan di sektor pariwisata. Daya tarik kota Bukittinggi terletak pada indahnya panorama alam yang indah dan beragam tempat wisata, hasil kerajinan tangan masyarakat serta beraneka jenis ragam kuliner yang menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung di daerah tersebut.

Secara administratif Kota Bukittinggi memiliki batas wilayah sebagai berikut:

- a) Sebelah Utara berbatasan menggunakan Nagari Gadut & Kapau Kecamatan Tiltang Kamang Kabupaten Agam,
- b) Sebelah Selatan berbatasan menggunakan Taluak IV Suku Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam,
- c) Sebelah Barat berbatasan menggunakan Nagari Sianok, Guguk & Koto Gadang Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam, dan

d) Sebelah Timur berbatasan menggunakan Nagari Tanjung Alam, Ampang Gadang Kecamatan IV Angkek Kabupaten Agam.

2. Kondisi Alam Bukittinggi

Berdasarkan pendataan sensus tahun 2013, jumlah penduduk Kota Bukittinggi secara rinci tercatat berjumlah 118.260, dengan penduduk laki-laki 57.261 jiwa dan perempuan 60.999 jiwa, dengan laju pertumbuhan penduduk per tahun sebesar 1,88%. Sebaran penduduk Kota Bukittinggi sebagian besar berada di Kecamatan Mandiangin Koto Selayan sebesar 40,98%. Distribusi penduduk yang tinggi di kabupaten ini tercermin dari banyaknya proyek perumahan yang dilakukan oleh pengembang *real estat* dan individu swasta.

3. Kondisi Topografi

Kota Bukittinggi terletak pada ketinggian 800 hingga 1.000 meter dari permukaan laut. Kota Bukittinggi memiliki medan yang berbukit-bukit dengan permukaan bergelombang yang terdiri dari perbukitan, lembah dan sungai-sungai kecil.

4. Pemerintahan Kota Bukittinggi

Meskipun pemerintahan desa telah digantikan oleh pemerintahan Nagari di wilayah Kabupaten, namun pemerintahan Kota Bukittinggi telah mempertahankan sistem pemerintahan

kelurahan. Berdasarkan tinjauan tahun 2013, jumlah Rukun Tetangga (RT) sebanyak 338 RT dan RW sebanyak 106 RW. Mandiangin Koto Selayan menempati urutan teratas, dengan 138 RT dan 36 RW.

5. Visi dan Misi Kota Bukittinggi

a) Visi

Berawal dari keinginan untuk membangun dan meningkatkan Bukittinggi menjadi kota yang lebih baik dan lebih maju. Adapaun sebuah visi pembangunan kota adalah: “Menciptakan Bukittinggi Hebat, Berlandaskan Adat Basandi Syara’, Syara’ Basandi Kitabullah”.

b) Misi

Untuk mewujudkan visi tersebut, telah ditetapkan 7 (tujuh) misi berikut:

1. “HEBAT” Dalam Sektor Ekonomi Kerakyatan
2. “HEBAT” Dalam Sektor Pendidikan
3. “HEBAT” Dalam Sektor Kesehatan dan Lingkungan
4. “HEBAT” Dalam Sektor Kepariwisata, Seni Budaya dan Olahraga
5. “HEBAT” Dalam Tata Kelola Pemerintahan
6. “HEBAT” Dalam Sektor Sosial Kemasyarakatan
7. “HEBAT” Dalam Sektor Bidang Pertanian

4.1.2 Gambaran UMKM Kota Bukittinggi

Berdasarkan data yang dihimpun dari rekap data UMKM (2021), diketahui jumlah UMKM di kota Bukittinggi mengalami fluktuasi. Diluar jumlah yang terdata masih banyak UMKM yang memilih untuk tidak mendaftarkan usaha mereka. Hal tersebut menjadi tugas khusus Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi agar semua UMKM yang ada terdaftar seluruhnya.

Gambar 2. Data UKM Kota Bukittinggi

PEMERINTAH KOTA BUKITTINGGI
DINAS KOPERASI, UKM DAN PERDAGANGAN
Alamat : Jalan Cindua Mato No. 7 Telp. (0752) -21055 Bukittinggi

DATA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH KOTA BUKITTINGGI

TAHUN	Kecamatan	Aur Birugo Tigo Baleh			Guguak Panjang			Mandiangin Koto Selayan			JUMLAH
		Kriteria Usaha	Mikro	Kecil	Menengah	Mikro	Kecil	Menengah	Mikro	Kecil	
2016		886	45	3	4.755	1.124	66	1.489	95	5	8.468
2017		558	13	1	4.755	1.124	66	1.398	83	3	8.001
2018		1.688	162	8	2.934	315	19	1.710	175	4	7.015
2019		1.872	162	8	2.431	315	19	1.710	175	4	6.696
2020		1.343	162	8	2.091	315	19	3.337	175	4	7.454
2021		1.505	13	0	2.406	28	0	3512	9	0	7.473

a.n. Kepala
Kabid Koperasi & UKM,
JANI ZIRMAN, ST. MM
NIP. 19690924 199701 1 001

Sumber: Arsip Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kota Bukittinggi

Sebagai kota wisata, produk khas daerah kota Bukittinggi menjadi peluang usaha yang potensial untuk dikembangkan. Salah satu produk unggulan kota Bukittinggi di bidang makanan dan minuman. Namun tak hanya kuliner saja, banyak produk lain yang tentunya menarik perhatian pendatang. Seperti produk Sulaman, Bordir dan Kerajinan tangan.

Besarnya jumlah UKM kota Bukittinggi menjadi tantangan bagi pemerintah daerah dan masyarakat untuk berupaya meningkatkan skala usaha (*upgrading*) serta berupaya membuat UMKM terus berkembang yang diyakini dapat meningkatkan ekonomi masyarakat.

4.1.3 Profil Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi

Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2016 tentang Susunan dan Pembentukan Perangkat Daerah, yang selanjutnya diatur oleh Peraturan Walikota Nomor 60 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan. Kedudukan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan mempunyai tugas membantu Walikota melaksanakan urusan pemerintahan dan tugas pembantuan Bidang Koperasi, Bidang Usaha Kecil dan Menengah dan Bidang Perdagangan.

Berdasarkan Peraturan Walikota Bukittinggi Nomor 60 Tahun 2016 pasal 2 ayat (4), dinas menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

1. Perumusan kebijakan teknis bidang koperasi, bidang usaha kecil dan menengah dan bidang perdagangan;
2. Pelaksanaan kebijakan teknis bidang koperasi, bidang usaha kecil dan menengah dan bidang perdagangan;
3. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan sesuai dengan lingkup tugasnya;
4. Pelaksanaan administrasi dinas; dan
5. Pelaksanaan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan.

Sebelumnya Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi ini dikenal dengan nama Koperindag Bukittinggi yang terletak di Jalan Perwira No. 184 Belakang Balok Bukittinggi, di Kelurahan Belakang Balok, Kecamatan ABTB. Pada Pasal 28 Peraturan Daerah Kota Bukittinggi No. 12 Tahun 2008 dinyatakan bahwa Dinas Koperindag mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan Pemerintah Daerah dibidang koperasi, perindustrian, dan perdagangan.

Akan tetapi, setelah keluarnya Peraturan Walikota Bukittinggi No. 60 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan, Dinas Koperindag diganti menjadi Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

Dimana bidang perindustrian bergabung dengan Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu Perindustrian Dan Tenaga Kerja (DPMPTSPPTK). Sedangkan bidang yang bergabung dengan Dinas

Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi yaitu Bidang Pengelolaan Pasar yang mengelola tiga pasar yaitu, Pasar Atas, Pasar Bawah, dan Pasar Simpang Aur, Bidang Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Bidang Perdagangan.

4.2 Pembahasan Penelitian

Peneliti dalam skripsi ini menggunakan metode analisis deskripsi kualitatif terapan. Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan metode wawancara langsung dengan informan dan melakukan observasi.

4.2.1 Sistem Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

Sistem pemasaran produk melalui program pojok UMKM di hotel kota Bukittinggi adalah melalui sistem kerjasama antara pihak manajemen hotel dengan pihak UMKM, dengan sistem pojokan yang disediakan disalah satu bagian hotel yang nantinya berisi pajangan produk UMKM. Sistem pemasaran pojok UMKM ini dianalisis melalui Konsep bauran pemasaran 4P Teori: Kotler dan Keller (2018:25) :

1. *Product* (Produk)

Product (produk) adalah segala yang ditawarkan ke pasar. Suatu barang dan jasa yang memiliki nilai dan yang dibutuhkan konsumen demi mendapat perhatian sehingga produk yang

tawarkan dibeli oleh konsumen. Hasil observasi dan wawancara pada pihak hotel bersama staf bidang UMKM Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi melalui konsep bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) dengan tujuan penelitian pada sejumlah UMKM dan pihak hotel yang berada di Kota Bukittinggi, pemasaran menjadi suatu kunci dalam program pojok UMKM ini untuk mendapatkan perhatian calon konsumen agar membeli produk yang ada di pojok UMKM.

Peneliti melakukan wawancara dengan pihak hotel yang bersedia melakukan program pojok UMKM:

“dalam melakukan program pojok UMKM, pemasaran sangat penting, kami dari pihak hotel biasanya memperhatikan produk yang ditawarkan oleh pelaku UMKM agar produk mereka laris dibeli oleh pelanggan dan juga kami dari pihak hotel dapat juga membantu secara maksimal dalam mensukseskan kegiatan pojok UMKM .”(wawancara pada tanggal 08/07/2021).

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa pihak Hotel sangat memperhatikan bauran pemasaran terutama produk apa yang dipasarkan. Produk menjadi kunci sebuah UMKM dapat berjalan dengan baik, pojok UMKM Hotel menata produk makanan dan aksesoris khas Minangkabau sebagai patron utama yang menjadi daya tarik para wisatawan yang menjadi target *market* dari penjualan produk UMKM tersebut.

Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi selaku promotor program pojok UMKM menyampaikan melalui wawancara dengan peneliti:

“produk UMKM menjadi tinjauan utama dalam mengikuti program pojok UMKM, kami dari Dinas tidak mengatur atau menentukan produk apa yang harus diikutsertakan, yang jelas produknya harus sesuai dengan BPOM dan juga harus halal yang pasti apabila itu produk berupa makanan atau berupa barang aksesoris atau lainnya ya barangnya yang menunjukkan ciri khasnya Minangkabau .”(wawancara pada tanggal 21/06/2022).

Penjelasan yang disampaikan staf Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi menunjukkan bahwa nantinya program pojok UMKM yang akan diselenggarakan tidak mematok atau tidak adanya produk dengan syarat khusus tetapi produknya harus tersertifikasi BPOM dan Halal, dan untuk aksesoris juga tidak memiliki syarat khusus namun yang terpenting adalah dapat menonjolkan etnis Minangkabau pada produk tersebut.

Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi dalam mencanangkan program ini merencanakan bahwa produk yang akan dipasarkan melalui pojok UMKM ini dapat *patch* Halal dari MUI. Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi juga menekankan bahwa harus adanya kreatifitas dalam membuat produk agar

lebih menarik perhatian calon *customer* agar produk UMKM dapat laku terjual di pasaran.

Peneliti turut serta mewawancarai ketua PHRI mengenai program pojok UMKM:

“Jika bekerja sama dengan dinas, tentunya produk-produk yang masuk ke hotel harus diperhatikan kualitas, legalitas serta packaging nya. Karena itu produk yang masuk ke hotel harus ada seleksinya.”

2. *Price* (harga)

Price (harga) Jumlah nilai atau uang yang ditukar konsumen dengan barang atau jasa yang dijual. Harga menjadi salah satu kunci dalam melakukan transaksi jual beli produk, harga menunjukkan kualitas dari sebuah produk tetapi juga harga menjadi tolak ukur dari pembeli untuk mempertimbangkan membeli produk atau tidak, harga menjadi pembanding apakah produk tersebut pantas dihargai sebesar itu atau tidak.

Pojok UMKM dicanangkan dapat membantu pelaku UMKM memasarkan produknya dan juga dapat memperhatikan pembeli agar tidak terlalu berat dalam membeli produk yang ditawarkan, apabila pembeli merasa produknya terlalu mahal maka produk pun tidak laku dipasarkan melalui pojok UMKM.

Staf dari Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi melalui wawancara bersama peneliti menyampaikan:

“perihal harga kami tidak mengatur. Kami hanya mengingatkan dan mengawasi pelaku UMKM agar harganya tidak terlalu tinggi, karena memungkinkan produk tidak laku, kami menyarankan harga jual disamakan dengan harga jual ditempat lain atau ditempat beli oleh-oleh yang lain agar perputaran penjualan produk dapat berputar secara cepat.”(wawancara pada tanggal 21/06/2022).

Hasil wawancara peneliti menunjukkan bahwa pihak Dinas tidak mematok harga, tetapi mereka mengusulkan bahwa harga harus sama dengan harga jual di toko atau outlet oleh-oleh yang lain. Tujuannya agar produk dapat terjual secara cepat dan perputaran ekonomi dari penjualan produk dari pojok UMKM dapat terlaksana dengan maksimal.

Ketua PHRI menyampaikan:

“Kami berharap mendapat pesanan langsung dari penjualan hari itu juga dari UMKM. Karena kami sudah menyediakan tempat sehingga setidaknya kami mendapat yang setara.”

3. *Place* (tempat)

Place (tempat) Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan, dan sebagainya. Tempat adalah suatu hal untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk yang diujakan, pemilihan tempat juga berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan. Semakin ramai suatu lokasi atau suatu tempat dikunjungi maka tingkat kesempatan penjualan produk juga semakin tinggi.

Program pojok UMKM yang dicanangkan Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi menilai bahwa Hotel adalah suatu tempat yang konstan dikunjungi oleh pelancong luar daerah Kota Bukittinggi. Wisatawan yang berkunjung ke Kota Bukittinggi pasti memilih Hotel sebagai tempat persinggahan dan tempat untuk beristirahat.

Perencanaan pojok UMKM nanti akan memilih hotel sebagai sentral spotnya. Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi berharap setiap Hotel yang ada di Kota Bukittinggi mampu bekerja sama dalam program ini. Sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan salah satu staf Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi:

“pojok UMKM yang akan kami sediakan ini kami memilih Hotel sebagai main spot nya karena hotel sama-sama kita ketahui menjadi central tujuan pelancong luar yang ingin berwisata di kota Jam Gadang ini, disitu kami melihat peluang yang tinggi terhadap keberadaan pelancong tersebut, karena itu kami memilih hotel sebagai tempat diselenggarakannya pojok UMKM ini, dan kami berharap hotel dapat bekerjasama dengan baik untuk mensukseskan program ini”(wawancara pada tanggal 21/06/2022).

Wawancara diatas dapat disimpulkan program ini nantinya bertujuan untuk memanfaatkan Hotel sebagai *main spot* program Pojok UMKM di Kota Bukittinggi. Dengan adanya pojok UMKM yang dilaksanakan di berbagai hotel di Kota Bukittinggi diharapkan juga dapat membuat para pelaku UMKM dapat meningkatkan produk mereka dengan kreatif dan inovatif karena yang datang berkunjung ke hotel pastinya orang-orang yang ingin berwisata dan rata-rata pasti orang luar daerah.

Pojok UMKM Hotel sendiri nantinya akan diambil dari *front spot* dari hotel yaitu *lobby*, rencananya produk UMKM akan diberikan rak khusus yang ditata sedemikian rupa agar terlihat jelas oleh pengunjung yang datang nantinya ke hotel tersebut.

Pendapat ketua PHRI mengenai penggunaan tempat di hotel:

“Tentu kami mengutamakan estetika hotel, harus memperhatikan fasilitas yang sesuai dengan tema hotel dan tidak merusak keindahan hotel. Kami perlu menentukan desain dan tampilannya”

Gambar 3. Contoh Pojok UMKM



Sumber: Koleksi pribadi peneliti, 2022

4. *Promotion* (Promosi)

Promotion (Promosi) adalah aktivitas usaha yang bertujuan untuk menyampaikan daya tarik suatu produk, membujuk pembeli, membuat konsumen merasa lebih mengenal produk tersebut, dan membangkitkan minatnya. Promosi adalah salah satu teknik *marketing* dalam memperkenalkan produk ke masyarakat luas.

Di era milenial, salah satu cara promosi yang paling efektif adalah melalui media sosial, media sosial sendiri menjangkau seluruh kalangan masyarakat dan mudah diakses. Pojok UMKM sendiri disamping memanfaatkan promosi melalui pajangan produk di pojok UMKM juga nantinya pelaku UMKM dan setiap *stakeholder* dapat memaksimalkan promosi melalui media sosial dan media digital lainnya.

Dalam wawancara peneliti dengan salah satu pihak hotel yang ada di Kota Bukittinggi :

“kami dari pihak hotel sangat mendukung adanya pojok UMKM yang dicanangkan oleh pihak pemko Bukittinggi, kami berharap dengan adanya program ini maka dapat memberikan impact yang positif dari berbagai pihak, dan kami salah satu stakeholder terkait akan berpartisipasi dengan maksimal terkait program ini termasuk dalam memfasilitasi tempat promosi yang akan

dilakukan pembentukan dan pembuatan pojok UMKM” (wawancara pada tanggal 02/08/2022).

Sesuai dengan hasil wawancara diatas salah satu pihak Hotel yang peneliti wawancara menyampaikan dukungan yang positif kepada Pemko Bukittinggi dengan adanya pencanangan program pojok UMKM. Pihak hotel di Kota Bukittinggi bersedia menjadi salah satu media promosi produk UMKM melalui program pojok UMKM yang akan dilaksanakan ini, mereka bersedia memberikan *space* dilingkungan hotel mereka yang nantinya akan digunakan sebagai *main spot* produk UMKM yang terkait.

4.2.2 Sistem Kerjasama Hotel Dengan UMKM Yang Bersangkutan Dalam Program Pojok UMKM Hotel

Setiap program yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah sering berkolaborasi dengan pihak masyarakat dan pihak swasta. Kolaborasi yang dinamis ini adalah salah satu bentuk adanya *good governance* yang menggunakan prinsip *collaborative governance*, dimana dalam melakukan pembangunan sosial pemerintah melibatkan masyarakat dan pihak swasta. Program pojok UMKM adalah salah satu bentuk kerjasama antar pemerintah, masyarakat dan pihak swasta dalam melakukan pembangunan sosial dibidang ekonomi melalui produk UMKM untuk tercapainya kesejahteraan sosial dikalangan masyarakat.

Program pojok UMKM adalah salah satu bentuk adaptasi inovasi yang dicanangkan Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi melihat dari daerah lain dalam memajukan UMKM mereka. Pemerintah Kota Bukittinggi melalui Dinas merencanakan program ini dengan tujuan yang sama yaitu memajukan UMKM Kota Bukittinggi agar mendobrak roda perekonomian agar berjalan secara lancar sehingga pelaku UMKM mendapatkan *income* yang besar, Pojok UMKM juga memberikan keuntungan kepada pihak hotel yang ingin bekerjasama dengan pemerintah Kota Bukittinggi melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi, dalam mewujudkan program ini juga menjadi patron dalam memajukan UMKM di Kota Bukittinggi.

Karena program Pojok UMKM melibatkan pelaku UMKM dan hotel sebagai pihak swasta maka adanya pola kerjasama tentang bagaimana berjalannya program ini dengan efektif. Pola kerjasama juga merupakan salah satu bentuk komitmen yang ditunjukkan oleh masing-masing pihak dalam menjalankan program. Disini ada 3 pihak yang akan bekerja sama yaitu pelaku UMKM, hotel dan Dinas. Selaku pemangku kebijakan Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi menjadi poros dan penghubung antara pelaku UMKM dengan pihak hotel selaku pihak penyedia tempat untuk pojok UMKM

Pada penelitian ini peneliti merumuskan pola kerja sama antara Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi, pihak Hotel dan Pelaku UMKM dalam melaksanakan program pojok UMKM. Pola kerjasama yang peneliti rumuskan adalah:

1. Penerbitan Dasar Hukum

Sebagai awalan dalam pembentukan program harus adanya landasan hukum sebagai syarat formal suatu program dapat terlaksana secara legal dan tidak bertentangan dengan aturan. Dimulai dengan melalui penerbitan Surat Keputusan (SK) mengenai kerjasama pelaksanaan program Pojok UMKM Hotel dengan berbagai hotel yang berada di wilayah Kota Bukittinggi. SK yang dibentuk sifatnya sebagai pengatur dan tidak mengikat secara hukum tetapi bersifat sebagai mitra pembangunan sehingga peraturan tersebut tidak memberatkan berbagai pihak. Peraturan yang dibentuk nantinya berisi tentang latar belakang program, tujuan program, bentuk pelaksanaan, bentuk pengawasan, syarat administrasi, evaluasi serta hal-hal lain terkait kerjasama antara pihak UMKM, hotel, dan pemerintah Kota Bukittinggi.

2. Survei

Survei dilakukan bertujuan untuk meninjau ke lapangan langsung bagaimana prospek hotel. Serta melakukan pembicaraan terkait kerjasama yang akan dilakukan dalam upaya pelaksanaan program pojok UMKM di hotel tersebut. Pelaksanaan survei dengan tujuan utama adalah melakukan penawaran kerjasama oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi kepada pihak hotel, dengan adanya survei dan pembicaraan ini membuka ruang diskusi sehingga tidak adanya paksaan dalam menjalankan program ini. Survei juga dilakukan kepada calon UMKM yang akan mengikuti program ini, survei kepada calon UMKM yang akan mengikuti program pojok UMKM meliputi syarat produk yang sudah terdaftar di BPOM dan memiliki produk yang berkualitas serta menyetujui kesepakatan yang ada antara pihak Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi dengan pihak hotel.

3. Melakukan MOU

Master of Understanding atau dalam istilah bahasa Indonesia adalah tanda tangan kesepakatan kerjasama adalah final *output* yang diharapkan terjadi ketika semua pihak sudah sepakat untuk menjalankan program pojok

UMKM. MOU berisi tentang fakta kesepakatan dan ketentuan yang berlaku terhadap pelaksanaan program Pojok UMKM. MOU tersebut akan disepakati oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi bersama pihak manajemen hotel.

Dalam MOU juga terdapat daftar potensi UMKM di wilayah agar bisa dihubungi pihak hotel jika memerlukan produk kuliner maupun kerajinan UMKM. Setelah adanya MOU ini maka program dapat dijalankan dengan melakukan persiapan yaitu pembuatan *space*.

Pola kerjasama yang nantinya akan diterapkan apabila program ini direalisasikan adalah dalam bentuk mitra tanpa mengikat secara statis semua pihak yang terlibat. Pola kerjasama nantinya akan didasari oleh Surat Keputusan (SK) sebagai landasan formal berjalannya program dengan legal. Nantinya kerjasama akan ada aturan yang mengatur bagaimana berjalannya program ini sehingga tidak lari dari *output* yang diinginkan. Kerjasama diharapkan mendapatkan respon positif dan adanya antusiasme antar pihak sehingga dapat terlaksana secara efektif.

4. Pendanaan

Pendanaan adalah uang dana yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Pendanaan sangat berpengaruh dalam program pojok UMKM ini karena pendanaan atau penganggaran dana harus jelas dari pihak mana saja yang harus mengeluarkan dana agar program ini terlaksana. Pelaku UMKM sebagai objek sasaran setidaknya diberikan bantuan sehingga pelaku UMKM tidak perlu mengeluarkan dana tambahan untuk menyiapkan kompartemen pendukung pada program Pojok UMKM Hotel seperti etalase pajangan. Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi nantinya dibantu pihak ketiga memfasilitasi pelaku UMKM dalam menyiapkan hal-hal yang berkaitan dengan pojok UMKM dan tidak juga memberatkan kepada hotel terkait menyiapkannya karena memang tidak ada paksaan, pihak hotel juga sudah memfasilitasi pelaku UMKM agar bisa menggunakan lingkungan hotel mereka untuk melaksanakan program Pojok UMKM. Sumber dana yang dapat diperoleh oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi adalah melalui perencanaan penganggaran APBD untuk UMKM jika disetujui yang

nantinya menjadi sumber dana dalam terlaksananya program Pojok UMKM Hotel atau dengan menyusun kerja sama dengan pihak lain seperti BUMN untuk membantu pengadaan dana.

Perlunya susunan Proposal Kerjasama yang dapat diajukan kepada pihak hotel serta pihak yang membantu terkait pendanaan. Diharapkan dapat menarik perhatian untuk ikut serta dalam program pojok UMKM ini. Menjelaskan tujuan serta mekanisme dari program pojok UMKM hingga output yang diharapkan dengan direalisasikannya Program Pojok UMKM Hotel.

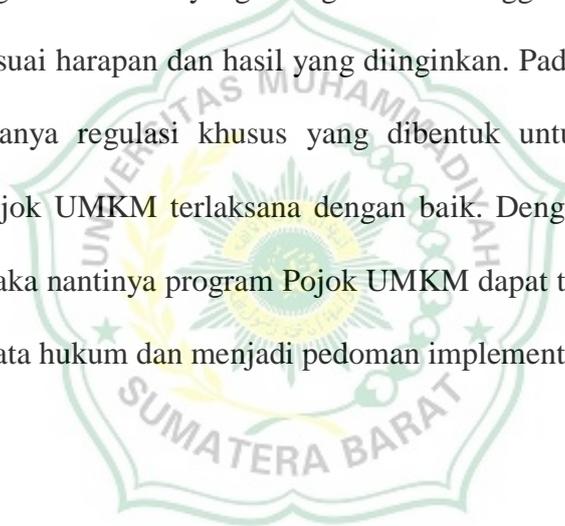
4.2.3 Faktor yang mempengaruhi Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Hotel Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti terkait dengan wacana program pemasaran produk UMKM melalui pojok UMKM hotel yang akan dilaksanakan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi perlunya faktor regulasi yang berpengaruh dalam pelaksanaan program Pojok UMKM tersebut.

Regulasi diartikan sebagai sebuah peraturan, regulasi merupakan cara untuk mengendalikan manusia atau masyarakat dengan suatu aturan atau pembatasan tertentu. Penerapan regulasi biasa dilakukan

dengan berbagai macam bentuk, yakni pembatasan hukum yang diberikan oleh pemerintah, regulasi oleh suatu perusahaan dan sebagainya.

Dalam setiap program pemerintah harus dilandasi sebuah regulasi sebagai landasan formal atas terbentuk dan terlaksananya suatu program. Regulasi harus berisi indikator yang mempengaruhi setiap terjalannya sebuah program, pojok UMKM Hotel harus memiliki regulasi khusus yang mengatur terselenggaranya program tersebut sesuai harapan dan hasil yang diinginkan. Pada saat ini masih belum adanya regulasi khusus yang dibentuk untuk mengatur program pojok UMKM terlaksana dengan baik. Dengan adanya regulasi ini maka nantinya program Pojok UMKM dapat terlaksana secara sah di mata hukum dan menjadi pedoman implementasinya.



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan dalam bentuk uraian pada 4, maka penelitian terkait program Pojok UMKM oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Program Pojok UMKM Hotel oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi dapat terwujud dengan menimbang bahwa Kota Bukittinggi adalah kota wisata dengan jumlah wisatawan tinggi dan banyak yang menggunakan jasa hotel sebagai tempat penginapan menjadikan program Pojok UMKM Hotel dapat dilaksanakan dan akan menghasilkan *output* yang sesuai dengan tujuan program yaitu memajukan UMKM melalui pojok UMKM dengan memanfaatkan Hotel sebagai media pemasaran.
2. Program Pojok UMKM dapat terlaksana dengan baik apabila pihak Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi dapat memberikan fasilitas yang mumpuni serta mendukung dan tidak hanya fasilitas tetapi pihak Dinas harus mampu mengeluarkan regulasi yang jelas sehingga adanya dasar hukum sebagai landasan yuridis pelaksanaan program pojok UMKM.

3. Program pojok UMKM Hotel sangat membantu pemasaran produk UMKM yang dapat dikenal luas oleh wisatawan yang berkunjung ke hotel di Kota Bukittinggi.
4. Program pojok UMKM ini tak hanya membantu pelaku UMKM namun dapat ikut serta meramaikan hotel karena wisatawan akan tertarik dengan fasilitas UMKM yang ada di hotel karena itu memudahkan mereka berbelanja oleh-oleh.

5.1 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan dalam bentuk uraian pada bab pembahasan sebelumnya, maka penelitian terkait program Pojok UMKM oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Melalui program ini Pemerintah melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi, dapat secara langsung membantu perkembangan UMKM yang ada di kota Bukittinggi. Agar semakin menarik perhatian dan minat wisatawan untuk datang ke Bukittinggi. Maka dari itu Dinas harus mengajukan rancangan serta susunan acuan program ini. Karena program ini bisa menjadi salah satu pijakan untuk memajukan UMKM Bukittinggi.
2. Pemerintah Kota Bukittinggi melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi harus membuat

regulasi dan MOU yang jelas untuk mengatur terlaksananya program Pojok UMKM agar program ini memiliki landasan hukum yang jelas dalam pelaksanaannya dapat terealisasi.

3. Pemerintah Kota Bukittinggi melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi membantu memfasilitasi dan memberi penjelasan kepada pelaku UMKM yang mengikuti program Pojok UMKM mulai dari pendanaan dan pengawasan serta tidak memberatkan pihak manajemen hotel dan pelaku UMKM.



DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Sulastiyono. (2019). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Alam, S.S., Noor, M.K.M., 2009. *International Journal Of Business and Management*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ardella, A. M. P. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial Oleh Senyum Community Sebagai Persuasi Cyber Social Enterprise*. Journal UMS.
- Carter, J. 2014. *Social Media Strategies in Small Business*. Manchester: Manchester Metropolitan University
- Chaterina, Intan. 2012. *The Effect Of Customer Engagement In The Social Media Towards Trust (Study To Facebook Sunsilk Indonesia)* (Skripsi, Universitas Indonesia, 2013, diterbitkan)
- Edomwan, S., Prakasan, S.K., Kouame, D., Watson, J., SeyMOUr, T., 2011. *The History of Social Media and Its Impact on Business*. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 16 (3), pp. 1-13.
- Evans, Dave. 2008. *Social Media Marketing An Hour A Day*. Canada: Wiley Publishing, Inc
- Evans, Dave. 2010. *Praise for Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta 2017

- Faraz Farooq, Zohaib Jan . 2012. *The Impact of Social Networking to Influence Marketing through Product Reviews*. Emerald Group Publishing Limited
ISSN 2223-4985
- Gurnelius, Susan. 2011. *30-minute Sosial Media Marketing*. United States:
McGraw-Hill Companies
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic PublishingService).
- Husein, Umar. 2000. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta:
PT. Gramedia Pustaka Utama
- Indonesia, 2021. *Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Jawa Timur, 2018. *Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 25 Tahun 2018 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2012). *Rencana Strategis 2012 2014*. (p. 215). Jakarta: Kemparekraf.
- Kotler, P and Amstrong, G. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*.
Terjemahan: Jusuf, D. I. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P. and Kevin Lane Keller. 2018. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

- Lawson, Fred, Hotel, Motel and Condominium Design Planning and Maintenance, Architecture Pres Ltd, London, 2018.
- Muhammad Iqbal Muttaqin, H. N. (2019). *Penerapan Bauran Pemasaran: Studi Kasus Usaha Mahasiswa Saudara Nelor Pertama*. Jurnal Sains Penelitian & Pengabdian Vol. 2 No.2, 2019, 38.
- Puguh. 2018. Perilaku UMKM. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media
- Rozga, Z. 2004. Tourism Policy Issues for Today: Tourism Technologies and Information Communication.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan kombinasi (mix method), Bandung, CV. Alfabeta
- Suharsimi, Arikunto. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Yogyakarta: Bina Aksara
- Tulus. 2018. Perilaku UMKM. Terjemahan: Penerbit Erlangga
- Williamson. 2017. Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Yoeti, O. A. 2003. *Tours and Travel Marketing*, Jakarta, PT Pradnya Paramita.

Lampiran 1. Surat Permohonan Observasi Awal



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT FAKULTAS PARIWISATA

Jl. By Pass Km.1. No. 09. Aur Kuning, Bukittinggi, Sumatera Barat. Kode Pos 26131
Telp/Fax : 0752 6481949 . Website : www.umsb.ac.id. Email : fparumsb@yahoo.com

Nomor : 499/II.3.AU/F/2022
Lamp : -
Hal : Permohonan Observasi Awal

Kepada Yth,
General Manager
Mersi Hotel Bukittinggi

Di Tempat

Assalamu'alaikum wr wb

Seiring salam di atas kami do'akan semoga Bapak/Ibu selalu dalam lindungan Allah SWT dan sukses menjalankan aktifitas sehari-hari. Amin

Sehubungan akan dilaksanakannya proses pembuatan Proposal Proyek Akhir guna menyelesaikan studi pada Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami atas nama:

Nama : HILDA ANNISA YUSUF
NIM : 191000293302011
Program Studi : Perhotelan

Maka kami mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan observasi awal penelitian dalam rangka menyusun Proposal Proyek Akhir di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr wb

Bukittinggi : 12 Muharam 1444 H
: 10 Agustus 2022 M

Dekan,

Ruzi Juliani, S.ST.Par., M.M.
NBM. 1208526

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS PARIWISATA
 Jl. By Pass Km.1. No. 09. Aur Kuning, Bukittinggi, Sumatera Barat. Kode Pos 26131
 Telp/Fax : 0752 6481949 . Website : www.umsb.ac.id. Email : fparumsb@yahoo.com

Nomor : 49011.3.AU/F/
 Lamp : -
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
General Manager
Hotel Mersi Bukittinggi.

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr Wb

Sehubungan akan dilaksanakannya proses pembuatan Proyek Akhir guna menyelesaikan studi pada program D-IV Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami :

Nama : Hilda Annisa Yusuf
 NIM : 191000293302011
 Program Studi : Perhotelan
 Judul Proyek Akhir : PEMASARAN PRODUK MELALUI PROGRAM
 POJOK UMKM DI HOTEL MERSI BUKITTINGGI
 OLEH DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN
 MENENGAH DAN PERDAGANGAN KOTA
 BUKITTINGGI
 Waktu Penelitian : April s/d Agustus

Maka kami mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan proses penelitian dan pengambilan data sesuai dengan judul yang akan diteliti guna membantu menyelesaikan Proyek Akhir yang bersangkutan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Bukittingg : 13 Muharam 1444 H
 11 Agustus 2022 M

Dekan,



Ruzi Juliani, S.ST.Par., M.M
 NBM. 1208526



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS PARIWISATA

Jl. By Pass Km.1. No. 09. Aur Kuning, Bukittinggi, Sumatera Barat. Kode Pos 26131
 Telp/Fax : 0752 6481949 . Website : www.umsb.ac.id. Email : fparumsb@yahoo.com

Nomor : 49011.3.AU/F/
 Lamp : -
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
General Manager
Hotel Meru Bukittinggi.

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr Wb

Sehubungan akan dilaksanakannya proses pembuatan Proyek Akhir guna menyelesaikan studi pada program D-IV Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami :

Nama : Hilda Annisa Yusuf
 NIM : 191000293302011
 Program Studi : Perhotelan
 Judul Proyek Akhir : PEMASARAN PRODUK MELALUI PROGRAM
 POJOK UMKM DI HOTEL MERSI BUKITTINGGI
 OLEH DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN
 MENENGAH DAN PERDAGANGAN KOTA
 BUKITTINGGI
 Waktu Penelitian : April s/d Agustus

Maka kami mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan proses penelitian dan pengambilan data sesuai dengan judul yang akan diteliti guna membantu menyelesaikan Proyek Akhir yang bersangkutan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Bukittingg : 13 Muharam 1444 H
 11 Agustus 2022 M

Dekan,

Ruzi Fuliiani, S.ST.Par., M.M.
 NBM. 1208526

Lampiran 3. Pedoman Wawancara

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul **Pemasaran Produk Melalui Program Pojok UMKM Di Hotel Mersi Bukittinggi Oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi**. Berikut daftar pertanyaan wawancara:

Pertanyaan wawancara untuk pihak Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

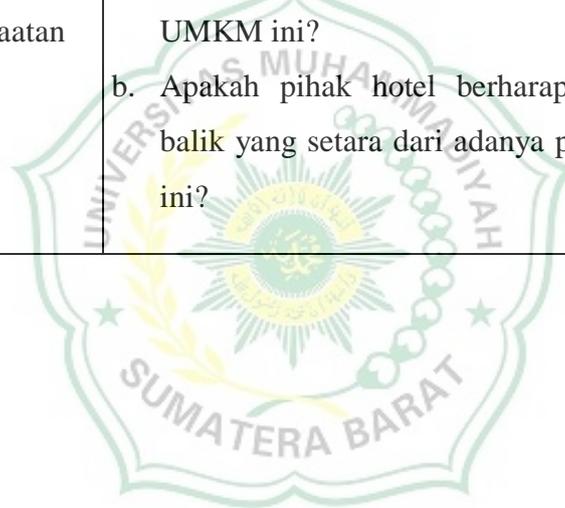
No	Substansi	Pertanyaan
1.	Kebijakan	a. Apa yang mendasari Dinas membuat program pojok UMKM? b. Bagaimana program pojok UMKM ini dapat berjalan? c. Apa bentuk kerjasama yang ditawarkan oleh Dinas kepada Hotel yang bersangkutan? d. Apakah Dinas memfasilitasi seluruh operasional UMKM dalam memajang produknya di Pojok UMKM? e. Bagaimana pola kerjasama antara Dinas, Hotel dan pelaku UMKM dalam program pojok UMKM? f. Bagaimana strategi Dinas agar pelaku UMKM/industri hotel mendukung program ini? g. Bagaimana pola seleksi yang dilakukan Dinas bagi pelaku UMKM bisa ikut pada program pojok UMKM ini? h. Produk UMKM yang bagaimana yang akan dinas pilih untuk bias ikut dalam program ini? i. Sejauh ini produk UMKM apa yang menjadi

		unggulan Kota Bukittinggi?
2.	Sarana dan Prasarana	<p>a. Siapa yang bertanggung jawab atas pengadaan sarana dan prasarana pojok UMKM di hotel?</p> <p>b. Bagaimana pendapat Dinas tentang pemeliharaan sarana dan prasarana pojok UMKM?</p>
3.	Hasil dan Kemanfaatan	<p>a. Apa hasil yang diharapkan dengan adanya program pojok UMKM?</p> <p>b. Apa manfaat program pojok UMKM bagi pelaku UMKM?</p> <p>c. Kapan program pojok UMKM akan direalisasikan?</p>

Pertanyaan untuk pihak Manajemen Hotel

No	Substansi	Pertanyaan
1.	Kebijakan	<p>a. Bagaimana pihak hotel membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya?</p> <p>b. Bagaimana tanggapan pihak hotel terhadap program pojok UMKM yang dibuat oleh Dinas?</p> <p>c. Pola kerjasama seperti apa yang diharapkan pihak hotel dalam program pojok UMKM ini?</p> <p>d. Apakah pihak hotel mendukung program ini?</p> <p>e. Apakah pihak hotel keberatan jika tidak mendapat kompensasi atas program ini?</p> <p>f. Produk UMKM seperti apa yang diinginkan hotel pada program pojok UMKM ini?</p> <p>g. Apakah ada produk pilihan yang diinginkan hotel dalam program ini?</p> <p>h. Berapa standar harga produk yang pantas masuk ke</p>

		dalam hotel?
2.	Sarana dan Prasarana	<p>a. Jika iya, apakah pihak hotel bersedia menyediakan area/tempat untuk pojok UMKM?</p> <p>b. Menurut pihak hotel siapa yang bertanggung jawab terhadap pengadaan serta biaya pengadaan sarana dan prasarana program pojok UMKM ini?</p> <p>c. Jika sarana dan prasarana program pojok UMKM di fasilitasi oleh Dinas terkait, bagaimana bentuk estetika yang diharapkan menurut pihak hotel?</p>
3.	Hasil dan Kemanfaatan	<p>a. Menurut pihak hotel apa manfaat program pojok UMKM ini?</p> <p>b. Apakah pihak hotel berharap mendapatkan timbal balik yang setara dari adanya program pojok UMKM ini?</p>



Lampiran 4. Hasil Wawancara

Tanggal : 02 Agustus 2022

Narasumber : an. Kepala Dinas, Sesri, S.Kom

Jabatan : Staf UMKM Bidang Koperasi, Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

- a. Yang mendasari dinas membuat program pojok UMKM yaitu tentunya karena Bukittinggi adalah kota wisata. Gerbong utamanya produk-produk UMKM. Jadi wisatawan atau tamu yang datang ke hotel bisa melihat langsung produk tadi. Karena sasaran utama pojok UMKM ini wisatawan yang datang ke Bukittinggi terutama yang menginap di hotel.
- b. Bisa berjalan dan terealisasi jika sudah dikeluarkannya aturan sah seperti misalnya SK.
- c. Kerjasama yang ditawarkan dari dinas yaitu masukan dan arahan kerja sama antara pelaku UMKM dengan manajemen hotel. Atau sekedar menjembatani, dinas membantu agar pelaku UMKM dan manajemen hotel bias merasakan manfaat dari adanya program ini.
- d. Untuk hal nya memfasilitasi, sejauh ini dinas belum pernah memfasilitasi ataupun memberi bantuan langsung kepada pihak yang bekerja sama dengan dinas. Melalui cara lain membuat kerja sama dengan pihak lain yang nantinya bersedia bekerja sama membantu pendanaan atau untuk CSR atau seperti bantuan langsung dari pemerintah berupa subsidi. Dinas bisa memilih atau menentukan UMKM yang terbaik yang akan ikut program pojok UMKM Hotel.
- e. Dinas tidak boleh menerima uang dari siapapun dan instansi apapun. Jadi untuk pembagian keuntungan dinas hanya membantu menjadi perantara antara manajemen hotel dan pelaku UMKM. Atau jika ada permintaan khusus dari salah satu pihak, dinas membantu mencari kesepakatan.

- f. Pola seleksi yang dilakukan oleh dinas yang terpenting yaitu produk UMKM yang berkualitas, kemasan atau *packaging* yang sudah layak, *merk* dagang sudah didaftarkan. Seperti Bordir Kapalo Samek dan Sanjai Ummi Aufa Hakim. Tak lupa sudah ada BPOM dan Halal dari MUI.
- g. Strategi agar pelaku UMKM dan hotel dapat mendukung program ini tentu dengan menyegerakan serta mengesahkan aturan pojok UMKM ini sehingga jika sudah ada himbauan dari pemerintah, tentu akan mendapat perhatian dari pelaku UMKM dan hotel itu sendiri.
- h. Kembali lagi, untuk pengadaan serta pemeliharaan sarana prasarana fasilitas program pojok UMKM ini, dinas membuat kerja sama dengan pihak ketiga seperti BUMN ataupun dengan adanya subsidi dari pemerintah.
- i. Program ini bisa direalisasikan jika sudah ada aturan sah serta dinas menawarkan kerja sama dengan pihak lain dengan membuat proposal dengan pihak ketiga. Dinas berharap ada *feedback* dengan adanya program ini, dan untuk kejelasan program ini tentu nanti dalam aturan sah akan dipaparkan. Dan dinas akan melakukan sosialisasi untuk program ini.
- j. Hasil yang kami harapkan dengan adanya program ini sebagai pihak dinas yang menaungi UMKM kota Bukittinggi yang pasti dapat meningkatkan promosi serta penjualan UMKM itu sendiri, serta menjadi himbauan bagi pelaku UMKM untuk melakukan inovaasi terhadap produk mereka dan mendftarkan usaha mereka secara resmi kepada dinas. Serta untuk pelaku UMKM, mereka bisa memperluas wilayah pemasaran untuk jangkauan pembeli, meningkatkan pendapatan dan lebih memperkenalkan *merk* produk mereka.
- k. Agar cepat direalisasikan, perlunya pokir (pokok pikiran) seperti halnya masukan dari anggota DPR. Lalu dibuat proposal, persetujuan, usulan dana, disahkan barulah dapat direalisasikan.

Tanggal : 21 Juni 2022

Narasumber : Annisa Febriyanti.S, SE

Jabatan : Staf UMKM Bidang Koperasi, Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

1. Sebenarnya ibu kepala dinas ingin sekali segera merealisasikan. Namun kita masih harus mendata seluruh UMKM yang ada sehingga program ini masih harus tertunda. Apalagi UMKM sedang maraknya sekarang.
2. Kami sebagai staf tentu menunggu arahan dari atasan.
3. Banyak manfaat yang bisa dirasakan dari program ini. Salah satunya semakin memajukan UMKM Bukittinggi. Mereka lebih giat dalam melakukan pembaruan produk serta tampilan. Sehingga selain destinasi wisata Bukittinggi juga bisa menarik perhatian pendatang dari segi UMKM nya.
4. Untuk kebijakan kami belum mendapat bocoran. Yang pasti dinas akan membantu pihak hotel dan UMKM dalam program ini agar saling menguntungkan kedepannya.



Tanggal : 08 Juli 2022
Narasumber : Dessy Andriany
Jabatan : General Manager Hotel Mersi Bukittinggi

- a. Sejak awal 2018 kami sudah bekerja sama dengan brand Randang, baju kaus dengan tulisan berbahasa Minang. Kami sudah menawarkan pada sanjai NITA agar meletakkan produk mereka di hotel kami, hanya saja hingga saat ini masih belum. Hotel Mersi sejauh ini secara tidak langsung membantu mengembangkan produk UMKM khas Bukittinggi. Jika kami pergi perjalanan keluar kota kami pasti membawa oleh-oleh khas. Jadi secara tidak langsung kami turut serta menaikkan nama produk UMKM Bukittinggi.
- b. Menurut saya program pojok UMKM ini akan lebih membantu tamu yang ingin membeli produk khas Bukittinggi tanpa harus jauh-jauh ke *outlet* UMKM tersebut.
- c. Kami tidak menargetkan pola kerja sama yang seperti apa. Kami mendukung dan silahkan saja jika ingin menggunakan *space* di hotel kami. Kami tidak menyewakannya, pelaku UMKM dapat menggunakan secara gratis.
- d. Sejauh ini kami memang tidak pernah meminta kompensasi kepada pelaku UMKM. Kami hanya mengambil keuntungan lewat penjualan langsung. Missal mereka menaruh harga Rp. 85.000,- kami disini menaruh Rp. 90.000,- karena tamu tidak perlu terlalu jauh jika ingin membeli produk itu dan juga untuk melayani pembeli, tamu maupun umum kami langsung menurunkan karyawan hotel.
- e. Tidak ada seleksi khusus sejauh ini. Yang penting *packaging* nya bersih dan rapi untuk makanan.
- f. Kami tidak menyusun anggaran untuk etalase atau rak untuk UMKM jadi kami hanya menyediakan tempat. Jadi untuk fasilitas kami serahkan saja pada pelaku UMKM dan dinas nantinya.
- g. Tentu manfaat nya bisa membantu UMKM dalam meningkatkan pemasaran mereka. Dan untuk hotel sendiri saya rasa dengan adanya pojok UMKM

dapat mempengaruhi tingkat kunjungan dengan alasan tertentu. Misalnya mereka memilih hotel kita karena bisa langsung belanja oleh-oleh.



Tanggal : 30 Agustus 2022
Narasumber : Taufik Hidayat
Jabatan : Ketua PHRI Kota Bukittinggi

1. Sebenarnya untuk pemasaran UMKM ada kami sudah pernah ingin bekerja sama dengan *e-commerce* yang ingin masuk tapi kami belum fix kan mereka. Karena untuk tempat kami belum menentukan dimana yang tepat. Aada rencana di samping *lobby*. Namun belum terealisasi. Kami juga ada rencana ingin memasukkan UMKM Cuma ya akan lebih baik jika semua hotel bisa ikut. Akan lebih baik jika sudah ada SK dan kerjasama yang jelas dengan dinas.
2. Dulu sudah pernah ada UMKM yang masuk. Sebelum pandemi, Rang Minang. Pernah ada *event* jadi ada *stand* UMKM gitu, kami mengambil persenan dari persentasi pendapatan hari itu.
3. Tentu saja kami mendukung, melalui ini kami bisa membantu menaikkan kelas UMKM Kota Bukittinggi.
4. Kami setuju jika ini dipercepat realisasinya. Karena di daerah lain sudah menjalankan program seperti ini untuk membantu pemasaran UMKM nya.
5. Tentu saja produk yang masuk ke hotel harus memperhatikan kualitas dan legalitas nya. Bagaimana *packaging* nya agar bisa menarik perhatian tamu untuk mendekat ke arah pojok UMKM.
6. Untuk lokasi kami bersedia menyediakan, dan untuk desain nya kami serahkan kepada pihak dinas atau UMKM nya sesuai perizinan pihak hotel. tapi itu tetap harus memperhatikan keindahan agar tidak merusak tampilan hotel. Etalase yang dipakai tentu tidak bisa disamakan dengan etalase biasa di toko-toko.
7. Jadi nanti untuk regulasi atau SK nya ada kejelasan tentang mekanisme program ini. Jangan sampai hanya menguntungkan satu pihak saja. Barangnya apa saja, harganya bagaimana, kemasannya serta yang mengontrol itu siapa. Harus jelas.

Lampiran 5. Gambar Pojok UMKM

Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara dengan Informan







Wawancara bersama General Manager Grand Bunda Hotel



Wawancara bersama Ketua PHRI Bukittinggi

Lampiran 7. Proposal Program Pojok UMKM

**PROPOSAL KERJASAMA DINAS
KOPERASI, USAHA KECIL DAN
MENENGAH DAN PERDAGANGAN DAN
HOTEL MERSI KOTA BUKITTINGGI**



1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan menengah yang disebut dengan UMKM merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang bertanggung jawab terhadap pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia. Bukittinggi, Sumatera Barat adalah salah satu kota dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang signifikan di Sumatera Barat. Bukittinggi menjadi salah satu sentral ekonomi yang strategis terutama dibidang perdagangan, wisata, dan ekonomi kreatif.

UMKM adalah salah satu yang mendominasi perdagangan di Kota Bukittinggi. Masyarakat Kota Bukittinggi yang menjadi pelaku UMKM bergantung pada wisatawan yang datang ke Kota Bukittinggi sehingga wisatawan lokal maupun mancanegara yang menjadi target market mereka.

Besarnya pertumbuhan UMKM di Kota Bukittinggi tidak terlepas dari permasalahan. Apabila permasalahan tersebut dapat diatasi, maka UMKM akan memberikan kontribusi yang semakin baik disetiap tahunnya. Salah satu permasalahan yang dirasakan pelaku UMKM adalah tentang permasalahan pemasaran produk UMKM. Walaupun banyaknya UMKM dengan segudang ide dan barang yang ditawarkan ke publik dan banyaknya lembaga keuangan makro dan mikro yang siap membantu UMKM untuk melangsungkan bisnisnya, banyak juga terdapat kelemahan-kelemahan yang dihadapi oleh UMKM terutama permasalahan pemasaran produk UMKM. Permasalahan yang muncul terkait pemasaran yaitu:

1. Kurangnya akses pemasaran produk UMKM
2. Kurangnya sarana prasarana pemasaran produk UMKM

Salah satu inovasi pemasaran yang strategis yang dapat dilakukan untuk memasarkan produk UMKM adalah melalui promosi pojok UMKM Hotel di Kota Bukittinggi. Program ini nantinya akan diimplementasikan pada Hotel Mersi Kota Bukittinggi. Rancangan program ini menjadi kunci untuk kebijakan program yang akan diambil. Mekanisme program pojok UMKM Hotel dalam memasarkan produk melalui penyediaan tempat pada hotel yang nantinya akan diisi oleh produk UMKM Kota Bukittinggi, pojok UMKM nanti dibagi dan dipisahkan antara produk makanan dan kerajinan yang ditata pada sebuah ruang bagian dari hotel yang menjadi tempat sentral para pelancong yang ingin *check in* kamar hotel.

Melalui penyusunan proposal kerjasama ini diharapkan program dan kegiatan yang telah direncanakan ini dapat dilanjutkan dengan pembuatan regulasi sah dan sesuai sehingga dapat mempertimbangkan peluang dan kendala yang ada. Sehingga tercapainya komitmen antara Pemerintah Kota Bukittinggi melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan bersama Hotel Mersi Kota Bukittinggi dalam rangka merealisasikan program ini demi meningkatkan pemasaran produk UMKM Kota Bukittinggi

1.2. Konteks Permasalahan

Dalam pengidentifikasian program terkadang terdapat kendala masalah pendanaan baik dari Pemerintah maupun Hotel Mersi selaku sektor swasta..

Untuk itu dibutuhkan dukungan pendanaan dari sektor swasta baik dari Perusahaan Penyelenggara CSR, Perusahaan non-CSR maupun Lembaga donor lainnya yang berada di Kota Bukittinggi agar dapat mendukung Program Pojok UMKM ini di Kota Bukittinggi.

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari proposal ini adalah sebagai usulan untuk mendapatkan dukungan untuk penyediaan lokasi di Hotel Mersi serta pendanaan dari pendonor, baik dari perusahaan CSR, Perusahaan non-CSR maupun Lembaga donor/hibah lainnya.

Tujuan dari proposal ini adalah:

- a. Memperkenalkan Program Pojok UMKM kepada sektor swasta dan perusahaan CSR, perusahaan non-CSR, dan lembaga-lembaga donor/hibah lainnya,
- b. Menggali potensi pendanaan/bantuan dari sektor swasta, CSR, Lembaga-lembaga donor/hibah, dan sebagainya, untuk berkontribusi dan berpartisipasi dalam mendukung Program Pojok UMKM.

1.4. Usulan Kegiatan

Daftar usulan kegiatan yang dapat didanai oleh pendonor adalah sebagai berikut:

1. Pengadaan Spanduk Program UMKM Hotel,

2. Pengadaan Sarana Prasarana Pemasaran produk UMKM,
 - a. Pengadaan Etalase Produk Makanan UMKM,
 - b. Pengadaan Rak Pajangan Produk Kerajinan UMKM.
3. Pemeliharaan Sarana dan Prasarana Pemasaran Produk UMKM.

1.5. Pengelola Kegiatan dan Durasi

Aktivitas program dapat dilakukan bekerjasama dengan Pemerintah Daerah (PEMDA) Kota Bukittinggi. Hotel Mersi selaku sektor swasta sekiranya dapat menyediakan tempat untuk Program Pojok UMKM ini. Kemudian penyediaan sarana prasarana program ini melalui dukungan pendanaan dari sektor swasta baik dari Perusahaan Penyelenggara CSR, Perusahaan non-CSR maupun Lembaga donor lainnya. Sekiranya setelah itu pelaku UMKM yang kami tunjuk dapat segera mengisi pojok UMKM dengan produk-produk mereka. Durasi kegiatan dimulai tahun 2023, tergantung dengan kesepakatan bersama.

Dalam Program ini Pojok UMKM akan diisi oleh produk UMKM yang tidak memiliki harga tinggi. Pelaku UMKM sekiranya tidak menaruh harga yang tinggi atau sedikit lebih rendah dari pasaran mereka sebelumnya. Nantinya di dalam produk pihak hotel akan mendapat keuntungan paling banyak 25% dari harga yang ditaruh pelaku UMKM.

1.6. Penerima dan Manfaat

Bagi Pemerintah Kota Bukittinggi melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan, manfaatnya adalah:

- a. Meringankan beban APBD untuk mendukung Program Pojok UMKM,
- b. Membantu tercapainya Visi Kota Bukittinggi dalam Sektor Ekonomi Kerakyatan serta Sektor Kepariwisata, Seni Budaya dan Olahraga.
- c. Memancing pihak lain yang akan berpartisipasi dalam mendukung Program Pojok UMKM Hotel
- d. Dapat menarik perhatian pelaku UMKM agar melakukan inovasi pada produk mereka sehingga dapat meningkatkan pemasaran UMKM.

Bagi Hotel Mersi selaku sektor swasta, manfaatnya adalah:

- a. Sebagai Media Promosi yang tidak dikenakan Pajak,
- b. Menarik perhatian tamu karena adanya fasilitas UMKM yang mempermudah tamu berbelanja,
- c. Disetiap kegiatan acara oleh Dinas Hotel Mersi akan dikenalkan sebagai salah satu penyokong kemajuan UMKM Kota Bukittinggi.

Bagi Pihak Pendonor, manfaatnya adalah:

- a. Untuk setiap kegiatan dimungkinkan untuk memasang Logo dan Nama Pendonor tanpa ada biaya apapun,
- b. Disetiap acara sosialisasi, pendampingan dan pertemuan yang berkaitan dengan Program dan Kegiatan yang bersangkutan, nama Pendonor akan selalu disebutkan

1.7. Rencana Anggaran Biaya

Rencana Anggaran Biaya Program Pojok UMKM Hotel adalah sebagai berikut:

No.	Nama Kegiatan	Rencana Anggaran Biaya /Unit (*)
1.	Pengadaan Spanduk Program Pojok UMKM	Rp. 550.000,-
2.	Pengadaan Sarana Prasarana Pemasaran produk UMKM	Rp. 8.650.000,-
	a. Pengadaan Pengadaan Etalase Produk Makanan UMKM,	Rp. 6.550.000,-
	b. Pengadaan Rak Pajangan Produk Kerajinan UMKM.	Rp. 2.100.000,-
3.	Pemeliharaan Sarana dan Prasarana Pemasaran Produk UMKM	Rp. 1.700.000,-

Rencana Anggaran Biaya berdasarkan nilai kegiatan yang dilakukan di Pemerintahan

1.8. Laporan

Untuk Program yang pengelolaannya diserahkan kepada Pemerintah Daerah Kota Bukittinggi, maka akan dibuatkan laporan penyelenggaraan program dan pertanggungjawaban dalam hal penggunaan dana yang kemudian akan diserahkan kepada pihak Swasta dan Pendoror.

LAMPIRAN 1



LAMPIRAN 2



LAMPIRAN 3



PROGRAM POJOK UMKM

Produk Andalan Kota Bukittinggi

Informasi Lebih Lanjut :
@mersihotel
@diskopukmdag.bukittinggi



POJOK UMKM

Dapatkan kemudahan berbelanja produk andalan Kota Bukittinggi hanya di Hotel Mersi



@mersihotel
@diskopukmdag.bukittinggi

