

# PENINGKATAN DAYA SAING USAHA DEPOT AIR ISI ULANG MELALUI STRATEGI GENERIK DI KELURAHAN HUNGGALUWA KABUPATEN GORONTALO

MUHAMMAD FADLI ALI  
NPP. 31.0907

*Asdaf Kabupaten Gorontalo Provinsi Gorontalo*  
*Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*  
Email: [31.0907@praja.ipdn.ac.id](mailto:31.0907@praja.ipdn.ac.id)

Pembimbing Skripsi: Drs. Sayuti, M.T

## ABSTRACT

**Problem/Background (GAP):** *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are a buying and selling activity that is able to expand employment for the community. The problem that occurs here is the decline in the income of water refill depot entrepreneurs from the beginning of 2022 to June 2023. Purpose:* *The aim of this research is for the perpetrators to Water refill depot businesses can use generic strategies, namely businesses such as setting low rates, providing the best service to customers and paying attention to product quality. Method:* *The data collection technique uses a purposive sampling technique, namely by interviews and direct observation of refill water depot businesses in Hunggaluwa Village, Gorontalo Regency. Data collected through interviews were 22 respondents. Starting from the Head of the MSME Service, water depot business actors and consumers of refill water depots themselves. Data analysis uses qualitative methods. This technique focuses on explanations, causes and things that underlie the topic. Results/Findings:* *The research results obtained here are that the majority of water refill depot entrepreneurs have implemented the concept of a generic strategy, but there are also some who are still maintaining their business without implementing the concept of a generic strategy. Conclusion:* *The role of generic strategies in increasing the competitiveness of refillable water depot entrepreneurs in Hunggaluwa Village has been proven to be applied by almost all refillable water depot entrepreneurs in Hunggaluwa Village. Starting from the cost strategy, it is proven in the field that many business actors set relatively low rates for one gallon of refillable water.*

**Keywords:** *Water depot, MSMEs, Competitiveness, Strategy*

## ABSTRAK

**Permasalahan/Latar Belakang (GAP):** *Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu aktifitas jual beli yang mampu memperluas pekerjaan bagi Masyarakat. Masalah yang terjadi disini adalah menurunnya angka pendapatan pengusaha depot air isi ulang dari awal tahun 2022 hingga bulan juni 2023. Tujuan:* *Tujuan dari penelitian ini agar para pelaku usaha depot air isi ulang dapat menggunakan strategi generik yaitu suatu usaha seperti dengan mematok tarif yang rendah, memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan serta untuk tetap memperhatikan kualitas produk. Metode:* *Teknik pengambilan datanya menggunakan Teknik purposive sampling yakni dengan wawancara dan observasi secara langsung kepada para pelaku usaha depot air isi ulang yang ada di Kelurahan Hunggaluwa Kabupaten Gorontalo. Data yang dikumpulkan melalui wawancara adalah 22 responden. Mulai dari Kepala Dinas UMKM, Para pelaku usaha depot air dan para konsumen depot air isi ulang*

itu sendiri. Analisis data menggunakan metode kualitatif. Teknik ini berpusat terhadap penjelasan, penyebab dan hal-hal yang mendasari topik. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian yang didapat disini adalah sebagian besar dari pengusaha depot air isi ulang telah menerapkan konsep dari strategi generik namun ada juga beberapa yang masih mempertahankan usaha mereka tanpa menerapkan konsep strategi generik. **Kesimpulan:** Peran strategi generik terhadap peningkatan daya saing pengusaha depot air isi ulang di Kelurahan Hunggaluwa telah terbukti diterapkan oleh hampir semua pengusaha depot air isi ulang yang berada di Kelurahan Hunggaluwa. Mulai dari strategi biaya yakni terbukti dilapangan banyak pelaku usaha yang memasang tarif yang relatif rendah untuk satu galon air isi ulang.

**Kata kunci:** Depot air, UMKM, Daya Saing, Strategi

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

UMKM disebut sebagai kegiatan usaha produktif/ menguntungkan yang dimiliki oleh orang atau organisasi yang sesuai dengan definisi usaha mikro. UMKM berperan cukup besar dalam perekonomian nasional. Pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil Mikro dan Menengah. Penelitian ini berfokus di wilayah kelurahan Hunggaluwa kabupaten Gorontalo. Sampai dengan saat ini jumlah UMKM tercatat 96.487 per bulan Januari 2024. Adapun jumlah UMKM per Kabupaten dan Kota dirangkum pada Tabel:

**Tabel Jumlah UMKM Yang Ada Di Provinsi Gorontalo Tahun 2024**

No.	Nama Kota/Kabupaten	Jumlah
1.	Kota Gorontalo	14.507
2.	Kabupaten Gorontalo	45.217
3.	Kabupaten Boalemo	11.928
4.	Kabupaten Pohuwato	11.028
5.	Kabupaten Bone Bolango	8.104
6.	Gorontalo Utara	5.703

Sumber : *Dinas UMKM Kabupaten Gorontalo, 2023*

Tabel mengungkapkan Kabupaten Gorontalo memiliki jumlah yang lebih banyak dibanding kabupaten maupun kota lainnya di wilayah Provinsi Gorontalo. Berdasarkan data UMKM di atas, diharapkan menjadi tolak ukur pemerintah daerah dalam memperbaiki perekonomian daerah serta menurunkan angka pengangguran dan kemiskinan di Provinsi Gorontalo. Pemerintah mempunyai peran yang penting untuk meningkatkan perekonomian di negeri kita ini. Kita bisa melihat bukti dari keseriusan pemerintah dalam Upaya menangani hal ini telah tertuang pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 berkaitan dengan UMKM.

### 1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Dinas Koperasi dan UMKM yang merupakan kepanjangan tangan dari Kementerian Koperasi dan UMKM tentunya juga harus menjalankan tugas pemerintahan di masing-masing daerah di Gorontalo sejalan kebijakan yang diterapkan sekarang yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM sebagai bentuk dekonsentrasi di Indonesia. Bahkan saat ini, masih ada perusahaan yang pendapatannya datang silih berganti; dengan kata lain, beberapa bahkan menghentikan operasinya. Permasalahan seperti ini disebabkan oleh pelaku usaha itu sendiri, atau lebih khusus lagi, kurangnya keterlibatan Dinas Koperasi dan UMKM yang seharusnya menjadi wadah dalam pengembangan perusahaan lokal. Permasalahan yang sering dihadapi para pelaku usaha antara lain minimnya pengetahuan pembuatan atau pengolahan barang, ketidakmampuan dalam pemasaran, ketidaktahuan dalam pembukuan atau pencatatan

keuangan, ketidakmampuan dalam mendesain kemasan suatu produk, ketidakmampuan menerapkan teknologi, dan tentunya masih banyak permasalahan yang dihadapi setiap peserta UMKM, salah satunya adalah depot air isi ulang itu sendiri. Permasalahan inti disini yakni peneliti melihat bahwasanya para pengusaha depot air isi ulang di kabupaten Gorontalo khususnya kelurahan Hunggaluwa mengalami penurunan pendapatan di awal tahun 2022 hingga bulan juni 2023 sebesar 60%. Yakni sebanyak 34 usaha depot air isi ulang di kabupaten Gorontalo mengalami penurunan pendapatan. 6 dari jumlah total 14 depot air isi ulang di kelurahan Hunggaluwa mengalami penurunan pendapatan, sehingga dari data tersebut peneliti sangat tertarik untuk meneliti terkait pengusaha depot air isi ulang dalam mendapatkan penghasilan yang *settle* agar perkembangan ekonomi di kabupaten Gorontalo khususnya di kelurahan hunggaluwa semakin membaik. Harga untuk mengisi setiap satu galon di kelurahan Hunggaluwa Kabupaten Gorontalo untuk pengisian air *Reverse Osmosis* (RO) yakni Rp. 10.000,00 hingga Rp.12.500,00, sedangkan harga OXY sendiri yakni Rp.5.000,00 hingga Rp. 8.000,00. Terbukti menurut survey data dinas UMKM depot air isi ulang yang memakai depot RO mengalami penurunan pendapatan sejak awal tahun 2022 sampai dengan pertengahan bulan juni 2023 dibanding yang memakai depot air isi ulang OXY. Kaitan permasalahan biaya dengan penelitian ini nantinya akan dijabarkan oleh peneliti yaitu tentang strategi generik biaya atau *Low-coast leadership*. Penempatan yang kurang strategis juga menjadi permasalahan dalam hal ini. Di Kecamatan Hunggaluwa, sebagian besar usaha depot air isi ulang letaknya dipinggir jalan. Nyatanya, kondisi ini menyebabkan resiko tinggi dalam sanitasi proses pembuatan air isi ulang, baik berupa debu atau asap bermotor. Sejalan dengan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 43 Tahun 2014 yang mengatur mengenai kebersihan depot air isi ulang, harus berlokasi di kawasan yang bebas dari pencemaran lingkungan dan wabah penyakit. Peneliti ingin mempelajari lebih lanjut peranan yang telah dilaksanakan pemerintah kabupaten Gorontalo khususnya dinas UMKM dalam menjalankan peran serta tugas dinas dalam memberdayakan dan mengembangkan UMKM khususnya usaha depot air isi ulang berlokasi di kabupaten Gorontalo khususnya di Kelurahan Hunggaluwa.

### 1.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan oleh Kaawoan dan Sumampow (2019:20) STRATEGI DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH DALAM PEMBERDAYAAN USAHA KECIL MENENGAH MASYARAKAT DI KABUPATEN MINAHASA SELATAN menunjukkan bahwa Strategi Departemen Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah telah dituangkan dalam rencana strategis Departemen Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah untuk tahun 2016–2021, yang juga berfungsi sebagai peta jalan yang jelas bagi perencanaan strategis Departemen dan langkah-langkah pemberdayaan UKM

Penelitian oleh Singkoh dan Kumayas (2019:11) PERANAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN MINAHASA (SUATU STUDI DI DINAS KOPERASI DAN UKM) Berdasarkan temuan penelitian yaitu Proses melaksanakan pemberdayaan di Kabupaten Minahasa, Dinas Koperasi dan UKM hanya sebatas memberikan inspirasi dan pembinaan kewirausahaan bagi para pelaku usaha.

Pangemanan dan Kumayas (2021:15). Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun beberapa program telah dilaksanakan pada tahun 2020, namun program pemberdayaan UKM di Kota Manado masih belum tertata dengan baik, dan secara keseluruhan komunikasi di lingkungan dinas koperasi dan UKM di Kota Manado telah berjalan sesuai dengan ketentuan yang ada. keputusan yang dibuat, arahan, atau perintah dari pimpinan. Meskipun terbatasnya pendanaan untuk pelaksanaan program, pelatihan tetap diberikan untuk memberdayakan UKM.

Yuli Rahmini Suci. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. Penelitian ini berkaitan dengan perkembangan pertumbuhan UKM di Indonesia. Beberapa literatur yang dirujuk adalah pemecahan masalah yang terjadi dan penggunaan data sekunder yang diperoleh dari instansi terkait seperti: CPM, BI dan Kementerian Koperasi dan UKM.

Purwanti, E. (2013). PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI DESA DAYAAN DAN KALILONDO SALATIGA Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, namun demikian secara bersama berpengaruh signifikan. Hal ini dapat dijelaskan dalam menjalankan usahanya tidak menggunakan strategi pemasaran karena tidak dijual secara langsung ke konsumen namun dijual kepada para pedagang tanpa ada kemasan, label atau merk, penetapan harga hanya mengikuti pesaing sehingga tidak menggunakan strategi penentuan harga. Saran dari penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambah variabel dalam penelitian dan sampel yang diambil dapat diperluas wilayahnya.

Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa Perkembangan di era globalisasi sangat bergantung pada sektor ekonomi sebagai ukuran keberhasilan yang dilakukan oleh pemerintah. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi, adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. UMKM setelah krisis ekonomi terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini juga membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah krisis ekonomi. UMKM juga terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar dalam perekonomian nasional.

Anggraeni, W. C., Ningtyas, W. P., & Nurdiah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. Hasil tinjauan pustaka ini memperlihatkan bahwa pemerintah telah mengeluarkan kebijakan dalam rangka memperdayakan UMKM dalam situasi pandemi Covid-19. Terdapat beberapa skema perlindungan UMKM yang dilakukan pemerintah yaitu: (a) pemberian bantuan sosial kepada pelaku UMKM miskin dan rentan (b) intensif pajak bagi UMKM (c) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM (d) Perluasan Pembiayaan Model Kerja UMKM (e) Penyediaan Penyangga Produk. Untuk mendukung kebijakan pemerintah, beberapa strategi jangka pendek dan strategi jangka panjang perlu di pertimbangkan pemerintah. Strategi jangka pendek berkaitan dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat, member peluang dan dorongan layanan digital sebagai pendukung UMKM, sosialisasi asosiasi pelaku usaha, penyederhanaan proses administrasi, serta upaya mendorong perubahan strategi bisnis.

Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal* Dari hasil analisis peran komunitas sosial memberikan kontribusi serta solusi terhadap permasalahan yang dihadapi untuk menekan kesenjangan arus digitalisasi antara desa dan kota. Manfaat dari penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi dalam merancang kurikulum pengembangan dan pemberdayaan pelaku UMKM dalam menuju digitalisasi.

Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. Hasil penelitian yang dapat diambil dari pembahasan diatas adalah perlu penerapan ekonomi kerakyatan guna mewujudkan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Bentuk nyata dari ekonomi kerakyatan yaitu berupa dukungan kepada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), sehingga hasil produksi dari UMKM tidak hanya

dipasarkan di pasar lokal tetapi juga diluar daerah dan semakin berkembang. Apalagi jika didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi, pemasaran produk tidak lagi dibatasi tempat dan waktu. Serta tidak hanya dari Pemerintah saja melainkan partisipasi dari masyarakat dan dukungan dari pemerintah dapat membuka jalan baru bagi masyarakat yang ingin berwirausaha dari mulai usaha kecil sampai menengah.

Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. Penelitian yang dihasilkan berupa akun bisnis dan Google Google, artikel ilmiah yang dipublikasikan di jurnal nasional, dan laporan kegiatan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan memberikan pelatihan berupa ceramah dan memberikan tutorial/praktik langsung membuat akun di media digital untuk UMKM.

#### **1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah**

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan keadaan yang baharu serta informan yang berbeda dan luas. GAP penelitian juga hanya ada dan merupakan masalah khusus yang terjadi di lokus penelitian yaitu **PENINGKATAN DAYA SAING USAHA DEPOT AIR ISI ULANG MELALUI STRATEGI GENERIK DI KELURAHAN HUNGGALUWA KABUPATEN GORONTALO.**

#### **1.5 Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Agar para pelaku usaha depot air isi ulang di kelurahan Hunggaluwa dapat menerapkan daya saing strategi generik dan membuat usaha mereka dapat terus berkembang dan tetap dapat bersaing dengan pesaingnya.
2. Agar para pelaku usaha depot air isi ulang dapat mengetahui faktor penghambat dalam upaya meningkatkan daya saing dan segera memperbaikinya dan mengetahui apa saja yang faktor pendukung agar dapat dipertahankan dan di dikembangkan lagi.

## **II. METODE**

Aturan praktis bagi peneliti adalah melakukan pekerjaan mereka dengan keunggulan dan akurasi. Arikunto (2019:136) menyatakan bahwa strategi adalah teknik utama yang diteripakan peneliti dalam mencapai tujuan serta mengidentifikasi solusi terhadap permasalahan yang diangkat. Dalam pembagiannya pendekatan penelitian dibagi menjadi 3 macam yaitu pendekatan kualitatif, kuantitatif, serta *mix method* atau gabungan dari metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. penulis memakai penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dapat menafsirkan secara langsung keadaan yang ada dilapangan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dalam suatu penelitian. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2005:6) dihasilkan dengan melihat fenomena-fenomena yang berhubungan dengan pengalaman, partisipan penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, dalam suatu setting alam tertentu secara menyeluruh dan melalui deskripsi verbal dan tertulis. dan dengan menggunakan berbagai teknik. Menurut (Sugiyono, 2019) yaitu “metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan kegunaan dan tujuan tertentu”. Setiap penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam yaitu yang bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan. Memulai penelitian manusia dapat menggunakan hasilnya. Secara umum data: yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian yang berdasarkan fakta keadaan alam yang bersifat natural dalam kehidupan sosial seseorang Dalam menggunakan penelitian kualitatif dibutuhkan data atau informasi seperti teks hasil wawancara, catatan ketika berada

dilapangan, dokumen-dokumen, dan bahan-bahan lain (foto, data dari sumber lain atau internet, dan lain-lain).

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Peran pemerintah khususnya Dinas UMKM

disini sangatlah penting terutama dalam bidang pengembangan dan pengamanan usaha depot air isi ulang agar dapat terus mengembangkan bisnisnya yang nantinya memberikan kebermanfaatn untuk Masyarakat di Kelurahan Hunggaluwa. Dengan Menggunakan teori strategi generik dari Michael E. Porter (1980) tentunya hal ini akan membantu para pengusaha depot air isi ulang untuk ekspansi usah agar tetap dapat bersaing dengana competitor.

Teori strategi generik yang telah dikemukakan oleh Michael E. Porter guna meningkatkan daya saing yaitu :

##### 1. Strategi Biaya Rendah

Strategi biaya yang dimaksud disini adalah strategi yang diterapkan oleh Perusahaan dalam hal ini depot air isi ulang mematok harga untuk satu buah galon dengan harga yang rendah. Sehingga strategi ini meminimalisir produk dengan biayaa rendah. Dengan mematok harga yang lebih rendah akan menang dalam persaingan dengan pelaku usaha depot air isi ulang yang lain.

##### 2. Diferensiasi

Memanfaatkan kekhasan suatu produk atau jasa yang menarik bagi pelanggan merupakan tujuan dari metode diferensiasi ini. Tujuan diferensiasi adalah membuat barang dan jasa menonjol dalam persaingan dengan menawarkan manfaat atau kualitas yang menarik pelanggan.

##### 3. Fokus

Strategi fokus adalah pendekatan strategis yang memungkinkan ceruk pasar yang akan di targetkan. Contoh penerapan dari strategi ini adalah ketika pengusaha depot air isi ulang melihat peluang dan tidak sembarangan menaruh harga yang di patok. Strategi ini menguji para pengusaha depot air isi ulang untuk dapat mematok harga sesuai dengan tempatnya. Lebih spesifik pelaku usaha harusnya tidak mematok harga yang tinggi di lingkungan masyarakatnya yang mempunyai penghasilan yang rendah.

#### 3.2 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Penyuluhan tentang kemitraan yang kurang dari pemerintah, tingkat persaingan yang Tinggi dan sebagian masyarakat pelaku usaha depot air isi ulang masih belum bisa berinovasi dan mengembangkan usahanya membuat UMKM semakin merosot peminatnya. Hal tersebut sama seperti temuan dari Singkoh dan Kumayas (2019:11) yang sama-sama menemukan bahwa persaingan tingi membuat merosotnya peminat UMKM

### IV. KESIMPULAN

**Keterbatasan Penelitian:** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian sehingga tidak maksimal dalam menemukan hasil.

**Arah Masa Depan Penelitian (future work):** Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa berkaitan peran Dinas Sosial Kabupaten Lanny Jaya dalam menangani pasca konflik sosial.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Dinas UMKM Kabupaten Gorontalo beserta jajarannya, Masyarakat Kabupaten Gorontalo yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

## VI. Daftar Pustaka

### Buku dan Jurnal

- Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47-65. [Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia | Anggraeni | Journal of Government and Politics \(JGOP\) \(ummat.ac.id\)](#)
- Arikunto S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13. [Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial | Fuadi | Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah \(uny.ac.id\)](#)
- Industries And Competitors*. New York: The Free Press
- Kaawoan, J., & Sumampouw, I. (2019). Str Ategi Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Masyarakat Di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Eksekutif*, 3(3). [STRATEGI DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH DALAM PEMBERDAYAAN USAHA KECIL MENENGAH MASYARAKAT DI KABUPATEN MINAHASA SELATAN | JURNAL EKSEKUTIF \(unsrat.ac.id\)](#)
- Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Yogyakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130. [Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM | Jurnal IMPACT: Implementation and Action \(poliban.ac.id\)](#)
- Ondang, C., Singkoh, F., & Kumayas, N. (2019). Peranan pemerintah daerah dalam pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kabupaten Minahasa (suatu studi di Dinas Koperasi dan UKM). *Jurnal Eksekutif*, 3(3). [PERANAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH \(UMKM\) DI KABUPATEN MINAHASA \(SUATU STUDI DI DINAS KOPERASI DAN UKM\) | JURNAL EKSEKUTIF \(unsrat.ac.id\)](#)
- Porter, Michael E. 1980. *Competitive Strategic: Techniques For Analyzing*
- Punu, C., Pangemanan, S. E., & Kumayas, N. (2021). Efektifitas Program Pemberdayaan Masyarakat Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kota Manado. *GOVERNANCE*, 1(2). [Efektifitas Program Pemberdayaan Masyarakat Bagi Usaha Kecil Menengah \(UKM\) Di Kota Manado | GOVERNANCE \(unsrat.ac.id\)](#)
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1). [PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI DESA](#)

- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40-52. [article.php \(kemdikbud.go.id\)](#)
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1-189. [Garuda - Garba Rujukan Digital \(kemdikbud.go.id\)](#)
- Simangunsong, F. (2016). Metodologi Penelitian Pemerintahan. cet. 1. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.23rd ed. Bandung: Alfabeta.
- Yuli Rahmini Suci. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58. [PERKEMBANGAN UMKM \(USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH\) DI INDONESIA | Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos \(upp.ac.id\)](#)

**Peraturan**

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil Mikro dan Menengah

