

**DIGITALISASI SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN USAHA
MIKRO KECIL BERBASIS POTENSI LOKAL DI
KECAMATAN LUBUK DALAM KABUPATEN SIAK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S1)
Pada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru**



Oleh:

**SUDARMAN
1216.20.2418**

**PROGRAM STUDI
PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH
PEKANBARU
2024**

DIGITALISASI SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN USAHA
MIKRO KECIL BERBASIS POTENSI LOKAL DI
KECAMATAN LUBUK DALAM KABUPATEN SIAK

skripsi
PROPOSAL

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S1)
Pada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Untuk
Aca. dan pengembangan
Pekanbaru 13/1/2024.



Oleh:

SUDARMAN
1216.20.2418

~~Acc. of ...~~
G/12/19

PROGRAM STUDI
PENGEMBANGAN MASAYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH
PEKANBARU
2024

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yang Terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru
Di-
Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Sudarman
NIM : 1216.20.2418
Judul Skripsi : Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyakan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr, Wb.

Pekanbaru, Juli 2024

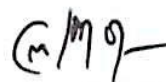
Mengetahui,

Pembimbing I



Ahmad Maulana Anshori, M.Sos
NIDN. 2105039701

Pembimbing II



Muharrani, M.Pd
NIDN. 2109108302

Ketua Prodi Pengembangan Masyarakat Islam



Ahmad Maulana Anshori, M.Sos
NIDN. 2105039701



INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU
FAKULTAS DAKWAH
كلية الدعوة
FACULTY OF DAKWAH

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 100 / Jl. Kuau No. 1 HP. 0811-7069-222 | Website : www.diniyyah.ac.id | email : admin@diniyyah.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR
Nomor: 022/B-01/PTA/FD-IAIDP/8/2024

Tugas Akhir dengan judul : DIGITALISASI SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL BERBASIS POTENSI LOKAL DI KECAMATAN LUBUK DALAM KABUPATEN SIAK

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SUDARMAN
Nomor Induk Registrasi Mahasiswa : 1216.20.2418
Telah diujikan pada : Senin, 19 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Novi Yanti, MM
NIDN. 2124118301

Sekretaris Sidang

Bayu Indra Laksana, MA
NIDN. 2112129203

Penguji I

Yeni Yasyah Sinaga, MA
NIDN. 2105079001

Penguji II

Ahmad Maulana Anshori, M.Sos
NIDN. 2105039701



Pekanbaru, November 2024
Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru
Dekan Fakultas Dakwah

Dr. Hervrizal, MA
NIDN. 2117067502

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sudarman
NIM : 1216.20.2418
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Dakwah
Institusi : Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: *“Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak”* adalah hasil karya pribadi dan tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Pekanbaru, November 2024
Yang Menyatakan,

SUDARMAN
NIM.1216.20.2418

ABSTRAK

SUDARMAN (2024) : “*Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak*”

Rumusan masalah penelitian ini yaitu: “Bagaimana Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak?”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman digitalisasi pada pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam. Metodologi penelitian ini dengan pendekatan deskriptif kualitatif, proses menganalisa data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan dibantu menganalisisnya dengan adaptasi analisis SWOT. Hasil penelitian mengidentifikasi beberapa indikator: **Kekuatan (Strengths)**: Produk inovatif seperti Bika Ambon Frozen dari Dapoer Zhafran, ketersediaan produk di berbagai minimarket, adanya reseller, produk Jae-Que tanpa pengawet, pemberdayaan masyarakat, penggunaan mesin dalam produksi, daya tahan produk Keripik Tempe Sumber Rejeki, penyuluhan dari pemerintah, serta inovasi dan kreativitas pelaku usaha. **Kelemahan (Weaknesses)**: Kenaikan harga bahan baku, kelemahan dalam pemasaran, keterbatasan kemasan, kurangnya bahan baku jahe, ketidakmampuan menguasai marketplace Shopee, kurangnya sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi yang tidak optimal, kurangnya modal usaha, dan rendahnya pengetahuan berwirausaha. **Peluang (Opportunities)**: Inovasi produk dengan sertifikasi halal dan BPOM, peluang besar produk herbal Jae-Que, adaptasi melalui media sosial dan marketplace, serta peluang usaha dengan Cash On Delivery (COD). **Ancaman (Threats)**: Kerusakan produk saat pengemasan, dampak pemadaman listrik terhadap produk kue basah, kerentanan mesin produksi, keterbatasan kemasan, persaingan usaha yang semakin ketat, serta kekurangan modal dan pengetahuan pemasaran. Indikator diatas mencerminkan pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam beradaptasi memanfaatkan teknologi digital dan pemerintah Kabupaten hingga Kampung melakukan program pemberdayaan melalui pelatihan dan pendampingan.

Kata kunci: Digitalisasi, Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil (UMK)

Abstract

SUDARMAN (2024) : "Digitalization as The Effort to Empower Micro and Small Enterprises Based on Local Potential in Lubuk Dalam District, Siak Regency"

This research aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats of digitalization among entrepreneurs of small and micro enterprises (MSEs) in Lubuk Dalam subdistrict. The methodology used in this research uses a qualitative descriptive approach, namely carrying out a data analysis process through observation, interviews and documentation, assisted by analyzing it by adapting SWOT analysis. The results of the research identified several indicators, namely **Strengths**: innovative products such as Bika Ambon frozen produced by Dapoer Hafran, product availability in various minimarkets, the presence of resellers, Jae-Que products without preservatives, community empowerment by using machines to produce Sumber Rezeki's tempe so that it has durability, counseling from the government as well as innovation and creativity of business actors. **Weaknesses**: increase in raw material prices, marketing weaknesses, packaging limitations, lack of ginger raw materials, inability to control the marketplace, Shopee, lack of human resources, suboptimal use of technology, lack of business capital, and low entrepreneurial knowledge. **Opportunities**: product innovation with halal and BPOM certification, big opportunities for Jae-Que herbal products, adaptation through social media and marketplaces, as well as business opportunities with Cash On Delivery (COD). **Threats**: product damage during packaging due to power outages on wet cake products, vulnerability of production machines, packaging limitations, increasingly tight business competition and lack of capital and marketing knowledge. This indicator reflects the Lubuk Dalam sub-district MSEs entrepreneurs adapting to utilize digital technology and the district and village governments carrying out empowerment programs through training and mentoring.

Keywords: Digitalization, Empowerment of Micro and Small Enterprises (MSEs)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Pujisyukur senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Atas rahmat taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “**Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak**”. Shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat-Nya kearah yang benar. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini melibatkan banyak pihak dalam memberikan saran, bimbingan, bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulisan skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidaklah terlepas dari dukungan, bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada:

1. Ibu Rektor Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru, Wakil Rektor I, Wakil Rektor II, dan Wakil Rektor III.
2. Bapak Dekan Fakultas Dakwah, Ketua Prodi Pengembangan Masyarakat Islam, para Dosen dan tendik yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan dan membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
3. Bapak Ahmad Maulana Anshori, M.Sos selaku Pembimbing I, dan Ibu Muharrani, M.Pd selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Teristimewa dan tersayang buat Orang tua dan Keluarga penulis, Istri dan anak kami yang penulis sayangi. Semoga semuanya senantiasa dalam lindungan

Allah SWT. Terimakasih kepada seluruh keluarga besar penulis atas dorongan dan motivasi baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 ini.

5. Bapak Sekretaris Camat Kecamatan Lubuk Dalam, Bapak Penghulu Kampung Lubuk Dalam, Srigading dan Sialang Lapas serta para Pelaku UMK yang menjadi informan kunci penulis yaitu Ibu Puji, Bapak Ari dan Bapak Ranto yang sudah memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengumpulkan data ataupun informasi yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada teman-teman mahasiswa PMI Angkatan 2020 terutama mahasiswa PMI yang berasal dari Lubuk Dalam yang telah bersama menciptakan sejoura bersama menggapain impian bersama lulus strata 1 ini.

Skripsi ini tentunya tidak luput dari kesalahan. Oleh karna itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivasi untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfa'at bagi pembacanya. *Amin YaRabbal 'Alamin.*

Wassalamu'alaikumWr.Wb

Pekanbaru,
Penulis,

November 2024

SUDARMAN
NIM.1216.20.2418

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan penelitian	10
D. Manfaat Hasil Penelitian	11
E. Penegasan Istilah	11
F. Kerangka Berpikir	14
G. Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
H. Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN TEORITIS	17
A. Digitalisasi.....	17
B. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil.....	21
C. Potensi Lokal.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	34
B. Jenis dan Sumber Data	36
C. Teknik Pengumpulan Data	37
D. Teknik Analisis Data.....	39
E. Tempat dan Waktu Penelitian	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Deskripsi Data	44
1. Sejarah Kecamatan Lubuk Dalam	44
2. Kondisi Geografis	44
B. Pembahasan Hasil Penelitian	78
1. Kekuatan (<i>Strengths</i>) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak....	79
2. Kelemahan (<i>Weaknessess</i>) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak	84

3. Peluang (<i>Opportunities</i>) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak	88
4. Ancaman (<i>Threats</i>) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak	95
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	: Luas Wilayah Kampung di Kecamatan Lubuk Dalam	45
Tabel 4.2	: Jumlah Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan di Kecamatan Lubuk Dalam	47
Tabel 4.3	: Jumlah Sekolah, Siswa dan Tenaga Pendidik di Kecamatan Lubuk Dalam	48
Tabel 4.4	: Jumlah Sarana Kesehatan di Kecamatan Lubuk Dalam.....	50
Tabel 4.5	: Jumlah Rumah Ibadah di Kecamatan Lubuk Dalam	51
Tabel 4.6	: Jumlah Ternak di Kecamatan Lubuk Dalam.....	52
Tabel 4.7	: Data UMK	53
Tabel 4.7	: Matriks SWOT	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Jumlah UMKM di ASEAN.....	2
Gambar 1.2	: Media Menjajakan Dagang/Usaha.....	6
Gambar 1.3	: Presentase Usaha Mikro Kecil Yang Menggunakan Internet menurut pulau.....	7
Gambar 1.4	: Kerangka Pikir	14
Gambar 3.1	: Matriks SWOT	36
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi Kecamatan Lubuk Dalam.....	54
Gambar 4.2	: Gambar Profil Instagram Puji Suryani Sebagai Pelaku UMK Dapoer Zhafran	92
Gambar 4.3	: Produk Bika Ambon Dapoer Zhafran	93
Gambar 4.4	: Produk Jae-Que dari Ari Lestari Sebagai Pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam	94

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Instrumen Penelitian
- Lampiran 2 : Persetujuan Penelitian dari Informan
- Lampiran 3 : Hasil Wawancara Dengan Informan
- Lampiran 4 : Hasil Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 5 : Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

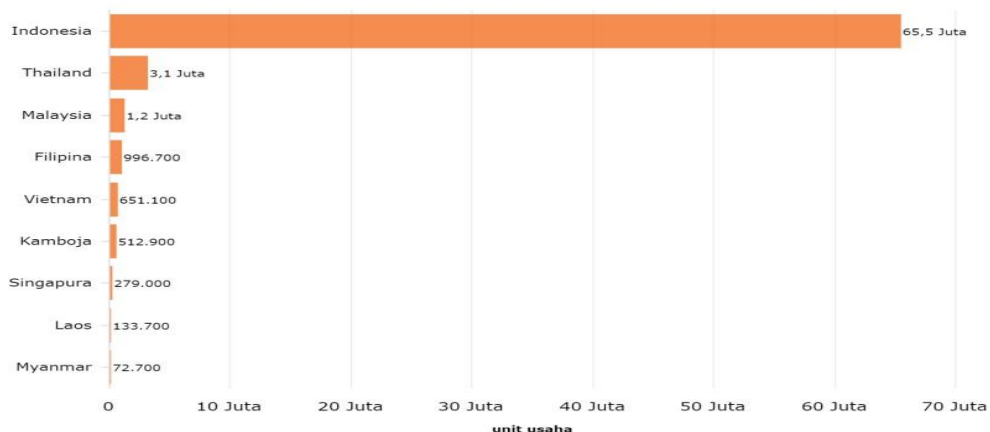
A. Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan sosial ekonomi, teknologi dan informasi telah mengubah aspek perilaku bisnis dan perekonomian suatu negara, terlebih dalam era globalisasi. Arus globalisasi yang cepat membuat perkembangan teknologi kearah serba digital saat ini semakin pesat. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan pekerjaan penting. Era digital telah membawa berbagai perubahan yang baik sebagai dampak positif yang bisa digunakan sebaik-baiknya. Namun dalam waktu yang bersamaan, era digital juga membawa dampak negatif, sehingga menjadi tantangan baru dalam kehidupan manusia di era digital.

Penggunaan teknologi digital telah memengaruhi semua aspek kegiatan manusia, termasuk pemasaran. Pemasaran berbasis digital digunakan untuk memperoleh konsumen, membangun preferensi mereka, promosi merek, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit. Digital marketing memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual untuk memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Digital marketing juga merupakan cara komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan *awareness* dan *engagement* masyarakat terhadap produk dan merek tertentu.

Platform yang sering digunakan untuk digital marketing (Purwana, Rahmi, and Aditya 2017).

Indonesia UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian. Saat ini UMKM merupakan salah satu alternatif lapangan kerja baru untuk mengurangi dampak pengangguran di Indonesia. Selain itu, UMKM juga memberi peran penting dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini berdasarkan kontribusi besar yang diberikan UMKM terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. Usaha kecil masyarakat atau yang sering kita sebut UMKM merupakan bentuk usaha kecil yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang, yang memberikan lapangan kerja baru sehingga dapat menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Kebutuhan modal untuk investasi awal pada UMKM tergolong kecil serta tingkat penyerapan sumber daya manusia yang relatif tinggi menjadikan UMKM dengan mudah bisa menyesuaikan dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang terus menerus berubah seiring dengan berkembangnya waktu.



Gambar 1.1 Jumlah UMKM di ASEAN (ASEAN Secretariat 2022)

Gambar 1.1 di atas melihat laporan ASEAN Investment report pada tahun 2022, Indonesia memiliki usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)

terbanyak di kawasan ASEAN. Laporan tersebut mencapai jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,46 juta unit. Jumlah yang tertera jauh lebih tinggi dibanding negara-negara tetangga seperti terlihat pada gambar diatas.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor ekonomi yang berperan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1 menjelaskan usaha mikro sebagai suatu kegiatan produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro. Usaha kecil dijelaskan sebagai kegiatan produktif yang dilakukan perorangan, berdiri sendiri, dan bukan sebagai anak cabang dari perusahaan menengah maupun besar. Usaha menengah dijelaskan sebagai kegiatan produktif yang dilakukan perorangan atau badan usaha yang baik secara langsung maupun tidak langsung tidak menjadi bagian dari usaha kecil maupun besar dalam kekayaan maupun hasil tahunan. OECD dalam Irianto menjelaskan UMKM sebagai kegiatan usaha yang memiliki kurang dari 500 tenaga kerja (Irianto et al. 2022). Suryanto dan Wijayanti menjelaskan bahwa UMKM cenderung melayani pasar lokal atau menjadi pemasok ke unit atau pasar yang lebih besar (Sudaryanto and Wijayanti 2013). Menurut Tambunan dalam (Budiarto et al. 2018), kegiatan UMKM menjadi pemain utama dalam perekonomian Indonesia dan menjadi masa depan bagi pembangunan perekonomian di Indonesia, karena kemampuan UMKM untuk berkembang mandiri. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menjelaskan bahwa kontribusi UMKM sebesar 60,5% pada produk domestik bruto (PDB) dan sebesar 96,9% dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia.

Pada Era Industri 4.0 peluang bagi UMKM dan Usaha Kreatif sangat terbuka luas, dan bahkan mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah. Dukungan kepada UMKM dan Usaha Kreatif berupa: pendanaan, pelatihan dan pendampingan bagi pemula, dengan tujuan agar UMKM dan Usaha Kreatif tersebut dapat tumbuh dan berkembang sehingga secara makro akan berdampak pada semakin kokohnya perekonomian Negara. Selain untuk pertumbuhan ekonomi bagi negara berfungsi juga sebagai sarana pemerataan kemakmuran bagi masyarakat. Teknologi yang berkembang saat ini semakin merangsang tumbuh suburnya usaha-usaha baru yang berbasis online dan offline to online. Perangkat mobile memberi kemudahan dalam mengakses internet dan juga meningkatkan waktu paparan terkoneksi internet, hal ini menjadi salah satu faktor pesatnya pertumbuhan ekonomi digital.

Keadaan teknologi yang semakin maju pada masa sekarang harus diimbangi dengan tingkat pengetahuan. Sumber daya manusia butuh ditingkatkan sehingga dapat dijadikan salah satu solusi untuk menghadapi kesenjangan dalam menghadapi kemajuan teknologi. Pengetahuan merupakan informasi yang diperoleh seseorang setelah melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Dengan adanya pengetahuan maka seseorang akan lebih menerima dan terbuka karena pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam pembentukan sikap dan tindakan seseorang.

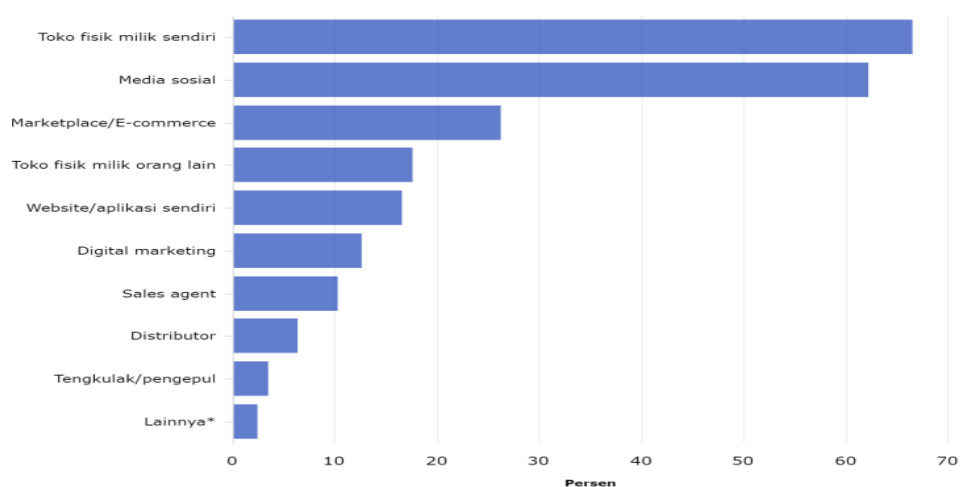
Pengetahuan merupakan aset intelektual, sehingga proses belajar, kreativitas dan inovasi merupakan ide dasar kemampuan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi agar menjadi salah satu faktor penunjang yang sangat penting. Menurut (Prasetyono 2017), Ekonomi

digital merubah ekonomi global, memungkinkan industri kecil menjadi industri multinasional mikro dengan elastisitas dan dinamika yang mereka miliki. Teknologi sendiri tidak dapat lepas dari yang namanya komunikasi dan perkembangan pengetahuan. Tingkatan pengetahuan terhadap teknologi memudahkan para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya terutama dalam inovasi dibidang pemasaran produk atau pengiklanan (Arumsari, Lailiyah, and Rahayu 2022). Dengan adanya teknologi memudahkan para pelaku usaha melakukan inovasi terhadap pemasaran produknya. Selain tingkat efisiensi dan efektivitas, inovasi dengan menggunakan teknologi tidak memerlukan banyak biaya. Inovasi yang seperti itulah sangat perlu dilakukan oleh tiap-tiap pelaku usaha. Inovasi dapat menjadikan suatu usaha dapat bertahan dengan munculnya usaha-usaha baru. Peranan inovasi pada konsep pemasaran pada dasarnya merupakan pandangan dari luar ke dalam. Konsep ini diawali dengan mendefinisikan pasar yang jelas berfokus pada kebutuhan pelanggan, memadukan semua sistem kegiatan yang akan memengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui pemuasan pelanggan. Apabila produk-produk yang ditawarkan dikemas secara menarik, maka dapat merangsang daya beli pelanggan sehingga dapat memaksimalkan suatu usaha.

Tingkat pengetahuan dalam penggunaan teknologi sebagai media pemasaran dalam memasarkan produk UMKM dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: faktor usia, pendidikan, ruang lingkup pemasaran, tingkat efektivitas dan efisiensi. Namun, dari beberapa faktor tersebut banyak UMKM mengesampingkan durability yang ditimbulkan akibat tidak mengerti tata cara memasarkan produk dengan menggunakan media teknologi sehingga

dapat berakibat menurunnya daya tarik pembeli. Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang baik, tidak sabar ingin segera mendapat hasil, serta kurangnya pemahaman untuk menciptakan “postingan” yang menarik (Purwana et al. 2017).

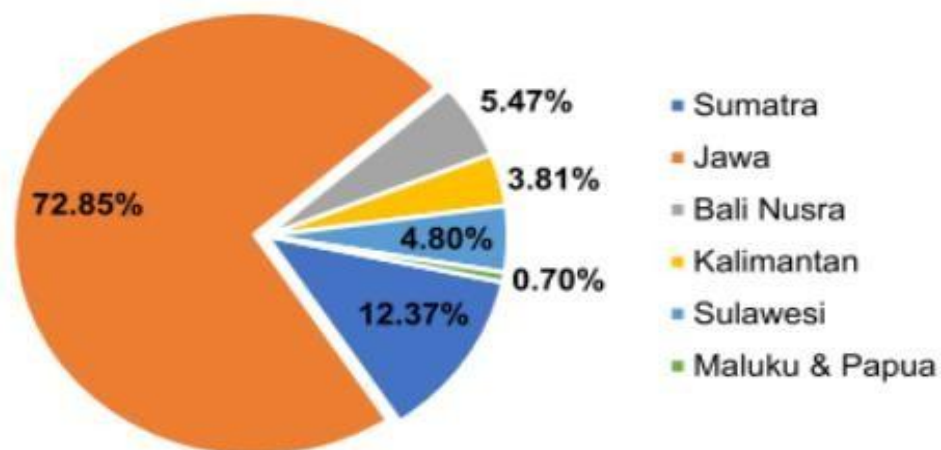
Pemasaran memegang suatu peranan yang sangat penting dalam bergulirnya suatu usaha. pemasaran pun dibutuhkan untuk menganalisis perilaku konsumen yang digunakan untuk mengetahui tempat yang tepat untuk menjual produk. Setiap uang yang dikeluarkan dan pengembangan produk yang dilakukan akan menjadi sia-sia jika pemasaran dalam suatu usaha tidak berjalan dengan baik. digital marketing telah berubah menjadi alat penting untuk bersaing dalam pasar, hal itu disebabkan orang-orang telah masuk ke dalam era digital, sehingga beberapa jenis pemasaran menjadi pilihan untuk menjangkau konsumen pada saat ini. Namun hal tersebut tidak berbanding lurus dengan keadaan yang saat ini terjadi, mayoritas masyarakat masih menggunakan toko fisik dalam melakukan suatu usaha. Seperti yang diperlihatkan pada gambar dibawah:



Gambar 1.2 Media Menjangkau Dagangan Usaha (katadata.co.id 2020)

Gambar 1.2 di atas menjelaskan bahwa pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menggunakan berbagai media untuk menjajakan dagangan atau jasanya. Mulai dari toko fisik hingga penjualan secara daring melalui perantara orang lain. Dalam survei katadata, mayoritas masyarakat masih menggunakan toko fisik baik yang dimiliki sendiri maupun milik orang lain. Sementara di urutan selanjutnya masyarakat sudah menggunakan media sosial dalam penjualannya, namun hanya 26,2% yang sudah mempromosikan produknya melakukan *marketplace* atau *e-commerce*.

Jika dilihat dari jumlah usaha mikro kecil yang menggunakan internet dalam kegiatan usahanya dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1.3 Persentase Usaha Mikro Kecil Yang Menggunakan Internet Menurut Pulau (BPS, Profil Usaha Mikro dan Kecil 2019)

Gambar 1.3 di atas dapat dilihat bahwa jumlah Usaha mikro kecil (UMK) yang menggunakan internet sebanyak 72,85% berada di pulau Jawa, 12,37 % berada di pulau sumatera, sedangkan pengguna internet terendah berada di pulau kalimantan yaitu sebesar 3,81 %. Dengan kata lain pelaku industri di pulau sumatera masih belum memanfaatkan internet secara maksimal.

Usaha Mikro Kecil (UMK) adalah kategori bisnis yang lebih spesifik dalam konteks ukuran dan skala usaha. UMK mencakup bisnis dengan skala yang

lebih kecil dari pada Usaha Mikro Kecil Menengah maupun Usaha Kecil Menengah. UMK merupakan kegiatan yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, UMK adalah pilar utama pembangunan ekonomi nasional yang mendapatkan kesempatan utama, dukungan, perlindungan serta pengembangan yang secara luas sebagai wujud pihak yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi kerakyatan, tanpa harus mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah.

Pesatnya perkembangan teknologi membawa perubahan bagi pola hidup manusia. Teknologi yang berkembang pesat saat ini adalah teknologi digital yang merambah ke segala aspek kehidupan, aspek ekonomi juga terkena dampak dari perkembangan ini. Indonesia menapaki era industry 4.0 ditandai dengan adanya serba digitalisasi dan otomatisasi. Empat prinsip dari Revolusi Industri 4.0 meliputi: informasi yang transparan, keputusan mandiri, bantuan teknis yang mempermudah pekerjaan, dan kesesuaian dengan kebutuhan. Keempat prinsip tersebut menjadi penunjang bagi pertumbuhan usaha/bisnis, dimana hal ini dapat menyederhanakan rantai suplai bagi dunia usaha.

Teknologi digital yang saat ini berkembang memunculkan tantangan bagi pelaku usaha. Pelaku usaha dituntut kesiapannya dalam menghadapi perubahan yang terjadi secara cepat akibat terjadi otomatisasi penggunaan teknologi digital. Prinsip yang terjadi saat ini siapa yang dengan cepat menyesuaikan diri, kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan perkembangan teknologi, dialah yang akan memenangkan persaingan usaha. Bagi kaum

milennial yang melakukan aktivitas usaha harus tanggap persaingan tidak hanya dalam lingkup nasional saja namun persaingan juga bersifat global.

E-commerce (Elektronic Commerce) atau dalam bahasa Indonesia Perdagangan Secara Elektronik adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Secara sederhana *e-commerce* adalah proses pembelian maupun penjualan produk secara elektronik. *E-commerce* sendiri makin kian berkembang beberapa tahun belakangan ini dan secara bertahap menggantikan toko tradisional (*offline*).

UMK kerap menghadapi kendala, terutama dalam hal peningkatan kapasitas, akses modal dan pendanaan alternatif, akses teknologi, akses pasar global, serta integrasi mata rantai regional dan global. Kurangnya kemampuan manajerial dan minimnya keterampilan pengoprasian dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran juga merupakan hal yang mendasar selalu dihadapi oleh UMK dalam merintis sebuah usaha untuk dapat berkembang (Suci 2017). Pemberdayaan UMK harus dilaksanakan secara menyeluruh dan optimal serta berkesinambungan sehingga mampu meningkatkan kedudukan peran, peningkatan potensi dalam kemajuan pendapatan, penciptaan lapangan kerja dan memberantas kemiskinan.

Selain itu, Pemasaran memegang suatu peranan yang sangat penting dalam bergulirnya suatu usaha. Pemasaran-pun dibutuhkan untuk menganalisis perilaku konsumen yang digunakan untuk mengetahui tempat yang tepat untuk menjual produk. Setiap uang yang dikeluarkan dan pengembangan produk yang dilakukan akan menjadi sia-sia jika pemasaran

dalam suatu usaha tidak berjalan dengan baik. *Digital marketing* telah berubah menjadi alat penting untuk bersaing dalam pasar, hal itu disebabkan orang-orang telah masuk ke dalam era digital, sehingga digitalisasi menjadi opsi yang dianggap paling efisien untuk menjangkau konsumen pada saat ini. Menjadi perhatian oleh peneliti diluar wilayah jangkauan pusat kota yang hari ini juga melek akan teknologi yaitu salah satu wilayahnya berada di Sumatera tepatnya berada di Provinsi Riau lebih spesifik kepada Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak yang para pelaku UMK-nya bukan lagi memasarkan produknya secara manual ataupun tradisional namun juga setelah dilakukan pengamatan ada juga pelaku UMK yang beradaptasi dengan teknologi meskipun hanya beberapa pelaku usaha. Dengan demikian, penelitian di bidang UMK atau di bidang digitalisasi UMK berbasis potensi lokal menarik untuk dilakukan dengan judul **“Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal Di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak “.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang diuraikan pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak?”**

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini, sebagaimana latar belakang dan rumusan masalah di atas, sehingga menghasilkan tujuan peneliti berikut:

1. Untuk mengetahui kekuatan digitalisasi pada pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.

2. Untuk mengetahui kelemahan digitalisasi pada pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.
3. Untuk mengetahui peluang digitalisasi pada pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.
4. Untuk mengetahui ancaman digitalisasi pada pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan pada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru melalui manfaat hasil penelitian berikut:

1. Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemerintah daerah untuk membuat strategi atau kebijakan dalam hal modal sosial dalam implementasi pembangunan infrastruktur.
2. Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dalam program studi pembangunan sosial dan kesejahteraan secara khusus yang berhubungan dengan masalah modal sosial dalam implementasi pembangunan infrastruktur.

E. Penegasan Istilah

1. Digitalisasi

Pada era bisnis modern, digitalisasi digunakan sebagai media pemasaran yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru bagi perusahaan ataupun pelaku usaha mikro kecil untuk meningkatkan visibilitas, mencapai pasar yang lebih luas, dan

memperkuat keberlanjutan operasional mereka. Salah satu dampak utama dari digitalisasi pemasaran terhadap pertumbuhan berkelanjutan adalah peningkatan aksesibilitas pasar. Melalui platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi seluler, perusahaan dapat dengan mudah terhubung dengan konsumen di berbagai geografi, mengatasi batasan fisik dan geografis yang mungkin ditemui dalam pemasaran tradisional. (Suhendar et al., 2024, p. 277)

2. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil

Pemberdayaan berasal dari penerjemahan bahasa Inggris “*empowerment*” yang juga dapat bermakna “pemberian kekuasaan” karena power bukan sekedar “daya”, tetapi juga “kekuasaan”, sehingga kata “daya” tidak saja bermakna “mampu”, tetapi juga “mempunyai kekuasaan” (Wrihatnolo, 2007, p. 1). Kekuasaan identik dengan kemampuan individu untuk membuat dirinya atau pihak lain melakukan apa yang diinginkan. Kemampuan tersebut baik untuk mengatur dirinya, mengatur orang lain sebagai individu atau kelompok/organisasi, terlepas dari kebutuhan, potensi, atau keinginan orang lain. Dengan kata lain, kekuasaan menjadikan orang lain sebagai objek dari pengaruh atau keinginan dirinya. Istilah pemberdayaan masyarakat mengacu pada kata “*empowerment*” yang berarti penguatan, yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki oleh masyarakat. Dengan demikian pendekatan pemberdayaan masyarakat titik beratnya adalah penekanan pada pentingnya masyarakat lokal yang mandiri sebagai suatu system yang mengorganisir diri mereka (Anwas, 2014, p. 48).

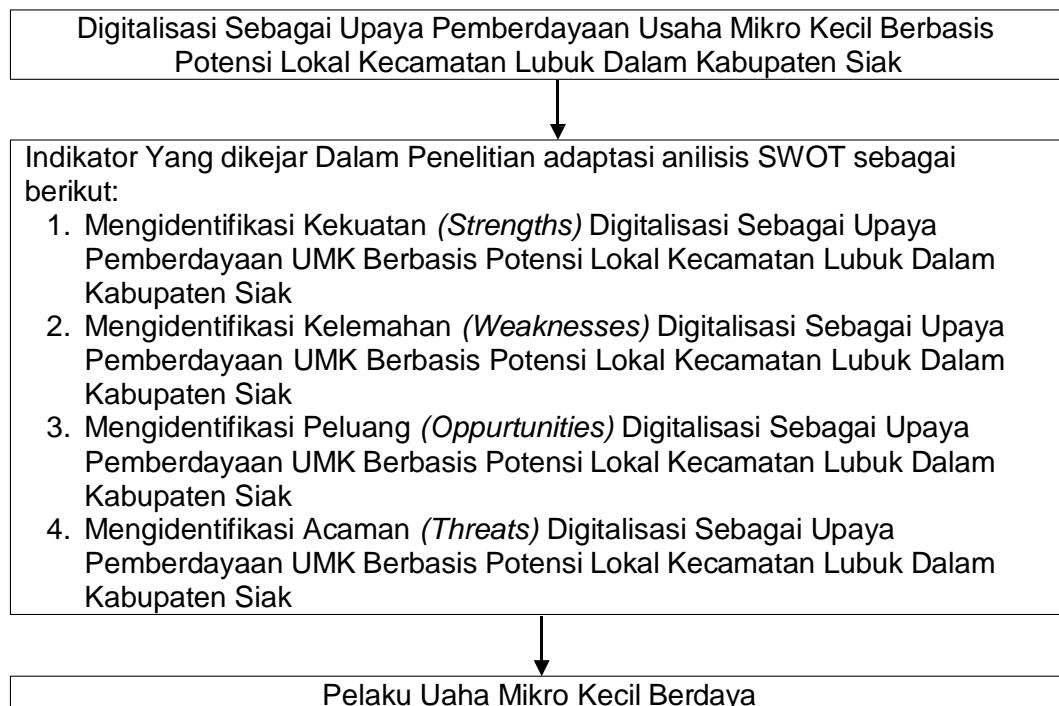
Usaha Mikro Kecil (UMK) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional yang mendapatkan kesempatan utama, dukungan, perlindungan serta pengembangan yang secara luas sebagai wujud pihak yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi kerakyatan, tanpa harus mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah (Karinayah, 2018, p. 1). Jadi berdasarkan penjelasan di atas, pemberdayaan usaha mikro kecil adalah upaya untuk mengaktualisasikan potensi pelaku usaha mikro kecil untuk mencapai keberdayaannya dalam menjalankan usahanya dalam pengembangan ekonomi menuju kemandirian pelaku usaha mikro kecil tersebut.

3. Potensi Lokal

Potensi menurut Nurhayati adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan seperti kekuatan, kesanggupan, dan daya yang bisa di kembangkan menjadi lebih besar. Istilah potensi tidak hanya ditunjukkan untuk manusia tetapi juga untuk entitas lain, seperti istilah potensi daerah, potensi wisata dan lain sebagainya. Sedangkan menurut Ahmad Soleh potensi lokal desa adalah daya, kekuatan, kesanggupan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu desa yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Endah, 2020, p. 138). Jadi berdasarkan penjelasan di atas potensi lokal adalah potensi yang dimiliki oleh oleh suatu wilayah baik potensi sumber daya manusia dan sumber daya alamnya yang menjadi daya ataupun kekuatan wilayah tersebut.

F. Kerangka Berpikir

Kerangka Berpikir digunakan untuk memudahkan cara pandang pra riset sehingga memudahkan peneliti untuk merunutkan penelitian berdasarkan latar belakang masalah yang diangkat sehingga nantinya terhubung kepada pokok pikiran penelitian. Oleh sebab itu untuk memudahkan saat penelitian, peneliti menggambarkan konsep kerangka berpikir pada penelitian ini dengan gambar kerangka berpikir berikut:



Gambar 1.4 Kerangka Berpikir

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil Penelitian terdahulu yang relevan pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Desika Karinayah S dengan judul "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sidoarjo"(Karinayah, 2018).
2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kiki Endah dengan judul "Pemberdayaan Masyarakat : Menggali Potensi Lokal Desa"(Endah, 2020).

Berdasarkan kedua penelitian terdahulu di atas, penelitian Desika Karinayah fokus kepada peningkatan kapasitas masyarakat Sidorajo melalui program pelatihan dan sebagainya untuk mencapai keberdayaan para pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Sedangkan penelitian yang dilakukan Kiki Endah fokus kepada penggalan potensi lokal desa untuk mencapai keberdayaan serta kemandirian masyarakat. Oleh sebab itu, berdasarkan penelitian terdahulu di atas selain perbedaan wilayah dengan penelitian yang akan peneliti angkat, namun juga berbeda dari segi aspek pemasaran yaitu peneliti membedakan dari segi keberdayaan para pelaku usaha dalam pola adaptasi menggunakan digitalisasi atau digital marketing dalam pola pemasaran usahanya tentunya ini akan menjadi hal yang menari untuk peneliti angkat di wilayah perkampungan yang agak jauh dari perkotaan.

H. Sistematika Penulisan

Teknik penulisan ini bertujuan untuk mempermudah penulis dalam memahami penelitian, sehingga penulis menyusun 6 (enam) BAB yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

BAB ini terdiri dari pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan hasil penelitian, penegasan istilah, kerangka berpikir, hasil penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

BAB ini memuat kajian kritis sistematis mengenai aspek/variabel yang diteliti dengan menggunakan teori, konsep, dalil dan peraturan yang relevan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

BAB ini membahas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan dan metode penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

BAB ini memuat gambaran umum lokasi penelitian di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak. Pembahasan Hasil Penelitian akan dianalisis mengenai Implementasi Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak

BAB VI : PENUTUP

BAB ini memuat Kesimpulan dan Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Digitalisasi

Istilah ekonomi digital (digital economy) dikenalkan oleh Don Tapscott di tahun 1995 lewat bukunya berjudul *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital internet. Ekonomi digital disebut juga dengan sebutan *internet economy*, *web economy*, *digital-based economy*, *new economy knowledge*, atau *new economy*.

Don Tapscott dalam (Wijoyo et al. 2020) menjelaskan ekonomi digital mempunyai 12 atribut yaitu sebagai berikut:

1. *Knowledge*. Diekonomi digital, *power of the knowledge* diterjemahkan menjadi inovasi-inovasi unggul lewat kesempatan-kesempatan terbaru untuk menciptakan keunggulan kompetitif.
2. *Digitization*. Transaksi bisnis menggunakan *digital technology* dan *digital information*. Pelanggan-pelanggan sebagai *digital customers* menggunakan *digital devices* untuk melakukan transaksi dengan perusahaan-perusahaan penjual barang dan jasa sebagai *digital enterprises*.
3. *Virtualization*. Diekonomi digital dimungkinkan untuk merubah barang fisik menjadi barang virtual. Modal intelektual dikonversikan menjadi modal digital.
4. *Molecularization*. Diekonomi digital, *heavy organization* di organisasi tradisional berubah menjadi *light organization yang fleksibel*, *M-form organization* (organisasi multidivisional) bergeser menjadi *E-form*

organization atau *ecosystem form organization* yang mudah beradaptasi dengan lingkungan.

5. *Internetworking*. Menggunakan jaringan internet untuk membangun interkoneksi membentuk jaringan ekonomi
6. *Disintermediation*. Tidak diperlukan lagi perantara, transaksi dapat dilakukan langsung *peer-to-peer*
7. *Convergence*. Konvergensi komputasi, komunikasi, dan konten bersama-sama membentuk multimedia interaktif yang menjadi platform yang penting.
8. *Innovation*. Imajinasi dan kreativitas manusia merupakan sumber sumber nilai utama membentuk *innovation economy*.
9. *Prosumption*. Di ekonomi lama aspek kunci adalah *mass production*, sedang di ekonomi digital adalah *mass customization*. Perbedaan antara produser dan customer menjadi kabur, setiap customer di *information highway* dapat juga menjadi produser.
10. *Immediacy*. Perbedaan waktu saat memesan barang dengan saat diproduksi dan dikirim menyusut secara drastis disebabkan kecepatan proses *digital technology*.
11. *Globalization*. Menurut Peter Drucker "*knowledge knows no boundaries*." Tidak ada batas untuk transaksi global.
12. *Discordance*. Akan muncul jurang pemisah antara yang memahami teknologi dengan yang tidak memahami teknologi. Supaya survive, semua pemain di ekonomi digital harus *technologically literate* yaitu mampu mengikuti *technological shifts* menuju interaksi dan integrasi dalam bentuk *internetworked economy*.

Tujuan dari adanya digitalisasi adalah untuk membantu masyarakat dalam memudahkan segala aktivitas dan pekerjaan sehari-hari, mulai dari sektor perdagangan, sektor pendidikan dan juga sektor kesehatan. Adapun manfaat digitalisasi bagi para pelaku usaha pada sektor perdagangan adalah untuk meminimalkan biaya produksi, menjangkau lebih banyak konsumen dan memudahkan proses pemasaran.

Terdapat lima kemungkinan dari bentuk hubungan bisnis itu dengan berdasarkan transaksinya, yakni:

1. *Business to Business* (perdagangan antar pelaku usaha bisnis).
2. *Business to Consumer* (perdagangan antar pelaku usaha bisnis itu dengan konsumen).
3. *Consumer to Consumer* (perdagangan antar konsumen yang satu (1) dengan konsumen yang lain).
4. *Consumer to Business* (perdagangan antar konsumen dengan pelaku bisnis atau juga perusahaan).
5. *Intrabusiness e-business* (perdagangan dalam lingkup intranet perusahaan yang melibatkan pertukaran barang, jasa, serta informasi).

Keuntungan yang bisa di dapatkan dari e-business, diantaranya yakni seperti berikut:

1. Memperluas pasar, dengan menggunakan e-business perusahaan atau juga pebisnis akan dapat memperluas pasarnya sehingga bisa memasuki pasar nasional atau bahkan internasional, sehingga pebisnis itu dapat menjangkau banyak pelanggan itu dimanapun ia berada.
2. Menekan biaya telekomunikasi serta juga waktu transaksi dan juga penerimaan produk.

3. Konsumen ini dapat melihat barang, spesifikasi serta informasi lainnya dengan melalui internet sehingga tidak perlu repot-repot untuk harus mendatangi penjual.
4. Meningkatkan citra yang baik di mata para konsumen, tentunya hal tersebut apabila dengan pelayanan yang baik juga, sebab dengan media internet informasi itu bisa dapat dengan cepat tersebar. Dan masih banyak lagi keuntungan yang lainnya.

Kotler and Keller (2009) memberikan konsep holistic dalam pemasaran sebagai konsep pemasaran terkini. Konsep pemasaran holistik didasarkan pada pengembangan, perencanaan, dan implementasi program pemasaran, proses pemasaran, dan kegiatan-kegiatan pemasaran yang mengakui keluasan dan interdependensi mereka. Pemasaran holistik mengakui bahwa “segala sesuatu bisa terjadi” pada pemasaran dan bahwa pemasaran membutuhkan perspektif yang luas dan terpadu (Tantri 2014). Menurut Keller dan Kotler dalam (Latifah and Maika 2019) dimensi pokok holistic marketing terdiri atas tempat elemen:

1. *Internal marketing* (pemasaran internal), yang berusaha memastikan bahwa setiap individu dalam organisasi memahami dan menerapkan prinsip pemasaran secara memadai.
2. *Intergrated marketing* (pemasaran terintegrasi), yang berusaha memastikan bahwa relasi ‘win-win’ terbina harmonis dengan para pelanggan, karyawan, investor, anggota saluran distribusi, dan mitra pemasaran lainnya.
3. *Relationship marketing* (pemasaran hubungan), yang memastikan bahwa berbagai teknik, cara, dan wahana, untuk menciptakan, menyampaikan, dan mengomunikasikan nilai diterapkan dan diintegrasikan secara optimal.

4. *Performance marketing* (pemasaran kinerja), yang memastikan bahwa dampak keputusan pemasaran terhadap kinerja finansial, ekuitas merek, sosial, legal, etika, komunitas, dan lingkungan benar-benar diperhitungkan secara matang.

B. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil

Pemberdayaan berasal dari penerjemahan bahasa Inggris “empowerment” yang juga dapat bermakna “pemberian kekuasaan” karena power bukan sekedar “daya”, tetapi juga “kekuasaan”, sehingga kata “daya” tidak saja bermakna “mampu”, tetapi juga “mempunyai kekuasaan”.

Kekuasaan identik dengan kemampuan individu untuk membuat dirinya atau pihak lain melakukan apa yang diinginkan. Kemampuan tersebut baik untuk mengatur dirinya, mengatur orang lain sebagai individu atau kelompok/organisasi, terlepas dari kebutuhan, potensi, atau keinginan orang lain. Dengan kata lain, kekuasaan menjadikan orang lain sebagai objek dari pengaruh atau keinginan dirinya.

Istilah pemberdayaan masyarakat mengacu pada kata “*empowerment*” yang berarti penguatan, yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki oleh masyarakat. Dengan demikian pendekatan pemberdayaan masyarakat titik beratnya adalah penekanan pada pentingnya masyarakat lokal yang mandiri sebagai suatu sistem yang mengorganisir diri mereka. (Anwas, 2014)

Menurut Eddy Ch. Papilaya dalam Zubaedi menjelaskan, bahwa pemberdayaan merupakan suatu upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat aras bawah, yang dilakukan melalui dorongan motivasi serta meningkatkan kesadaran potensi yang dimiliki dan dikembangkan potensi

tersebut menjadi tindakan yang nyata. Upaya pemberdayaan ini dilakukan untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat menjadi lebih baik terutama dalam bidang peningkatan ekonomi masyarakat miskin, sehingga masyarakat dapat terlepas dari perangkap kemiskinan. (Zubaedi, 2013)

Djohani mengatakan, bahwa pemberdayaan adalah proses untuk memberikan daya atau kekuasaan kepada pihak yang lemah dan mengurangi kekuasaan kepada pihak terlalu berkuasa sehingga terjadi keseimbangan. (Anwas, 2014) Sedangkan James Williams Ife mengatakan pemberdayaan adalah menyiapkan kepada masyarakat berupa sumberdaya, kesempatan, pengetahuan, dan keahlian untuk meningkatkan kapasitas diri masyarakat dalam menentukan masa depan, serta berpartisipasi dan mempengaruhi kehidupan dalam komunitas masyarakat itu sendiri.

Pemberdayaan sejatinya merujuk pada kemampuan atau keahlian yang dimiliki masyarakat, terutama masyarakat yang berada dalam kelompok rentan/lemah yang syarat untuk di perhatikan, sehingga masyarakat yang berada dalam kelompok tersebut harus memiliki kekuatan untuk menggali potensi yang dimiliki agar dapat memenuhi kebutuhan dasarnya dan juga memiliki kebebasan (*freedom*). Jadi, kebebasan yang harus dimiliki kaum rentan/lemah tersebut bukan dalam arti mengemukakan pendapat saja, melainkan kebebasan yang lainnya, yaitu; bebas dari, kebodohan, kesakitan, kelaparan, dan kebebasan dalam mencapai sumber daya manusi yang produktif yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat. (Zubaedi, 2013)

Masyarakat diharapkan mampu berpartisipasi dalam proses pembangunan, Mubyarto mengartikan partisipasi masyarakat sebagai tindakan

mengambil bagian dalam kegiatan. Partisipasi masyarakat merupakan keterlibatan masyarakat dalam suatu proses pembangunan, dimana masyarakat ikut terlibat mulai dari tahap penyusunan program, perencanaan dan pembangunan, perumusan kebijakan dan pengambilan keputusan. Keberhasilan sebuah program pada hakikatnya ditentukan berdasarkan sejauhmana kebijakan yang diformulasikan tersebut mendapat dukungan dukungan dari masyarakat.

Ada beberapa istilah pemberdayaan masyarakat dalam Al-Qur'an yang bisa menjadi dasar bagaimana Islam sudah jauh lebih dahulu melakukan proses dalam pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh para utusan Allah dan Juga Nabi Muhammad yang dijelaskan berdasarkan perspektif Islam di dalam Al-Qur'an dengan istilah berikut:¹ (Sudirman, 2017)

1. *'Ajiz*, yang berarti lemah

Tujuan utama pemberdayaan adalah memperkuat kekuasaan masyarakat dan kelompok lemah lainnya. Mereka adalah kelompok yang pada umumnya kurang memiliki kemampuan.

2. *Tamkin*, artinya mempunyai kedudukan, menciptakan, memberdayakan

Dalam hal ini, pelaku pemberdayaan hendaknya dilakukan oleh orang-orang yang bertanggungjawab terhadap yang dilakukannya. Bukan hanya ilmu yang diperlukan, namun mendedikasikan diri terhadap perubahan masyarakat jauh lebih penting untuk dimiliki oleh para pelaku pemberdaya.

3. *Harakah*, yang artinya pergerakan

¹ Sudirman. Dkk, *Pemberdayaan Masyarakat Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2017), h . 3

Dalam bahasa umum Harakah berarti perpindahan tubuh dari satu tempat ke tempat tertentu menuju tempat lainnya. Hal tersebut menandakan adanya langkah-langkah dan usaha-usaha yang terus bergerak dari satu posisi menuju posisi yang lain atau dari satu keadaan menuju keadaan yang lain.

4. *Rafa'a*, yang berarti peningkatan

Sasaran pemberdayaan yang ditujukan kepada masyarakat Islam harus diawali dengan pemberdayaan dalam hal keimanan dan ilmu. Keduanya tidak dapat dipisahkan, iman tanpa ilmu adalah sia-sia, dan ilmu tanpa iman akan dapat menghancurkan manusia karena tidak adanya pengontrolan dari ilmu tersebut.

5. *Taghyir*, yang artinya perubahan

Allah tidak akan merubah apa pun yang ada pada manusia jika manusia tersebut tidak memiliki kesadaran serta inisiatif untuk merubahnya. Masyarakat perlu menyadari bahwa ada sesuatu dalam dirinya yang patut dikembangkan sebagai modal dalam proses merubah keadaan hidup. Menjadi tanggung jawab para pelaku pemberdaya untuk membantu masyarakat sadar akan keadaan diri, karena pada hakikatnya masyarakat memerlukan peran orang luar dalam mendampingiya menuju perubahan hidup kearah perbaikan.

Pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari upaya berikut; *pertama*, menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Pengenalan terhadap masyarakat bahwa setiap individu masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Kedua, memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat (*empowering*). Penguatan ini meliputi langkah-langkah

nyata dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang yang akan membuat masyarakat menjadi berdaya. Upaya yang paling pokok adalah peningkatan taraf pendidikan dan derajat kesehatan, serta akses ke dalam sumber-sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja dan pasar. Ketiga, memberdayakan diartikan sebagai melindungi, dalam proses pemberdayaan harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kurang berdayanya dalam Mencegah yang kuat. (Mardikanto & Soebito, 2003)

Pada dasarnya, pemberdayaan merupakan penciptaan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat dapat berkembang. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa tidak ada masyarakat yang sama sekali tidak memiliki daya. Setiap masyarakat pasti memiliki daya, akan tetapi kurang menyadari bahkan tidak diketahui secara *eksplisit*. Dengan demikian daya perlu digali serta dikembangkan, dengan cara mendorong atau memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki.

Perkembangan usaha tidak hanya meliputi kenaikan pendapatan, tetapi juga dengan bertambahnya volume, laba, maupun tenaga kerja (Jennings and Beaver 1997). Maka dapat dikatakan bahwa perkembangan usaha menunjukkan perubahan dalam usaha tersebut, perubahan ini berupa usahanya sudah mengalami kemajuan. Perkembangan usaha biasanya dilihat dari segi pendapatan (omset) yang diterima setiap bulannya. Menurut (Inggarwati and Kaudin 2010), perkembangan usaha dapat diukur dengan melihat pertumbuhan penjualan, bertambahnya karyawan, peningkatan laba,

dan peningkatan nilai aset. Apabila semua ini sudah terwujud, maka usaha tersebut dapat dianggap mengalami perkembangan.

Begitu juga dengan perkembangan UMKM, Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah dapat diukur dengan melihat bertambahnya tingkat pendapatan yang diterima (Sumardi and Zulpahmi 2017). Sehingga untuk mengukur perkembangan UMKM dapat dilihat dari pendapatan yang diterima. Apabila mengalami kenaikan, maka dapat disebut mengalami pertumbuhan atau perkembangan. Jika mengalami penurunan pendapatan, maka dapat diartikan UMKM tersebut mengalami kemerosotan. Sedangkan menurut (Purwanti 2012), perkembangan UMKM merupakan kemampuan pengusaha untuk memenuhi permintaan pasar.

Tingkat pertumbuhan usaha diukur dengan melihat bertambahnya pendapatan, bertambahnya tenaga kerja, dan bertambahnya jumlah konsumen yang menggunakan produknya (Andini et al. 2021). Hadjimanolis dalam (Andini et al. 2021) juga menyebutkan beberapa indikator untuk melihat dan mengukur tingkat pertumbuhan suatu usaha terutama usaha kecil, yaitu bertambahnya karyawan, keuntungan, dan pengembalian aset (return on assets).

Salah satu pembinaan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi angka kemiskinan adalah melalui Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM), program ini berkontribusi aktif untuk bisa mengembangkan suatu daerah/wilayah sehingga dapat meningkatkan usahanya serta meminimalisir angka suatu pengangguran di suatu daerah. Usaha ini mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil

pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.

Pemberdayaan adalah proses yang menggambarkan sarana yang individu dan kelompok memperoleh kekuasaan, akses ke sumber daya dan keuntungan kontrol atas hidup mereka. Pemberdayaan dianggap sebagai proses kolaboratif di mana orang yang kurang berdaya akan sumber daya bernilai dikerahkan untuk meningkatkan akses dan kontrol atas sumber daya untuk memecahkan masalah pribadi dan/atau masyarakat (Purwani 2021). Ide pemberdayaan memiliki dua kecenderungan, antara lain: pertama, kecenderungan primer, yaitu kecenderungan proses yang memberikan atau mengalihkan sebagian kekuasaan, kekuatan, atau kemampuan (*power*) kepada masyarakat atau individu menjadi lebih berdaya Proses ini dapat dilengkapi pula dengan upaya membangun asset material guna mendukung pembangunan kemandirian mereka melalui organisasi; dan kedua, kecenderungan sekunder, yaitu kecenderungan yang menekankan pada proses memberikan stimulasi, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog (Hasan and Azis 2018).

Pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat “people centred, participatory, empowering, and sustainable”. Konsep ini lebih luas dari hanya semata-mata memenuhi kebutuhan dasar (*basic needs*) atau menyediakan

mekanisme untuk mencegah proses pemiskinan lebih lanjut (*safety net*), yang pemikirannya belakangan ini banyak dikembangkan sebagai upaya mencari alternatif terhadap konsep-konsep pertumbuhan di masa yang lalu. Konsep ini berkembang dari upaya banyak ahli dan praktisi untuk mencari apa yang antara lain oleh Friedman disebut sebagai *alternative development*, yang menghendaki “*inclusive democracy, appropriate economic growth, gender equality and intergenerational equity*” (Hadi 2010).

Ada tiga strategi utama pemberdayaan dalam praktek perubahan sosial, yaitu tradisional, *direct action* (aksi langsung), dan transformasi (Suryadi and Sufi 2019):

1. Strategi tradisional menyarankan agar mengetahui dan memilih kepentingan terbaik secara bebas dalam berbagai keadaan. Dengan kata lain semua pihak bebas menentukan kepentingan bagi kehidupan mereka sendiri dan tidak ada pihak lain yang mengganggu kebebasan setiap pihak.
2. Strategi *direct-action* membutuhkan dominasi kepentingan yang dihormati oleh semua pihak yang terlibat, dipandang dari sudut perubahan yang mungkin terjadi. Pada strategi ini, ada pihak yang sangat berpengaruh dalam membuat keputusan.
3. Strategi *transformative* menunjukkan bahwa pendidikan massa dalam jangka panjang dibutuhkan sebelum pengidentifikasian kepentingan diri sendiri.

Pemberdayaan UMKM harus dilaksanakan secara menyeluruh dan optimal serta berkesinambungan sehingga mampu meningkatkan kedudukan peran, peningkatan potensi dalam kemajuan pendapatan, penciptaan lapangan kerja dan memberantas kemiskinan. Dalam Hasnawati (2018), ekonomi

kerakyatan yang didukung dengan kekuatan ekonomi rakyat yang memberikan kesempatan luas kepada masyarakat untuk berpartisipasi yang mana hasilnya dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat, dalam tujuan jangka panjang perekonomian menjadi berkembang baik.

Pada perkembangan bisnis dewasa ini para pelaku UMK sudah mengerti teknologi sangat baik, tetapi mereka biasanya memiliki kemampuan yang buruk pada praktik bisnis. Untuk alasan ini, mereka harus menghargai alat yang membantu dalam menilai perusahaan-perusahaan kecil dari sudut pandang gabungan bisnis dan teknologi. Terdapat suatu bentuk model yang membantu untuk memahami bagaimana suatu perusahaan menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan “bagaimana” dan “ketika” perusahaan harus memasukkan unsur-unsur teknologi baru. Model ini juga dapat diterapkan untuk pemasaran penelitian untuk memahami UMK muncul pasar berkaitan dengan TIK dan merencanakan kebijakan pemerintah ditujukan untuk mendorong pengenalan TIK di UMK.

Ada beberapa strategi pemasaran untuk Usaha Kecil dan Menengah (UMK) yaitu sebagai berikut:

1. Konsistensi, Dengan adanya konsistensi terhadap semua area marketingnya, dapat membantu mengurangi biaya marketing dan meningkatkan efektivitas penciptaan merek.
2. Perencanaan, Perencanaan konsep marketing yang akan dijalankan usaha kecil sangat mempengaruhi banyaknya pelanggan yang diperoleh. Oleh karena itu luangkan waktu untuk merencanakan strategi marketing, anggaran marketing, serta konsep lainnya yang berhubungan dengan pemasaran.

3. **Strategi**, Strategi merupakan dasar untuk kelanjutan kegiatan marketing yang telah direncanakan, misalnya siapa target pasar, bagaimana usaha kecil membidik pelanggan, dan bagaimana cara menjaga konsumen yang ada sebagai pelanggan tetap.
4. **Target market**, Mendefinisikan secara tepat pangsa pasar yang dituju, dengan memilih satu atau lebih dari segmen pasar yang akan dimasuki. Target pasar yang jelas akan membuat konsep marketing lebih mudah dilaksanakan.
5. **Anggaran**, Menghitung anggaran marketing merupakan bagian yang berat dan membutuhkan keakuratan hasil hitungan. Dari anggaran yang dibuat, dapat dipersiapkan dana yang akan dibutuhkan untuk pemasaran. Biasanya usaha kecil membuat anggaran dengan tidak terlalu akurat, sehingga terjadi pemborosan.
6. **Marketing Mix**, Marketing mix biasanya dijelaskan sebagai produk, harga, tempat, dan promosi. Sebagai pengusaha kecil, perlu memutuskan dengan spesifik produk (atau jasa), harga yang sesuai, di mana dan bagaimana Anda akan mendistribusikan produk Anda, dan bagaimana orang lain dapat mengetahui tentang produk yang ditawarkan.
7. **Website**, Saat ini bisnis apapun termasuk usaha kecil usahakan memiliki *website*, karena hampir 60% konsumen datang dari informasi dari internet. Sehingga informasi produk melalui *website* pun sangat mendukung peningkatan jumlah pelanggan yang tertarik dengan produk Anda.
8. **Branding**, *Branding* adalah bagaimana konsumen menerima produk dan perusahaan yang membuat produk tersebut. Terkadang usaha kecil selalu

melupakan kebutuhan brand atau pengenalan gambar, logo, bahkan produk yang usaha kecil hasilkan.

9. Promosi dan iklan, Promosi dan iklan merupakan konsep marketing yang harus dipertimbangkan pada berbagai bisnis dan produk, termasuk pada usaha kecil. Promosi dan iklan yang baik akan menghasilkan pengakuan brand yang efektif hingga mampu meningkatkan penjualan.
10. *Customer Relationship Management*, Pengelolaan hubungan dengan pelanggan yang tepat menjadi salah satu hal penting untuk menciptakan konsumen yang loyal dan konsisten. Misalnya saja dengan membuat kartu membership, dan memberikan potongan harga tertentu bagi para member.

Menurut (Levitt 1980) Konsep Penjualan memfokuskan pada kebutuhan penjual. Karena itu penjualan sibuk dengan kebutuhan penjual untuk mengubah produk/ jasanya menjadi *cash* atau uang kontan. Konsep Pemasaran memfokuskan pada kebutuhan pembeli. Karena itu pemasaran sibuk dengan pemikiran memuaskan kebutuhan pelanggan melalui produk dan keseluruhan barang yang berhubungan dengan penciptaan, pengantaran, dan akhirnya pengkonsumsian. Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi, mendefinisikan dan mengukur besarnya, menentukan pasar sasaran mana yang paling baik yang dapat dilayani, menentukan produk/jasa dan program-program yang sesuai untuk melayani pasar (Kotler 2003). Perubahan pemasaran dari orientasi produk ke pola pemasaran yang berorientasi pasar dewasa ini menjadikan persaingan semakin kompetitif. Oleh karenanya untuk berhasil sesuatu perusahaan didalam persaingan disyaratkan harus

menciptakan nilai tambah bagi para konsumen serta memperhatikan kebutuhan dan ekspektasi mereka (Resmi 2022).

C. Potensi Lokal

Kemampuan yang dimiliki suatu desa yang mungkin untuk dikembangkan tetap selamanya akan menjadi potensi bila tidak diolah, atau didayagunakan menjadi suatu realita berwujud kemanfaatan kepada masyarakat. Karena itu potensi wilayah memerlukan upaya-upaya tertentu untuk membuatnya bermanfaat kepada masyarakat. Potensi menurut Nurhayati adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan seperti kekuatan, kesanggupan, dan daya yang bisa di kembangkan menjadi lebih besar. Istilah potensi tidak hanya ditunjukkan untuk manusia tetapi juga untuk entitas lain, seperti istilah potensi daerah, potensi wisata dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut Ahmad Soleh potensi lokal desa adalah daya, kekuatan, kesanggupan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu desa yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selanjutnya menurut Soleh Secara garis besar potensi desa dapat dibedakan menjadi dua, pertama adalah potensi fisik yang berupa tanah, air, iklim, lingkungan geografis, binatang ternak, dan sumber daya manusia, kedua adalah potensi nonfisik berupa masyarakat dengan corak dan interaksinya, lembaga-lembaga sosial, lembaga pendidikan, dan organisasi sosial desa, serta aparatur dan pamong desa.

Menurut Soetomo diperlukan paling tidak tiga hal dalam mengidentifikasi potensi lokal yaitu : 1) mengidentifikasi kebutuhan masyarakat yang dari waktu ke waktu selalu mengalami perkembangan dan perubahan sejalan dengan perubahan dan perkembangan masyarakat. Kemampuan mengidentifikasi

kebutuhan merupakan manifestasi kapasitas masyarakat dalam membandingkan antara realitas kini dan realitas ideal sebagaimana menjadi cita-cita masyarakat; 2) identifikasi potensi, sumberdaya dan peluang yang juga selalu berkembang. Tanpa adanya kegiatan tersebut maka potensi dan sumberdaya yang ada akan tetap bersifat laten dan tidak teraktualisasi bagi pemenuhan kebutuhan. Kegiatan identifikasi, perlu dilakukan sebagai salah satu pengetahuan dari prinsip pengutamaan potensi dan sumberdaya lokal dalam pemberdayaan masyarakat.

Identifikasi ini diperlukan untuk melihat keseluruhan potensi dan sumberdaya yang tersedia, baik berupa sumberdaya alam, sumber daya manusia, maupun sumberdaya sosial. Sumberdaya sosial memiliki tingkat signifikansi yang tidak kalah penting dari sumberdaya lainnya. Pengembangan masyarakat yang berbasis dinamika internal adalah proses perubahan yang mengandalkan dorongan energi internal dan potensi dan sumberdaya yang ada; 3) proses dan upaya untuk mencari cara yang lebih menguntungkan dalam memanfaatkan potensi dan sumberdaya yang ada. Melalui proses belajar sosial dan proses adaptasi dengan lingkungannya, masyarakat akan menemukan cara dan pengetahuan tentang pemanfaatan sumberdaya yang tersedia. Dapat dikatakan bahwa untuk mencapai tingkat kesejahteraan masyarakat desa perlu mengolah potensi lokal yang dimiliki baik sumber daya manusia dan sumber daya alam. Potensi lokal berupa sumber daya manusia dalam pemberdayaan masyarakat sebagai subyek pembangunan yang mengetahui permasalahan masyarakat sendiri sedangkan sumber daya alam merupakan kekayaan dimanfaatkan untuk mengangkat kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat desa sendiri (Endah, 2020).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk menemukan atau memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Oleh karena itu untuk memperoleh data atau informasi dalam penelitian ini diperlukan adanya metode sebagaimana yang tercantum di bawah ini:

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif kualitatif, yaitu satu bentuk penelitian dengan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan memfokuskan keadaan subyek dan obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan sebagainya) pada saat sekarang berdasarkan factor-faktor yang ada (Abdullah, Nawawi, and Othman 1998).

Selanjutnya penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan serta mendalami suatu fenomena atau kondisi di masyarakat yang terjadi secara alami (Creswell 2014). Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini dapat mendeskripsikan Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil di Kecamatan Lubuk Dalam Kaupaten Siak.

Untuk memahami dan mengungkap fenomena yang telah dijelaskan di atas, akan dilakukan melalui pengamatan yang lebih mendalam terhadap objek penelitian sehingga data yang didapatkan dapat lebih akurat. Oleh sebab itu, penelitian ini dianalisis dengan bantuan metode analisis SWOT. Analisis SWOT yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang,

dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weaknesses*).

Unsur-unsur SWOT Kekuatan (*Strenght*) ,Kelemahan (*weaknesses*) ,Peluang (*Opportunities*),Ancaman (*Threats*) Faktor eksternal dan internal Menurut (irham fahmi) untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu: Faktor eksternal Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya. Faktor internal Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strenghts and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional : pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian

dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

IFAS/EFAS	STRENGTH (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 Kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksterna;	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 3.1 Matriks SWOT (Nisak, 2004)

Strategi SO (*Strength-Opportunities*) Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya Strategi ST (*Strenghts-Threats*) Adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi WO (*Weknesses-Opportunities*) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WT (*Weknesses- Threats*) Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.(Nisak, 2004).

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber data penelitian merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto 2006). Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yakni:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber utama di lapangan. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh dari wawancara secara langsung kepada para pelaku Usaha Mikro Kecil di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi dari pihak terkait, jurnal-jurnal, hasil penelitian, internet, dokumentasi maupun berita yang berkaitan dengan digitalisasi sebagai upaya pemberdayaan Usaha Mikro Kecil berbasis potensi lokal di Kecamatan Lubuk Dalam kabupaten Siak.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. menurut (Sugiyono 2007) bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Namun dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melalui tiga metode, yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Esterberg dalam (Sugiyono 2007), mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tersebut. Dengan wawancara, maka peneliti mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang informan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui

observasi. Dalam melakukan wawancara, peneliti menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk diajukan, dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan, oleh karena itu wawancara yang digunakan oleh peneliti melalui wawancara mendalam merupakan serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada sumber informasi guna memperoleh data dan informasi yang bersifat mendalam.

Selanjutnya pemilihan informan dilakukan dimana peneliti berupaya melihat individu-individu maupun kelompok-kelompok dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2013). Data atau informasi yang diambil dalam penelitian ini sebagian besar didapatkan masyarakat yang menjadi pelaku Usaha Mikro Kecil di Kecamatan Lubuk Dalam terkait pada implementasi digitalisasi dan menerapkan teknik snowball sampling. Dari informan awal akan dilanjutkan penggalian informasi atau pembaruan data pada informan lain dengan cara 'bergulir menggelinding' sehingga variasi, kedalaman dan keterincian data informasi dapat diperoleh secara maksimal. Dengan snowball sampling, akan berhenti apabila sudah sampai pada taraf '*redudancy*' ketuntasan atau kejenuhan, artinya tidak muncul lagi variasi dari setiap penambahan informan selanjutnya.

2. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Margono 2005). Dengan kata lain observasi yaitu mengamati dan mendengar dalam rangka memahami, mencari jawaban, mencari bukti terhadap fenomena sosial selama beberapa waktu dengan mencatat, merekam, memotret fenomena sosial tersebut yang akan dipilih secara purposive. Selain itu,

secara esensial observasi dimaksudkan untuk mencapai tingkat pemahaman dan kemampuan dalam membuat makna atas suatu kejadian atau fenomena pada situasi yang nampak secara kasat mata. Disamping itu juga harus dilakukan perenungan dan refleksi atas kemungkinan yang ada dibalik penampakan tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang (Sugiyono 2007). Hasil penelitian dari observasi atau wawancara lebih kredibel kalau didukung oleh dokumen-dokumen yang bersangkutan. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan berwujud tulisan dan gambar. Didokumentasikan secara visual dengan foto, dikumpulkan secara acak, sampai peneliti merasa cukup terhadap data yang bersangkutan, yang dianggap telah mempresentasikan tentang temuan dalam penelitian.

D. Teknik Analisis Data

Tahap analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dari informan. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, peneliti melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sehingga datanya sudah tidak jenuh (Creswell 2014). Peneliti menggunakan transkrip hasil wawancara mendalam selanjutnya, peneliti melakukan klasifikasi data pada poin-poin informasi yang ada dalam transkrip wawancara tersebut.

Analisis adalah seluruh yang kita teliti untuk mendapatkan penjelasan ringkas mengenai keseluruhan unit dan untuk menjelaskan berbagai perbedaan diantara unit analisis tersebut. Penting bagi peneliti untuk menentukan unit analisisnya secara jelas dan tegas. Ketidakjelasan unit analisis akan mengakibatkan peneliti tidak dapat menentukan siapa atau apa yang diamatinya (Morrison 2012). Didalam menentukan unit analisis sebuah penelitian kualitatif dilakukan atas dasar bahwa dengan meneliti hal tersebut peneliti dapat berkontribusi terhadap suatu teori maupun menguji konstruksi teoritis tertentu (Ritchie, Lewis, and Elam 2003). Maka dari itu unit analisis dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro Kecil di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.

Informasi yang berhasil dikumpulkan kemudian diinterpretasikan menjadi data yang menopang argument dan memberikan pemahaman sesuai dengan rumusan masalah. Selain itu, proses yang dilakukan adalah mengompilasi catatan informasi dan data baik dari informan maupun data sekunder yang dirumuskan dalam catatan lapangan (*field note*).

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemisahan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Laporan atau data yang diperoleh dilapangan akan dituangkan dalam bentuk uraian yang lengkap dan terperinci. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya akan cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya.

Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Data yang diperoleh dari lokasi penelitian dituangkan dalam uraian laporan lengkap dan terperinci. Laporan lapangan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal penting kemudian dicari tema atau polanya.

2. Teknik Keabsahan Data

Teknik Keabsahan Data yang berikutnya disebut juga Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber informasi yang menjadi objek penelitian (Lawrence 2013). Triangulasi berupaya untuk mengecek kebenaran data dan membandingkan dengan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan dan dengan metode yang berlainan. Untuk itu, maka peneliti melakukan dengan cara mengajukan berbagai variasi pertanyaan, membandingkan data hasil pengamatan (observasi) dengan wawancara, mengeceknya dengan berbagai sumber data dan memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan data dapat dilakukan.

Berdasarkan hasil triangulasi tersebut, maka akan sampai pada salah satu kemungkinan yaitu apakah data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan. Penulis melakukan triangulasi data atau mengkroscek kembali kepada pihak lain untuk mengetahui apakah data yang di terima benar atau tidak.

3. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun secara sistematis yang memberikan kemungkinan penarikan simpulan dan

pengambilan tindakan (Milles and Huberman 1992). Penyajian data dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara yang dituangkan dalam bentuk uraian dengan teks naratif, dan didukung oleh dokumen-dokumen, serta foto-foto maupun gambar sejenisnya untuk diadakanya suatu kesimpulan.

Data yang diperoleh dalam setiap kategorisasi tersebut difilter dan dilakukan analisa yang mendalam berdasar pada perspektif dan pendekatan yang relevan. Informasi yang berhasil dikumpulkan kemudian diintrepretasikan menjadi data yang menopang argument dan memberikan pemahaman sesuai dengan rumusah masalah. Selain itu, proses yang dilakukan adalah mengompilasi catatan informasi dan data baik dari informan maupun data sekunder yang dirumuskan dalam catatan lapangan (*field note*). Hal ini penting dilakukan dalam menjaga obyektifitas dari informasi dan data yang didapatkan.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan simpulan atau verifikasi merupakan usaha untuk memahami makna, keteraturan, pola-pola, penjelasan, dan alur sebab-akibat atau proposisi. Hal ini selaras dengan pernyataan (Milles and Huberman 1992) bahwa proses analisis tidak bisa sekali jadi, melainkan interaktif atau secara bolak-balik di antara kegiatan reduksi, triangulasi, penyajian data, dan penarikan simpulan selama waktu penelitian. Penarikan simpulan merupakan tahap akhir dari pengolahan data.

E. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian berada di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak Provinsi Riau. Sedangkan waktu penyelesaian penelitian berdasarkan perencanaan penulis dilaksanakan sejak bulan Maret – Juli 2024.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Kecamatan Lubuk Dalam

Kecamatan Lubuk Dalam yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 41 Tahun 2002 tanggal 28 Nopember 2002, yang merupakan hasil dari pemekaran dari Kecamatan Kerinci Kanan. Kenyataan ini menunjukkan percepatan pertumbuhan wilayah yang semakin tinggi. Kondisi tersebut tentunya sangat membutuhkan strategi pengembangan yang optimal guna mengantisipasi arah pembangunan, penataan dan arah pengendaliannya. Pemekaran ini bertujuan untuk mempermudah penduduk dalam pelaksanaan kepengurusan administrasi dipemerintahan serta untuk mempermudah jangkauan pembangunan. Maka dengan demikian potensi dan pembangunan yang ada di Kecamatan Lubuk Dalam ini akan lebih baik dan mudah dengan jangkauan pemerintahan yang lebih dekat.

2. Kondisi Geografis

a. Kondisi Wilayah

Kecamatan Lubuk Dalam terletak antara 00 20'- 00 38' lintang utara dan 1010 38' - 1010 56' bujur timur. Wilayah Kecamatan Lubuk Dalam seperti pada umumnya wilayah Kabupaten Siak terdiri dari dataran rendah dan berbukit-bukit dengan struktur tanah pada umumnya terdiri dari tanah podsolik merah kuning dari batuan dan aluvial serta tanah organosol dan gley humus dalam bentuk rawa-rawa atau tanah basah.

Kecamatan Lubuk Dalam secara umum berada pada daerah perbukitan dengan ketinggian antara 0-50 meter diatas permukaan air laut dengan kemiringan 3%-15%, dan mengalir banyak aliran sungai

b. Luas Wilayah

Pusat Kecamatan Lubuk Dalam terletak di Kampung Lubuk Dalam yang berjarak ± 55 KM dari pusat pemerintahan Kabupaten Siak. Secara keseluruhan Kecamatan Lubuk Dalam memiliki luas wilayah ± 22.993 Ha, dengan Kampung terluas yaitu Kampung Lubuk Dalam dengan luas 82,25 Ha, rincian luas masing-masing kampung antara lain:

No	Kampung	Pusat Pemerin Tahan	Luas Wilayah (Ha)	Dusun	RT	RK	Jarak Dengan Ibu Kota Kecamatan (Km)
1	Lubuk Dalam	Dusun Raja Gasib	82,25	3	20	5	1
2	Rawang Kao	Rawang Kao	81,17	3	13	3	1
3	Sri Gading	Dusun Sidomulyo	13,58	3	18	6	4
4	Sialang Baru	Dusun Pring Gading	16,94	3	21	6	3
5	Sialang Palas	Dusun Rejosari	10,83	2	16	4	7
6	Empang Baru	Dusun Sidomulyo	16,66	2	8	2	1
7	Rawang Kao Barat	Dusun Sialang Sakto	8,50	2	8	2	1
Jumlah			22.993	18	111	30	

Tabel 4.1 Luas Wilayah di Kecamatan Lubuk Dalam (Dalam, 2023)

Tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahawa luas wilayah Kampung di Kecamatan Lubuk Dalam, ada 2 kampung di Kecamatan Lubuk Dalam yang memiliki wilayah kampung yang sangat luas yaitu Kampung Lubuk Dalam dengan luas 82,25 Ha dan Kampung Rawang Kao dengan luas

81,17 Ha dan kampung lainnya selain 2 kampung di atas memiliki luas wilayah tidak lebih dari 17 Ha.

c. Keadaan Alam

Secara garis besar wilayah Kecamatan Lubuk Dalam terdiri atas lahan perkebunan yang didominasi oleh perkebunan sawit. Perkebunan tersebut sebagian besar dimiliki oleh perusahaan dan masyarakat. Selain itu, lahan di Kecamatan Lubuk Dalam ditanami dengan tanaman pangan seperti jagung, singkong dan tanaman lain seperti salak, lada hitam dan lain sebagainya.

d. Batas-Batas Wilayah

Secara geografis Kecamatan Lubuk Dalam termasuk wilayah Kabupaten Siak Provinsi Sumatera Barat. Kecamatan Lubuk Dalam secara geografis berbatasan dengan wilayah-wilayah berikut :

- 1) Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Koto Gasib
- 2) Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Kerinci Kanan
- 3) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tualang
- 4) Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Dayun

e. Keadaan Demografi

Keadaan demografi suatu wilayah menunjukkan potensial kependudukan dan lainnya. Untuk itu keadaan demografi sangat penting untuk melihat situasi kependudukan di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak Provinsi Riau yaitu :

1) Kependudukan

Penduduk di Kecamatan Lubuk Dalam berjumlah 18.850 orang yang terdiri dari 9.312 Jiwa laki-laki dan 9.538 jiwa perempuan dari

5.882 KK yang ada di Kecamatan Lubuk Dalam. Sedangkan jumlah penduduk jika dilihat menurut jenis pekerjaannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

No	Pekerjaan	Kampung							Jumlah
		Lubuk Dalam	Rawang Kao	Sri Gading	Sialang Baru	Sialang Palas	Empang Baru	Rawang Kao Barat	
1	Tidak/Belum Bekerja	737	505	687	998	480	777	725	4.888
2	Mengurus Rumah Tangga	1.131	406	559	791	475	507	408	4.288
3	Pelajar /Mahasiswa	1.108	603	393	454	262	244	268	3.338
4	Pensiunan	130	3	6	4	4	2	0	150
5	PNS /Honoror	40	16	46	26	10	19	55	211
6	TNI /POLRI	12	4	0	2	3	2	2	25
7	Pedagang	72	15	51	5	206	1	16	365
8	Petani /Pekebun	203	561	481	385	422	401	92	2.551
9	Karyawan Swasta	28	34	44	59	11	17	41	234
10	Karyawan BUMN/D	643	14	4	12	1	1	11	686
11	Buruh Tani / Harian Lapis	114	73	42	157	271	68	13	736
12	Lainnya	128	0	188	381	40	266	362	1.362
	Jumlah	4.324	2.253	2.511	3.281	2.185	2.305	1.993	18.850

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan di Kecamatan Lubuk Dalam (Dalam, 2023)

Tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk berdasarkan jenis pekerjaan ataupun mata pencahariannya banyak terdapat penduduk di Kecamatan Lubuk Dalam yang Tidak/Belum Bekerja dengan jumlah 4.888, jadi tingginya angka tersebut membuat banyaknya masyarakat di Kecamatan Lubuk Dalam yang masih belum bekerja dan ini menjadi pekerjaan rumah yang berat bagi pemerintah di Kecamatan Lubuk Dalam sehingga harus di dorong untuk dikapasitasi sesuai dengan pontensi masyarakat masing-masing yang belum bekerja, sehingga diharapkan dengan begitu bisa membantu untuk mencari alternative usaha lain untuk bekerja menghidupi diri sendiri dan keluarganya.

2) Pendidikan

Pendidikan merupakan sarana yang sangat diperlukan dalam kehidupan masyarakat. Karena adanya pendidikan dapat menentukan status sosial seseorang, apabila pendidikan seseorang baik maka taraf kehidupannya akan baik juga.

Perkembangan zaman sekarang ini yang semakin maju dan berkembang perlu adanya pendidikan agar tidak terjadinya ketimpangan budaya mengenai modernisasi. Dengan perkembangan zaman di dunia pendidikan yang terus berubah dengan signifikan sehingga banyak merubah pola pikir masyarakat, dari pola yang tidak tahu, kaku dan awam menjadi lebih baik yaitu menjadi masyarakat yang lebih modern. Pada bidang pendidikan di Kecamatan Lubuk Dalam terdapat 408 orang Guru baik PNS maupun Honorer dengan jumlah siswa 5.137 orang Siswa mulai dari tingkat PAUD sampai dengan SMA sederajat dengan rincian sebagai berikut:

No	Jenjang Sekolah	Jumlah	Jumlah Siswa		Jumlah	Jumlah Guru		Jumlah
			LK	PR		PNS	Honorer	
1	PAUD	8	77	105	182	-	28	28
2	TK/RA	10	289	307	595	2	50	52
3	SD/MI	11	1.335	1.168	2.503	86	54	140
4	SMP/MTS	5	521	462	983	35	52	87
5	SMA	2	211	303	514	34	7	41
6	MA	2	46	68	114	1	19	20
7	SMK	1	169	76	245	28	12	40
Jumlah		39	2.648	2.489	5.137	186	222	408

Tabel 4.3 Jumlah Sekolah, Siswa dan Tenaga Pendidik di Kecamatan Lubuk Dalam (Dalam, 2023)

Tabel 4.3 di atas menjelaskan tentang Jumlah Sekolah, Siswa dan Tenaga Pendidik di Kecamatan Lubuk Dalam mulai dari tingkat pendidikan PAUD hingga SMA Sederajat, artinya untuk seluruh satuan pendidikan di Kecamatan Lubuk Dalam sudah lengkap, hanya saja jika

Siswa SMA sederajat yang ingin melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi setidaknya mereka harus pergi ke Ibu Kota Kabupaten di Siak atau Langsung ke Ibu Kota Provinsi di Kota Pekanbaru. Pendidikan merupakan prioritas dalam pembangunan bangsa, tanpa pengembangan dan pembangunan SDM di bidang pendidikan mungkin generasi putra daerah tidak akan muncul. Oleh sebab itu pendidikan merupakan tonggak kemajuan peradaban di suatu daerah yaitu dalam hal ini di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak Provinsi Riau.

3) Kesehatan

Pada bidang kesehatan, Kecamatan Lubuk Dalam memiliki beberapa sarana kesehatan seperti Puskesmas Kecamatan Lubuk Dalam yang terletak di Rawang Kao Barat, dan setelahnya memiliki Puskesmas Pembantu yang tersebar di 6 (enam) Kampung pada setiap kampung yang ada di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak. Selain itu juga, Kecamatan Lubuk Dalam memiliki bidang penanganan gizi buruk atau sering juga disebut dengan nama *stunting*. Pencegahan *stunting* merupakan prioritas perencanaan kesehatan nasional yang didorong hingga level Kecamatan dan Desa. Selain itu untuk melihat sarana kesehatan, jumlah sarana kesehatan di Kecamatan Lubuk yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

N o.	Kampung	Puskesmas	Pustu	Praktik Dokter	Praktik Bidan	Posyandu	Pondok Bersalin	Poskesdes	Apotik	Toko Obat/Jahe
1	Lubuk Dalam	-		4	3	10	-	1	2	1
2	Rawang Kao	-	1	-	3	2	1	-	-	-
3	Sri Gading	-	1	-	1	4	-	1	-	-
4	Sialang Baru	-	1	1	-	3	1	-	-	-

5	Sialang Palas	-	1	-	1	2	-	1	-	-
6	Empang Baru	-	1	-	-	2	1	-	-	-
7	Rawang Kao Barat	1	1	2	-	1	-	-	-	1
Jumlah		1	6	7	8	24	3	3	2	2

Tabel 4.4. Jumlah Sarana Kesehatan di Kecamatan Lubuk Dalam (Dalam, 2023)

Tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa jumlah sarana kesehatan di Kecamatan Lubuk Dalam sudah merata dan ada pada setiap kampung yang ada di Kecamatan Lubuk Dalam. Dengan adanya Puskesmas Pembantu yang sering disebut PUSTU yang ada pada setiap Kampung bisa dengan mudah di akses oleh masyarakat Kampung, hanya saja fasilitasnya tidak selengkap di Puskesmas Kecamatan. Namun jika butuh rujukan dengan penyakit atau kondisi berat berdasarkan pengamatan penulis, Puskesmas Kecamatan Lubuk Dalam menerapkan Standar Operasional untuk merujuk ke Rumah Sakit Umum Daerah Kab. Siak atau disesuaikan dengan keinginan pasien atau wali yang ingin dirujuk sebagai tindak lanjut penanganan kesehatan dengan pelayanan cepat.

4) Keagamaan

Agama adalah sebuah kepercayaan yang dianut oleh seseorang ataupun suatu sistem yang mengatur tata keimanan seseorang (kepercayaan). Agama yang ada di Kecamatan Lubuk Dalam mulai dari Agama Islam, Katolik, Kristen dan lainnya. Untuk itu keberadaan umat dengan berbagai keyakinannya dapat dilihat dengan sarana ibadah berikut:

No	Kampung	Masjid	Surau/Musholla	Gereja Kristen	Gereja Katolik
1	Lubuk Dalam	8	12	3	-
2	Rawang Kao	2	13	-	1
3	Sri Gading	4	18	-	1

4	Sialang Baru	2	15	-	1
5	Sialang Palas	2	6	2	1
6	Empang Baru	2	11	1	1
7	Rawang Kao Barat	2	3	4	1
Jumlah		22	78	10	6

Tabel 4.5 Jumlah Rumah Ibadah di Kecamatan Lubuk Dalam (Dalam, 2023)

Tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa dari keseluruhan rumah ibadah yang ada di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak, didominasi oleh sarana masjid dan Surau/Mushollah dengan jumlah 100 sarana peribadatan. Oleh sebab itu, penulis menarik kesimpulan bahwa di Kecamatan Lubuk Dalam di dominasi mayoritas penduduk beragama Islam karena melihat banyaknya sarana peribadatan umat muslim tersebut. Disamping itu juga ada Gereja Kristen dan Katolik yang memperlihatkan bahwa ada juga penduduk di Kecamatan Lubuk Dalam yang beragama Kristen dan Katolik meskipun jumlahnya sangat sedikit jika dibandingkan dengan Umat Muslim yang beragama Islam.

5) Peternakan

Penduduk di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak memiliki berbagai hewan ternak dengan berbagai keperluan dan kepentingan masing-masing penduduk dalam beternak hewan. Hewan-hewan yang biasa dternak oleh peternak di lingkungan Kecamatan Lubuk Dalam sebagai berikut:

No	Jenis Ternak	Kampung						
		Lubuk Dalam	Rawang Kao	Sri Gading	Sialang Baru	Sialang Palas	Empang Baru	Rwang Kao Barat
1	Sapi	810	839	841	271	521	701	57
2	Kambing/Domba	174	139	271	186	80	48	25
3	Kelinci	0	22	15	0	0	11	12
4	Ayam Buras	2.531	2.673	3.230	3.251	2.680	2.890	1.611
5	Ayam Pedaging	0	0	0	28.000	5.000	10.000	0
6	Merpati	41	72	51	27	36	58	12
7	Itik	79	126	115	190	151	125	41
8	Puyuh	100	400	0	100	0	20	0

Jumlah	3.735	4.271	4.523	32.025	8.468	13.853	1.758
--------	-------	-------	-------	--------	-------	--------	-------

Tabel 4.6 Jumlah Ternak di Kecamatan Lubuk Dalam (Dalam, 2023)

Tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa penduduk yang memiliki hewan ternak didominasi Ayam Buras dan Ayam Pedaging yang diperuntukkan untuk diperjual belikan sebagai usaha dari penduduk di Kecamatan Lubuk Dalam. Selain itu Penduduk Kampung yang menjadi peternak dan memiliki berbagai komoditas hewan ternak terbanyak terdapat di Kampung Sialang Baru Kecamatan Lubuk Dalam dengan jumlah komoditas hewan ternak sebanyak 32.025 ekor hewan ternak.

6) Pertanian

Kecamatan Lubuk Dalam terdapat beberapa kelompok tani di antaranya kelompok tani dewasa sebanyak 120, dengan jumlah petani 2.582 orang. Jumlah Kelompok Wanita Tani (KWT) yaitu 8 Kelompok dengan jumlah anggota 120 orang. Jumlah kelompok pemuda tani yaitu 1 kelompok dengan jumlah anggota 15 orang. Sedangkan Gapoktan berjumlah 6 Gapoktan. Luas lahan pertanian di Kecamatan Lubuk Dalam + 5.612 Ha Lahan Perkebunan dan + 6 Ha lahan hortikultura yang terdiri dari tanaman cabe rawit, cabe merah, semangka, jagung manis, kacang tanah dan aneka sayuran lainnya.

7) UMK

Penduduk Kecamatan Lubuk Dalam memiliki para pelaku Usaha Mikro Kecil yang kreatif dan inovatif, namun belum semua pelaku usaha tersebut yang beradaptasi dengan digital marketing sebagai media pemasarannya. Namun demikian, pelaku UMK di Kecamatan Lubuk Dalam dapat dilihat pada data berikut:

DATA USAHA MIKRO KECIL KECAMATAN LUBUK DALAM					
No	OWNER	JENIS USAHA	NAMA USAHA	OMSET	Kategori
1	MISDIYONO	MAKANAN	PABRIK TAHU & TEMPE	Rp24.000.000	UMK
2	WAGIYO	MAKANAN	PABRIK TEMPE	Rp24.000.000	UMK
3	ERNAWATI	MAKANAN	MAKANAN DAN MINUMAN	Rp10.000.000	UMK
4	SITI MARYATUN	KERIPIK UBI	KERIPIK UBI	Rp10.000.000	UMK
5	LAILATUL FITRIYAH	PISANG KEJU	PISANG KEJU	Rp10.000.000	UMK
6	ENI SULARNI	PRODUKSI JAMU SEGAR	PRODUKSI JAMU SEGAR	Rp10.000.000	UMK
7	DIKY RIAN HIDAYAT	PEDAGANG PISANG KEJU	PEDAGANG PISANG KEJU	Rp10.000.000	UMK
8	ESTI INDAH TARADITA	JAJANAN, MAKANAN, MINUMAN	JAJANAN, MAKANAN, MINUMAN	Rp10.000.000	UMK
9	ELI HARYANI	MAKANAN RINGAN DAN MINUMAN	MAKANAN RINGAN DAN MINUMAN	Rp10.000.000	UMK
10	NURJAMAH	MAKANAN DAN MINUMAN	MAKANAN DAN MINUMAN	Rp10.000.000	UMK
11	SAINI	PENTOL CILOK	PENTOL CILOK	Rp10.000.000	UMK
12	JULILAWATI	MAKANAN MINUMAN	MAKANAN MINUMAN	Rp10.000.000	UMK
13	SURANTO	KERIPIK TRMPE	SUMBER REZEKI	Rp24.000.000	UMK
14	Hanan	BAKSO	BAKSO	Rp24.000.000	UMK
15	SRI HARI YANTI	MAKANAN,MINUMAN DAN SEJENISNYA	WARUNG MAKAN	RP.8.400.000	UMK
16	LIA SURYANI	MAKANAN,MINUMAN DAN SEJENISNYA	KUE/KERIPIK RASA DURIAN	Rp15.000.000	UMK
17	SRI REDI ASTUTI	MAKANAN,MINUMAN DAN SEJENISNYA	KUE	Rp15.000.000	UMK
18	SURYATI	KERIPIK UBI	KERIPIK UBI	Rp10.000.000	UMK
19	SOFIYATUN	ANEKA KUE DAN GORENGAN	ANEKA KUE DAN GORENGAN	Rp10.000.000	UMK
20	TITIN KARTINI.	USAHA ANEKA KUE	USAHA ANEKA KUE	Rp10.000.000	UMK
21	DA'AMI	PENJUAL KERUPUK	PENJUAL KERUPUK	Rp10.000.000	UMK
22	SRI WAHYUNI	JUALAN MAKANAN OLAHAN	JUALAN MAKANAN OLAHAN	Rp24.000.002	UMK
23	TITIN KARTINI	JUALAN KUE BASAH DAN KERING	JUALAN KUE BASAH DAN KERING	Rp24.000.002	UMK
24	BIYAH	LAUK PAUK	LAUK PAUK	Rp10.000.000	UMK
25	MINARSIH	KUE-KUE BASAH	KUE BASAH	Rp6.000.000	UMK
26	EVA RATNA SARI	KERUPUK KANJI	KERUPUK KANJI	Rp10.000.000	UMK
27	ASEP GUNAYANA	Kerupuk Rangginang	Kerupuk Rangginang	Rp15.000.000	UMK
28	SITI FARIDA	Kerupuk	Kerupuk	Rp15.000.000	UMK
29	SARIF MUSTOPA	Kerupuk Singkong	Kerupuk Singkong	Rp15.000.000	UMK
30	FITRIYANI.	Makanan Ringan	Makanan Ringan	Rp15.000.000	UMK
31	WULANDARI	Kue-kue basah	Kue-kue basah	Rp15.000.000	UMK
32	SUSILAWATI	Makanan Ringan	Makanan Ringan	Rp15.000.000	UMK
33	ROMDIAH	KUE-KUE BASAH DAN KERING	KUE-KUE BASAH DAN KERING	Rp. 10.000.000	UMK
34	SUKARMI	PEDAGANG KUE	DAPUR BUNDA NADIN	Rp10.000.000	UMK
35	HANIPAH	Telur Asin	TELOR ASIN BU IPAHA	Rp15.000.000	UMK
36	MEI NIA SARI	JAHE MERAH DUJA PUTRA	SERBUK JAHE MERAH DAN KOPI DUJA PUTRA	Rp. 5.000.000	UMK
37	IDAH NURHAYATI	TING -TING JAHE	USAHA BAROKAH	Rp10.000.000	UMK
38	SUNARTO	PABRIK TAHU	PAK KUMIS	Rp10.000.000	UMK
39	RIYANTI	KERIPIK TEMPE	MANDIRI	Rp5.000.000	UMK
40	SANTI	KERIPIK TEMPE	DAPUR FNA	Rp10.000.000	UMK
41	JUMRAH	SARAPAN PAGI	SARAPAN PAGI TETE	Rp30.000.000	UMK
42	MASMULIK	KUE	CAMELIA COOKIES	Rp24.000.000	UMK
43	SUDARNI	KUE	USAHA BAROKAH	Rp10.000.000	UMK
44	SRI SUDARMI	tahu tempe	TEMPE PAK KUMIS	Rp30.000.000	UMK
45	SUTRISNO	cake and bakery	MAMA UWAI	Rp30.000.000	UMK
46	ROHATIN	keripik	USAHA RUMAHAN MAMAK ZAKI	Rp30.000.000	UMK
47	JULIANA	KULINER	DAPOER RASYA CAKE AND BAKERY	Rp. 5.000.000	UMK
48	RISMANTO	MAKANAN,MINUMAN DAN SEJENISNYA	DAPUR D3	RP.8.400.000	UMK
49	SUKAMTO	tahu tempe	DAPUR TOMY	Rp100.000.000	UMK
50	BUDI PRIYONO	naget putih telur	DAPOER ZHAFRAN	Rp10.000.000	UMK
51	ISMA UNAWATI	jamu	DJAMPI SEGER WARAS	Rp10.000.000	UMK
52	TRIYANTO	KERUPUK RAMBAK	WARES	Rp15.000.000	UMK
53	SUHERMAN	SARAPAN PAGI	SARAPAN PAGI	Rp25.000.000	UMK
54	SYAMSUL BACHRI	BUBUR KACANG IJO	BURJO	Rp24.000.000	UMK
55	RASINTA KRISTIANI	MINUMAN	WARUNG ESKU	Rp10.000.000	UMK
56	SUSANTO	cake and bakery	MASTER BREAD	Rp40.000.000	UMK
57	EKA YANTI BR SIREGAR	SINGKONG MELEDAK	SINGKONG MELEDAK	Rp20.000.000	UMK
58	SITI ERLINA	SUSU KEDELAI	JN FRESH SOYA	Rp12.000.000	UMK
59	MARI MAIMUNAH	KUE	MUSTIKA RASA	Rp12.000.000	UMK
60	SAMSUDIN	KERIPIK	2R HOME INDUSTRI RARA & RIA	Rp24.000.000	UMK
61	AHMAD JOKO ARIANTO	TEMPE	BERKAH MANDIRI	Rp15.000.000	UMK
62	YUNI AYU NURMA INDAH	KUE BASAH	SEHATI	Rp5.000.000	UMK
63	FAUZANA	EMPEK EMPEK	JAJANAN ALIFA	Rp10.000.000	UMK
64	MUHIMAH	KUE	CIK IMAH "CI"	Rp12.000.000	UMK
65	MUSLIM	MARTABAK	MARTABAK BANDUNG DAN ANEKA JUS	Rp24.000.000	UMK
66	SUPINAH	MINUMAN	BUNDA NAJWA	Rp12.000.000	UMK
67	HANAH	RENGGINANG	BU HANAH	Rp12.000.000	UMK
68	SURYANTI	KERUPUK	KERUPUK MEKAR SARI	Rp12.000.000	UMK
69	SUSANTI	cake and bakery	Adeeva cake & cookies	Rp30.000.000	UMK
70	CHAIRANI SARAGIH	KUE BASAH	DAPUR RANI	Rp12.000.000	UMK
71	TIKA NURCAHYAWATI	KERIPIK	CHIKI KUNKU	Rp10.000.000	UMK
72	AMELIA RAHMA SAFITRI	KERIPIK	AMELY	Rp10.000.000	UMK
73	NESSA CAHYA SUNDARI	GETUK	Dapur DiNez	Rp5.000.000	UMK
74	ERIN KURNIA YONFANISA	KERIPIK	DAPUR RINTWO	Rp5.000.000	UMK
75	MERARY APRILIA THE VAUZA	KUE BASAH	DAJAVU	Rp12.000.000	UMK
76	LISA NOVITA SARI	GORENGAN	TAHU CRISPY JAVA	Rp12.000.000	UMK
77	KHAFIAH	KUE BASAH	WARUNG POJOK	Rp.10.000.000	UMK
78	NUR HIKMAH	KERIPIK	DEK KRESNA	Rp12.000.000	UMK
79	SERI ASTUTI	cake and bakery	DAPUR MBAK SERI	Rp12.000.000	UMK
80	ETY KASWADI	PENJUAL KUE	PENJUAL KUE	Rp10.000.000	UMK
81	RONI DWIYANTO	PEMBUATAN KUE	PEMBUATAN KUE	Rp10.000.000	UMK
82	SURANTI	ROTI BAKAR BANDUNG	ROTI BAKAR BANDUNG	Rp10.000.000	UMK
83	NURUL EMILIA UTAMI	JUALAN KUE	JUALAN KUE	RP. 15.000.000	UMK
84	ERNAWATI	JUALAN KUE	JUALAN KUE	Rp24.000.000	UMK
85	ENGGUS HERI	JUAL MINUMAN JAHE	JUAL MINUMAN JAHE	Rp10.000.000	UMK
86	AMALIA FAJRIAH	KUE	AMANA KITCHEN	Rp50.000.000	UMK

Tabel 4.7 Data UMK Kecamatan Lubuk Dalam (Dalam, 2023)

f. Visi dan Misi Kecamatan Lubuk Dalam

1) Visi

Visi merupakan pandangan jauh ke depan, ke mana dan bagaimana instansi pemerintah harus dibawa dan berkarya agar konsisten dan dapat eksis, antisipatif, inovatif serta produktif. Visi tidak lain adalah suatu gambaran yang menantang tentang keadaan masa depan berisikan cita dan citra yang ingin diwujudkan oleh instansi pemerintah. Dengan mengacu pada batasan tersebut, berikut Visi Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak: *“Terwujudnya Kecamatan Lubuk Dalam Sebagai Aparatur Pelayanan Masyarakat Yang Bertaqwa Kepada Tuhan Yang Maha Esa Bertumpu Pada Pelayanan Prima”*

2) Misi

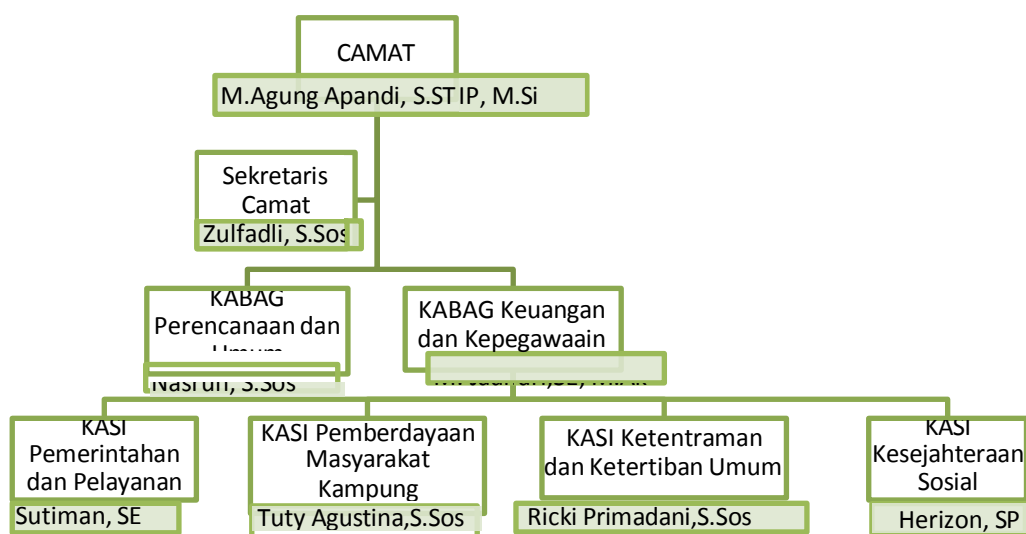
Kebijakan mencapai Visi Kantor Camat Lubuk Dalam Kabupaten Siak dipengaruhi oleh perubahan lingkungan baik yang bersifat Internal maupun Eksternal. Beberapa faktor kunci keberhasilan yang berfungsi untuk lebih memfokuskan Strategi dalam rangka pencapaian Visi Kecamatan Lubuk Dalam secara efektif dan efisien maka disusun Misi Kecamatan Lubuk Dalam sebagai berikut :

- a) Meningkatkan etos kerja dan disiplin pegawai.
- b) Meningkatkan inisiatif pegawai.
- c) Mengembangkan pengalaman dan pengetahuan sesuai bidang keahlian.
- d) Meningkatkan pelayanan masyarakat yang bertanggung jawab.
- e) Meningkatkan tertib Administrasi Perkantoran dan Kampung

g. Struktur Organisasi Pemerintah Kecamatan Lubuk Dalam

Struktur organisasi pemerintah adalah kerangka kerja yang menentukan bagaimana sebuah pemerintahan diorganisasikan, bagaimana tugas dan tanggung jawab dibagi, serta bagaimana otoritas

dan kekuasaan didistribusikan di antara berbagai departemen, lembaga, dan individu dalam pemerintahan. Struktur ini dirancang untuk memastikan pemerintahan berjalan dengan efektif dan efisien dalam melayani masyarakat. Berikut gambar struktur organisasi Pemerintah Kecamatan Lubuk Dalam:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemerintah Kecamatan Lubuk Dalam

1) Tugas Camat

Camat mempunyai tugas sebagai berikut:

- a) Menyelenggarakan urusan pemerintahan umum.
- b) Mengkoordinasikan kegiatan pemberdayaan masyarakat.
- c) Mengkoordinasikan upaya penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum.
- d) Mengkoordinasikan penerapan dan penegakan peraturan dan daerah dan peraturan bupati.
- e) Mengkoordinasikan pemeliharaan prasarana dan sarana pelayanan umum.
- f) Mengkoordinasikan penyelenggaraan kegiatan pemerintahan yang dilakukan oleh perangkat daerah di tingkat kecamatan; 7. Membina

dan mengawasi penyelenggaraan kegiatan desa/ kampung dan kelurahan.

- g) Melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan kabupaten yang tidak dilaksanakan oleh unit kerja pemerintahan daerah kabupaten yang ada di kecamatan.
- h) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan dan bidang tugas dan fungsinya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas.
- i) Melaksanakan tugas yang dilimpahkan oleh bupati untuk melaksanakan sebagian urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah kabupaten

2) Tugas Sekretaris Camat

Sekretaris mempunyai tugas pokok membina dan melaksanakan urusan umum, penyusunan perencanaan, pengelolaan administrasi keuangan dan kepegawaian dilingkungan pemerintah kecamatan. Untuk melaksanakan tugas dimaksud, sekretaris mempunyai tugas pokok dan fungsi yaitu:

- a) Penyelenggaraan pengelolaan administrasi perkantoran, administrasi keuangan, aset daerah dan kepegawaian.
- b) Penyelenggaraan urusan umum, urusan rumah tangga, perlengkapan dan pemeliharaan, keprotokolan dan hubungan masyarakat. Pelaksanaan koordinasi, pembinaan, pengendalian, pengawasan, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan kegiatan sub bagian.

- c) Penyelenggaraan evaluasi program dan kegiatan Sub Bagian.
 - d) Pengkoordinasi dan penyusunan rencana pembangunan bidang kecamatan, evaluasi dan pelaporan.
 - e) Pelaksanaan pembinaan, pengelolaan dan pengendalian administrasi umum, keuangan, sarana dan prasarana, ketenagaan, kerumahtanggaan, dan kelembagaan.
 - f) Pembagian tugas, pemberian petunjuk, menilai dan mengevaluasi hasil kerja bawahan agar pelaksanaan tugas dapat berjalan lancar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 - g) Penyampaian laporan hasil pelaksanaan tugas dan kegiatan kepada atasan.
 - h) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan serta bidang tugas dan fungsinya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas
 - i) Penyelenggaraan ketatalaksanaan, kearsipan dan perpustakaan
- 3) Tugas KABAG Perencanaan Umum

Tugas pokok Kepala Sub Bagian Perencanaan dan Umum adalah sebagai berikut:

- a) Membantu Sekretaris Kecamatan dalam pelaksanaan tugas penyusunan rencana kegiatan, pengkoordinasian, pembinaan, pengendalian dan pemberian bimbingan teknis dibidang pengelolaan urusan administrasi umum, kehumasan, perpustakaan dan kearsipan.
- b) Menyusun rencana kegiatan sub bagian perencanaan dan umum.

- c) Menyelenggarakan dan mengendalikan administrasi umum dan perkantoran.
 - d) Melaksanakan kearsipan dan ekspedisi.
 - e) Mengelola perpustakaan, informasi dan dokumentasi.
 - f) Melaksanakan penyusunan bahan rencana strategis (RENSTRA).
 - g) Melaksanakan monitoring dan evaluasi kegiatan.
 - h) Melaksanakan penyusunan bahan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP).
 - i) Melaksanakan penyiapan bahan dan penyusunan RKA/DPA.
 - j) Melaksanakan inventarisasi permasalahan penyelenggaraan program dan kegiatan.
 - k) Mengevaluasi hasil program kerja.
 - l) Membimbing mengendalikan dan mengevaluasi hasil kerja bawahan dalam upaya meningkatkan produktivitas kerja
- 4) Tugas KABAG Keuangan dan Kepegawaian

Adapun tugas pokok dari Kasubbag Keuangan dan Kepegawaian antara lain:

- a) Menyusun rencana operasional program kerja Subbagian Keuangan dan Kepegawaian.
- b) Menyiapkan bahan laporan bulanan, triwulan dan tahunan.
- c) Mengumpulkan dan mengolah data laporan hasil kegiatan.
- d) Melaksanakan pengumpulan, pengolahan, penganalisaan dan penyajian data statistik serta informasi.
- e) Membuat daftar gaji dan melaksanakan penggajian.

- f) Menyiapkan proses administrasi terkait dengan penatausahaan keuangan daerah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- g) Menyiapkan pembukuan setiap transaksi keuangan pada buku kas umum.
- h) Melaksanakan pembendaharaan keuangan.
- i) Melaksanakan pengendalian pelaksanaan tugas pembantu pemegang kas.
- j) Mengajukan SPP untuk pengisian kas, SPP beban tetap dan SPP gaji atas persetujuan pengguna anggaran (Kepala Organisasi Perangkat Daerah) yang ditetapkan sebagai Pengguna Anggaran dengan Keputusan Bupati.
- k) Memeriksa pembayaran gaji SKPP pegawai yang mutasi.
- l) Mengelola administrasi aset daerah dilingkup tugasnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- m) Mengelola rumah tangga, perlengkapan dan penataan barang milik Negara.
- n) Mempersiapkan berkas usulan tanda jasa/ bintang penghargaan, LP2P, LHKPN, LHKASN.
- o) Mengelola administrasi kepegawaian, pembinaan jabatan fungsional pegawai, dan evaluasi kinerja Aparatus Sipil Negara (ASN).
- p) Menyelenggarakan bahan evaluasi kinerja pegawai.
- q) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan serta bidang tugas dan fungsinya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas

5) Tugas KASI Seksi Pemerintahan dan Pelayanan

Melaksanakan tugas pemerintahan, Seksi Pemerintahan dan Pelayanan mempunyai tugas membantu Camat dalam membina, mengkoordinasi dan melaksanakan tugas dibidang pemerintahan dan pelayanan. Rincian tugas dan fungsi Seksi Pemerintahan dan Pelayanan antara lain sebagai berikut:

- a) Membantu camat dalam membina, mengkoordinasikan dan melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan kampung dan/ atau kelurahan dalam pelaksanaan pelimpahan sebagian kewenangan kepada camat untuk melaksanakan urusan pemerintahan daerah dibidang pemerintahan.
- b) Menyusun dan melaksanakan program dan kegiatan seksi pemerintahan dan pelayanan.
- c) Melaksanakan penyiapan bahan pembinaan, koordinasi dan fasilitasi pelaksanaan kegiatan bidang pemerintahan dan pelayanan.
- d) Melaksanakan fasilitasi dan pembinaan pengkoordinasian pengumpulan data yang berkaitan dengan perimbangan keuangan daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan.
- e) Melakukan pembinaan dan pengawasan serta evaluasi penyelenggaraan pemerintahan umum dan pemerintahan kampung/ kelurahan.
- f) Melaksanakan koordinasi dan sinkronisasi perencanaan dengan satuan kerja perangkat daerah dan instansi vertikal dibidang penyelenggaraan kegiatan pemerintahan dan pelayanan.

- g) Melaksanakan penyiapan bahan koordinasi dan pelaksanaan bimbingan, pemberian petunjuk dan pengawasan pelaksanaan pemilihan penghulu.
- h) Melaksanakan penyiapan bahan koordinasi dan fasilitasi penyiapan pencalonan, pengangkatan dan pemberhentian penghulu dan perangkat kampung lainnya.
- i) Melaksanakan penyiapan bahan koordinasi dan pelaksanaan pembinaan dan pelayanan bidang pertanahan/ keagrariaan; Membantu camat dalam penyelenggaraan kewenangan-kewenangan pemerintahan daerah yang dilimpahkan oleh bupati kepada camat dan tugas-tugas umum pemerintahan dalam lingkup pelayanan perizinan dan non perizinan.
- j) Melaksanakan koordinasi dalam penyelenggaraan Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN) dengan perangkat daerah dan atau/ instansi terkait lainnya.
- k) Melaksanakan Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- l) Melakukan penyusunan standar pelayanan publik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- m) Melaksanakan tugas pembantuan yang berkaitan dengan administrasi kependudukan serta legalisasi administrasi pertanahan sesuai kewenangannya.
- n) Melakukan penerimaan, pemrosesan, penerbitan dan pembatalan perizinan dan non perizinan sesuai kewenangannya; 16. Melakukan

pengolahan surat keterangan lainnya yang menjadi kewenangannya.

- o) Menerima dan menindaklanjuti pengaduan/ keluhan dari masyarakat dengan melaksanakan koordinasi pemecahan permasalahan melalui sekretaris.
- p) Melakukan pendistribusian dan pengumpulan formulir pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat yang berasal dari perangkat daerah yang membidangi pembinaan pelayanan public; 19. Melaksanakan pelayanan umum ditingkat kecamatan dibidang perizinan, non perizinan dan administrative lain sesuai kewenangannya mulai dari penerimaan dokumen/ berkas, permohonan dan penerbitan surat penyampaian kembali dokumen/ berkas kepada pemohon.
- q) Melaksanakan fasilitasi, pembinaan dan pengawasan pelaksanaan pelayanan kepada masyarakat.
- r) Melaksanakan pengelolaan keuangan daerah dari pelayanan umum yang menghasilkan pendapatan.
- s) Melaksanakan pemantauan, pengendalian dan evaluasi terhadap kinerja pelaksanaan Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN).
- t) Membantu menyusun program dan pembinaan administrasi kependudukan dan catatan sipil.
- u) Menginventarisasi permasalahan yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas dan rencana kegiatan seksi pemerintahan serta menyiapkan tindak lanjut penyelesaian permasalahan.

- v) Melakukan kerjasama dengan seksi pelayanan umum dan seksi-seksi lainnya dalam pelaksanaan tugas yang berhubungan dengan pemberian rekomendasi dibidang perizinan; dan
 - w) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan serta bidang tugas dan fungsinya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas
- 6) Tugas KASI Seksi Pemberdayaan Masyarakat Kampung

Tugas pokok dari Seksi Pemberdayaan Masyarakat, Kampung dan Kelurahan adalah membantu Camat dalam membina, mengkoordinasi dan melaksanakan tugas bidang pemberdayaan masyarakat kampung dan kelurahan. Adapun rincian tugas-tugas sebagai berikut:

- a) Menyusun dan melaksanakan program dan kegiatan seksi pemberdayaan masyarakat, kampung dan kelurahan.
- b) Melaksakan upaya-upaya peningkatan partisipasi masyarakat untuk ikut serta dalam perencanaan pembangunan lingkup kecamatan dalam forum musyawarah perencanaan pembangunan di kelurahan dan kecamatan.
- c) Melaksanakan fasilitasi, koordinasi, dan pembinaan dibidang perekonomian, pembangunan, pemberdayaan masyarakat, kampung dan kelurahan.
- d) Melaksanakan pembinaan dan pengawasan terhadap keseluruhan unit kerja baik pemerintah maupun swasta yang mempunyai program kerja dan kegiatan pemberdayaan masyarakat diwilayah kerja kecamatan.

- e) Melaksanakan penyusunan profil kecamatan.
- f) Melaksanakan pengevaluasian terhadap berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat diwilayah kecamatan baik yang dilakukan unit kerja pemerintah maupun swasta.
- g) Melakukan pembinaan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kampung (LPMK) bersama-sama dengan seksi-seksi pada unit kerja maupun lembaga/ dinas/ instansi terkait.
- h) Melaksanakan fasilitasi pengembangan lembaga kemasyarakatan.
- i) Melaksanakan fasilitasi pelaksanaan pemberdayaan masyarakat kelurahan.
- j) Melaksanakan pengkoordinasian pembinaan dan pengembangan ketenagakerjaan.
- k) Melaksanakan pengkoordinasian pembinaan dan pengembangan serta pemantauan kegiatan perindustrian, perdagangan, kepariwisataan, perkoperasian, Usaha Kecil Menengah (UKM) dan golongan ekonomi lemah; Melaksanakan pengkoordinasian dan pengawasan penyelenggaraan pembangunan diwilayah kerjanya.
- l) Melaksanakan fasilitasi pembangunan partisipatif.
- m) Melaksanakan pembinaan lingkungan hidup.
- n) Melaksanakan pengkoordinasian pengembangan perekonomian kelurahan diwilayah kerjanya.
- o) Melaksanakan pengkoordinasian upaya peningkatan partisipasi dan swadaya masyarakat dalam bidang pembangunan, peningkatan kualitas lingkungan dan permukiman.

- p) Menginventarisasi permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan bidang tugas seksi pemberdayaan masyarakat dan kampung dan menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah.
 - q) Mengatur dan mendistribusikan pekerjaan kepada bawahan.
 - r) Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan tugas bawahan.
 - s) Memberikan saran, pendapat dan pertimbangan kepada atasan sesuai dengan bidang tugasnya.
 - t) Membuat laporan pelaksanaan tugas program dan kegiatan kepada atasan; dan
 - u) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan serta bidang tugas dan fungsinya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas
- 7) Tugas KASI dan Seksi Ketentraman dan Ketertiban Umum

Rincian tugas Seksi Ketentraman dan Ketertiban Umum sebagai berikut:

- a) Membantu camat dalam membina, mengkoordinasikan dan melaksanakan tugas dibidang ketentraman dan ketertiban umum, pembinaan kesatuan bangsa, organisasi kemasyarakatan serta perlindungan masyarakat.
- b) Menyusun dan melaksanakan program dan kegiatan seksi ketentraman dan ketertiban umum.
- c) Menyelenggarakan pembinaan wawasan kebangsaan, serta perlindungan dan ketertiban masyarakat.

- d) Melaksanakan koordinasi dengan satuan kerja perangkat daerah yang tugas dan fungsinya dibidang penerapan dan penegakan peraturan perundang-undangan.
- e) Melaksanakan penyiapan bahan koordinasi dengan SKPD dan instansi lain (POLRI dan TNI) serta pemuka agama mengenai program dan kegiatan penyelenggaraan ketentraman dan ketertiban umum; Melaksanakan koordinasi dan pembinaan kegiatan sosial politik, ideologi negara kesatuan bangsa dan perlindungan masyarakat.
- f) Melaksanakan koordinasi dan pembinaan penanggulangan dan pencegahan bencana tingkat kecamatan.
- g) Melakukan kerjasama dengan seksi pelayanan umum dan seksi-seksi lainnya dalam pelaksanaan tugas yang berhubungan dengan pemberian rekomendasi dibidang perizinan.
- h) Menyelenggarakan fasilitasi pembinaan kerukunan antar umat beragama.
- i) Menyelenggarakan pelayanan kepada masyarakat dibidang ketentraman dan ketertiban umum.
- j) Menginventarisasi semua permasalahan yang berhubungan dengan bidang seksi ketentraman dan ketertiban serta menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah tersebut.
- k) Mengatur dan mendistribusikan pekerjaan kepada bawahan.
- l) Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan tugas bawahan.
- m) Memberikan saran, pendapat dan pertimbangan kepada atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

- n) Membuat laporan pelaksanaan tugas program dan kegiatan kepada atasan; dan
 - o) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan serta bidang tugas dan fungsinya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas.
- 8) Tugas KASI dan Seksi Kesejahteraan Sosial

Tugas pokok dari Seksi Kesejahteraan Sosial adalah:

- a) Membantu camat dalam membina, mengkoordinasikan dan melaksanakan tugas dibidang kesejahteraan sosial.
- b) Menyusun dan melaksanakan program dan kegiatan seksi kesejahteraan sosial.
- c) Melaksanakan pembinaan pendidikan, kesehatan, kebudayaan dan kesenian rakyat.
- d) Menyelenggarakan koordinasi pembinaan dan pengendalian keluarga berencana.
- e) Menyelenggarakan koordinasi pembinaan dan pengembangan pemberdayaan perempuan, pemuda, dan olahraga, perlindungan anak dan kehidupan beragama serta organisasi sosial kemasyarakatan lingkup tugasnya.
- f) Melaksanakan pembinaan dibidang sosial yang meliputi pengentasan kemiskinan, bantuan sosial serta bantuan korban bencana; Menyelenggarakan pembinaan peningkatan partisipasi dan gotong royong masyarakat.
- g) Melaksanakan pelayanan kepada masyarakat dibidang kesejahteraan sosial.

- h) Menginventarisasi semua permasalahan yang berhubungan dengan bidang tugas seksi kesejahteraan sosial dan menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah.
- i) Mengatur dan mendistribusikan kerjaan kepada bawahan.
- j) Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan tugas bawahan.
- k) Memberikan saran, pendapat dan pertimbangan kepada atasan sesuai dengan bidang tugasnya.
- l) Membuat laporan pelaksanaan tugas program dan kegiatan kepada atasan; dan
- m) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan serta bidang tugas dan fungsinya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas.

h. Program Inovasi Kecamatan Lubuk Dalam

1) Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN)

PATEN dirancang dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi peningkatan investasi, peningkatan akuntabilitas pelayanan publik serta tertib administrasi perlu dilakukan penyederhanaan penyelenggaraan pelayanan terpadu sesuai Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 138-270 Tahun 2010 tentang Petunjuk Pedoman Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN) melalui Peraturan Bupati Siak Nomor 42 Tahun 2011 tentang Pelimpahan Sebagian Kewenangan Bupati Kepada Camat Untuk Melaksanakan Urusan Pemerintah Daerah Dengan demikian diharapkan akan mempercepat pertumbuhan investasi dan pemberdayaan ekonomi rakyat, sehingga ekonomi masyarakat akan meningkat, sehingga Visi

Kabupaten Siak Insya Allah dapat terpenuhi. Visi PATEN yaitu :
“Terwujudnya Sistem Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan Yang Baik Dalam Rangka Optimalisasi Pelaksanaan Reformasi Birokrasi”.

Sedangkan Misi PATEN yaitu; Pertama, meningkatkan profesionalitas kinerja aparatur dalam penyelenggaraan PATEN. Kedua, Membangun kepercayaan masyarakat atas pelayanan yang baik sesuai peraturan yang berlaku. Ketiga, Mewujudkan perlindungan dan kepastian hukum bagi masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik di Kecamatan Lubuk Dalam. Misi ini sejalan dengan Motto PATEN yaitu; *“Profesional Jiwaku, Pelayanan Prima Tujuanku”*.

PATEN sangat potensial untuk membantu penyelenggaraan Pemerintah Kecamatan, potensi PATEN dapat berupa potensi internal dan eksternal dengan jangkauan potensi sebagai berikut:

a) Potensi Intrenal

Petugas penyelenggara PATEN terdiri dari ketua, sekretaris, petugas pelayanan, petugas informasi, petugas caraka dan petugas lapangan yang selalu menjalankan moto PATEN saat bekerja. PATEN Kecamatan Lubuk Dalam memiliki 3 (tiga) buah loket pelayanan yang dibagi menurut jenis pengurusan. Petugas penyelenggara PATEN terdiri dari ketua, sekretaris, petugas pelayanan, petugas informasi, petugas caraka dan petugas lapangan yang selalu menjalankan moto PATEN saat bekerja. PATEN Kecamatan Lubuk Dalam memiliki 3 (tiga) buah loket pelayanan yang dibagi menurut jenis pengurusan, ada 3 (tiga) jenis

pengurusan dokumen yang dapat dilakukan di PATEN Kecamatan Lubuk Dalam.

Memberikan kenyamanan kepada masyarakat ketika melakukan pengurusan, PATEN Kecamatan Lubuk Dalam telah dilengkapi berbagai fasilitas, diantaranya AC, televisi, kulkas kejujuran, ruang tunggu, sudut baca, pojok ASI serta taman bermain anak. Masyarakat juga dapat berpartisipasi dalam meningkatkan pelayanan dengan memberikan kritik dan saran melalui kotak saran.

b) Potensi Eksternal

Sebanyak 18.604 jiwa penduduk yang tersebar di tujuh Kampung dalam wilayah Kecamatan Lubuk Dalam yang memerlukan pelayanan baik bidang perizinan maupun bidang non perizinan dapat langsung melakukan pengurusannya di PATEN Kecamatan Lubuk Dalam, sehingga kedepannya tidak ada lagi masyarakat yang dirugikan karena mengurus di luar PATEN Kecamatan Lubuk Dalam. Dengan demikian Visi PATEN Kecamatan Lubuk Dalam dapat tercapai sesuai dengan apa yang telah diharapkan Pemerintah Kabupaten Siak. Setelah mengkaji potensi internal dan eksternal PATEN Kecamatan Lubuk Dalam, maka diselenggarakanlah PATEN di Kecamatan Lubuk Dalam yang dimulai tanggal 01 Februari 2012 melalui SK Camat Nomor 05 Tahun 2012.

2) Pelayanan Berbasis Digital (Langit)

Saat ini Indonesia sedang memasuki era revolusi industri 4.0., era di mana disrupsi teknologi digital semakin masif. Industri 4.0 atau revolusi industri keempat adalah istilah yang secara umum digunakan untuk tingkat perkembangan industri teknologi. Untuk tingkatan ini, berfokus pada teknologi-teknologi yang bersifat digital. Pada era ini, teknologi serta sistem digital seperti cloud computing, internet of things, dan artificial intelligent dimanfaatkan sebagai alat yang dapat membantu memudahkan aktivitas sehari-hari. Pada era ini, masyarakat menginginkan segala pengurusan dapat dilakukan dengan cepat, efektif, serta efisien. Itulah sebabnya pelaksana pelayanan publik juga dituntut untuk dapat memberikan pelayanan prima. Birokasi harus mempunyai jiwa melayani, menuju ke arah yang lebih fleksibel dan dialogis serta menuju cara-cara kerja yang lebih realistis pragmatis, hal ini sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.

Adapun beberapa manfaat untuk inovasi pelayanan publik digital di Kantor Kecamatan Lubuk Dalam antara lain, pertama, mudah dan merata. Pelayanan publik semakin mudah diakses dan dampaknya dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat yang lebih luas. Kedua, sesuai kebutuhan layanan, maksudnya inovasi yang dihasilkan mampu merespons sesuai dengan kondisi dan kebutuhan layanan. Ketiga, efektif, tepat guna, dan tepat sasaran. Keempat, efisien, cepat, berbiaya murah (*low cost*).

3) Satu Pelayanan Publik Bersama (SAYA PUBER)

Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga Negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik yaitu setiap institusi penyelenggara Negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik. Untuk mewujudkan pelayanan yang efektif dan efisien dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, serta proses pelayanan yang cepat dan mudah, pemerintah Kecamatan Lubuk Dalam mengadakan Pelayanan terpadu yang diberi nama Satu Pelayanan Publik Bersama (SAYA PUBER), Pelayanan Publik Bersama ini dilaksanakan di Kantor Camat Lubuk Dalam setiap hari Senin pada minggu pertama setiap bulannya dengan melibatkan Instansi Vertikal, UPTD, dan Lembaga-Lembaga yang berada di Kecamatan Lubuk Dalam

4) Tidak Senyum Dapat Minum “Gratis”

Sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Perundang-undangan tentang Pelayanan Publik sesuai visi Kabupaten Siak “ Sebagai Kabupaten Dengan Pelayanan Publik Terbaik Di Provinsi Riau Tahun 2016”, Camat Lubuk Dalam beserta jajarannya membuat suatu kebijakan inovatif dengan slogan “ Tidak Senyum dapat Minum”. Kebijakan “*Tidak Senyum Dapat Minum*” merupakan salah satu upaya

yang dilakukan pada Pelayanan PATEN Kecamatan Lubuk Dalam yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat yang selama ini dirasa pelayanan yang diberikan masih kurang memuaskan. Kebijakan ini dimulai sejak tanggal 04 Januari 2015 dan dilakukan evaluasi setiap triwulan, dimana setiap masyarakat yang menerima pelayanan akan diberikan questioner terhadap kepuasan pelayanan dan jawaban langsung diserahkan ke petugas piket/ jaga PATEN Kecamatan Lubuk Dalam atau masyarakat dapat melaporkan ketidakpuasan pelayanan petugas PATEN Kecamatan Lubuk Dalam ke layanan pengaduan di contact person "085246530100". Tindak lanjut dari laporan masyarakat tersebut akan direspon langsung oleh petugas layanan pengaduan dengan menghubungi atau menemui masyarakat yang melapor dengan menunjukkan petugas yang tidak memberikan pelayanan dengan maksimal (senyum dalam melayani) dan mempersilahkan masyarakat tersebut untuk mengambil satu minuman secara gratis yang ada di kulkas ruangan PATEN Kantor Kecamatan Lubuk Dalam. Terhadap petugas yang lalai dalam melayani, sesuai prosedur akan dikenakan punishmen/ sanksi serta diadakan evaluasi dan perbaikan pelayanan atas complain masyarakat tersebut.

Demi terlaksananya kebijakan "*Tidak Senyum Dapat Minum*" Camat selaku penanggung jawab PATEN membuat maklumat pelayanan yaitu suatu kesanggupan untuk menyelenggarakan pelayanan secara maksimal dengan 3S "Sapa, Senyum, Santun" dan apabila tidak menepati akan diberikan sanksi/punishmen. Hasil dari

penerapan kebijakan "*Tidak Senyum Dapat Minum*" memberikan dampak yang positif dengan naiknya kepuasan masyarakat atas pelayanan PATEN Kecamatan Lubuk Dalam secara signifikan berdasarkan dari kuisioner dan peningkatan Indeks Kepuasan Masyarakat.

5) PATEN Drive Thru

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, petugas PATEN Lubuk Dalam juga menciptakan inovasi lainnya, yaitu PATEN Drive Thru. Layanan *PATEN Drive Thru* menjadi salah satu solusi disaat pandemic Covid-19. Dengan adanya layanan *PATEN drive-thru* ini, masyarakat tidak perlu turun dari kendaraan dan memasuki ruangan PATEN untuk melakukan pengurusan berkas, masyarakat cukup memberikan persyaratan administrasi kepada petugas di loket *PATEN drive-thru* dari mobil atau motor dan menunggu berkas tersebut selesai di dalam kendaraan.

Lokasi *PATEN drive-thru* ini tepat berada di samping ruang PATEN Kantor Camat Lubuk Dalam. Jalur pelayanan *PATEN drive-thru* ini dimulai dari pintu gerbang masuk Kantor Camat melewati tempat parkir kendaraan selanjutnya menuju loket *PATEN drive-thru* yang tepat berada di samping ruang PATEN. Dengan adanya layanan *PATEN drive-thru* ini diharapkan dapat mempermudah akses jangkauan administrasi masyarakat dengan mudah dan cepat.

6) Kulkas Kejujuran

Ruangan PATEN menyediakan kulkas yang berisi berbagai macam minuman dingin yang dijual dengan harga yang bersahabat.

Setiap masyarakat yang mengurus berkas di ruangan PATEN dapat membeli minum di kulkas kejujuran. Dinamakan kulkas kejujuran karena setiap masyarakat yang akan membeli minum dikulkas dapat mengambil minum sendiri dan meletakkan uang pembayaran minuman pada tempat yang telah disediakan diatas kulkas. Jika uang yang dibayarkan berlebih maka masyarakat dapat mengambil sendiri kembalian uang tersebut. Maksud dari kulkas kejujuran ini adalah agar masyarakat dapat belajar dan menanamkan nilai-nilai kejujuran pada diri masing-masing walaupun tidak ada petugas yang mengawasi.

7) Lubuk Dalam Hijau

Usaha menciptakan lingkungan hijau kini bukan lagi menjadi sesuatu yang “baik” untuk dilakukan, melainkan sesuatu yang “harus” dilakukan, karena jika pemanasan global terus terjadi, bumi dimana kita memperoleh kehidupan ini akan semakin rusak dan kita akan semakin kesulitan untuk bertahan hidup. Salah satu kegiatan yang dapat menciptakan lingkungan hijau yaitu melalui gerakan menanam pohon.

Gerakan menanam pohon dapat menjadi sarana rehabilitasi lahan dan perbaikan kualitas lingkungan hidup menuju lingkungan hijau dalam rangka mengurangi emisi gas karbon dioksida dan efek rumah kaca sebagai salah satu penyebab pemanasan global. Selain untuk penghijauan, gerakan menanam pohon juga bisa membantu pemberdayaan ekonomi rakyat sehingga dapat menambah penghasilan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, dalam rangka menumbuhkan semangat usaha ekonomi bagi masyarakat Kecamatan

Lubuk Dalam, maka perlu gerakan menanam pohon yang diselenggarakan oleh semua unsur masyarakat Kecamatan Lubuk Dalam. Gerakan Lubuk Dalam Hijau mulai dilakukan dengan gerakan inovasi sebagai berikut: Kebun Bibit Desa (KBD), Gerakan Menanam Merica (GEMARICA), Lubuk Dalam Serba Sawit, Pemanfaatan Lidi Kelapa Sawit, Pemanfaatan Pelepah dan Cangkang Sawit, hingga Pemanfaatan Daun Kelapa Sawit yang semua dari Kelapa Sawit dapat diolah dan bernilai ekonomis untuk menambah pendapatan serta menekan pengeluaran masyarakat.

8) Komunitas Pengusaha dan Industri Lubuk Dalam dalam Whatsapp “KOPI LAWAS”

KOPI LAWAS (Komunitas Pengusaha dan Industri Lubuk Dalam Dalam What’sApp) merupakan grup yang terdiri dari Pemerintah Kecamatan Lubuk Dalam yang diwakili oleh Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Kampung (PMK), Pendamping Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kecamatan Lubuk Dalam dan para pengusaha dan industri UMKM yang ada di Kecamatan Lubuk Dalam.

Grup ini bertujuan untuk memfasilitasi dan mengkoordinasikan hal-hal penting untuk kemajuan UMKM kepada para pelaku UMKM diantaranya penyampaian informasi izin PIRT, label halal, pendataan UMKM, pelatihan-pelatihan, pengemasan dan pemasaran produk, serta informasi-informasi lainnya sehingga dapat mempermudah dalam upaya peningkatan dan memajukan perekonomian masyarakat di Lubuk Dalam. Kemudian pada tanggal 27 Februari 2023, Pemerintah Kecamatan Lubuk Dalam dan Petugas Penyuluh Koperasi, Usaha

Mikro, Kecil, dan Menengah (PPKUMKM) Kecamatan Lubuk Dalam berupaya membuat tautan <http://forms.gle/zz19x2vtkvYHt6h67> yang berguna untuk mempermudah dalam memfasilitasi pelaku UMKM terkait pendataan, pendaftaran izin NIB, SPP-IRT, sertifikat halal, dan sebagainya. Dengan adanya grup What'sApp berharap agar para pelaku UMKM yang ada di wilayah Kecamatan Lubuk Dalam mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam melakukan usahanya.

9) Kelompok Perempuan Peduli Sampah (PUAN LISA)

Pencanangan Kelompok Perempuan Peduli Sampah (PUAN LISA) di Kecamatan Lubuk Dalam menjadi sebuah gerakan penjagaan kelestarian lingkungan melalui kepedulian terhadap sampah. Mendorong untuk tidak membuang sampah sembarangan, masyarakat juga diajak memanfaatkan sampah. Serangkaian kegiatan dilakukan guna menegaskan Kelompok Perempuan Peduli Sampah (PUAN LISA) mulai dari bersih sampah dan pelatihan pengelolaan sampah.

Kelompok Perempuan Peduli Sampah (PUAN LISA) di Kecamatan Lubuk Dalam sudah dibentuk mulai bulan Juni tahun 2018, ini dilakukan agar masyarakat terutama kaum perempuan dapat mengelola sampah secara komprehensif dan terpadu dari hulu ke hilir agar memberikan manfaat secara ekonomi sehat bagi masyarakat dan aman bagi lingkungan serta dapat mengubah perilaku masyarakat. Jika kita membuang sampah pada tempatnya, proses daur ulang sampah bisa dilakukan dengan maksimal. Sampah basah atau organik bisa diolah menjadi pupuk kompos. Pemanfaatan sampah menjadi kompos akan bisa menghemat banyak sumber daya. Sumber daya

yang selama ini hanya digunakan untuk membuat lingkungan bersih. Sudah saatnya sumber daya itu dirubah sehingga menghasilkan nilai tambah. Sampah ketika berubah menjadi kompos akan memiliki nilai tambah. Jauh lebih berharga daripada sampah berubah menjadi abu yang tidak ada nilainya. Tentu saja ketika sampah menjadi pupuk kompos akan kembali ke alam dan tidak ada penumpukan juga pembusukan yang membuat tempat sampah menjadi bau. Sampah kaca, plastik, kertas, logam, tekstil, dan barang elektronik bisa didaur ulang. Daur ulang adalah proses untuk menjadikan suatu bahan bekas menjadi bahan baru dengan tujuan mencegah adanya sampah yang sebenarnya dapat menjadi sesuatu yang berguna, mengurangi penggunaan bahan baku yang baru, mengurangi penggunaan energi, mengurangi polusi, kerusakan lahan, dan emisi gas rumah kaca jika dibandingkan dengan proses pembuatan barang baru, sehingga dapat bernilai ekonomi bagi masyarakat.

10) Mata Elang

Mata Elang adalah salah satu inovasi yang dibuat untuk memantau dan menindaklanjuti setiap laporan keamanan dan ketertiban dari masyarakat yang ada di wilayah Kecamatan Lubuk Dalam secara langsung, cepat dan tepat. Inovasi Mata Elang ini dibuat berdasarkan Surat Keputusan Camat Lubuk Dalam Nomor 22.b/KPTS/2019 tanggal 15 Februari 2019 tentang Pembentukan Tim Mata Elang Terhadap Pemantauan Efisiensi Keamanan dan Ketertiban Langsung di Wilayah Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak

Pada era bisnis modern, digitalisasi digunakan sebagai media pemasaran yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru bagi perusahaan ataupun pelaku usaha mikro kecil untuk meningkatkan visibilitas, mencapai pasar yang lebih luas, dan memperkuat keberlanjutan operasional mereka. Salah satu dampak utama dari digitalisasi pemasaran terhadap pertumbuhan berkelanjutan adalah peningkatan aksesibilitas pasar. Melalui platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi seluler, perusahaan dapat dengan mudah terhubung dengan konsumen di berbagai geografi, mengatasi batasan fisik dan geografis yang mungkin ditemui dalam pemasaran tradisional. (Suhendar et al., 2024, p. 277)

Pola adaptasi pelaku Usaha Mikro Keci yang selanjutnya disebut pelaku UMK sangat dibutuhkan melihat dengan perkembangan zaman yang cepat beradaptasi dengan pertumbuhan teknologi yang begitu cepat, pola adaptasi menggunakan digitalisasi sangat penting untuk UMK lakukan agar bisa dengan mudah memasarkan produk serta menjangkau pasar dengan cepat.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Sekretaris Camat, Penghulu Kampung Lubuk Dalam, Sialang Palas, Sri Gading dan 3 perwakilan pelaku UMK dari Kampung Lubuk Dalam, Sialang Palas dan Sri Gading. Peneliti memperoleh hasil dari proses identifikasi yang telah peneliti lakukan di lapangan bahwa para pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam melakukan pola

adaptasi berupa penggunaan teknologi digitalisasi sebagai pola pemberdayaan UMK berbasis potensi lokal untuk memasarkan produk dari unit usahanya dengan bantuan Analisis SWOT sebagai bentuk proses mengidentifikasi pembahasan yang strategis berdasarkan hasil pengamatan, wawancara dan dokumentasi yang telah dilakukan peneliti, yaitu:

1. Kekuatan (*Strengths*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak

Pelaku UMK di Kecamatan Lubuk Dalam secara disadari memiliki banyak potensi untuk dikembangkan. Kesadaran akan potensi masyarakat menjadi kunci masyarakat bisa berdaya, apalagi para pelaku UMK saat ini dituntut untuk terus berinovasi dan menggunakan teknologi berbasis digitalisasi sebagai bentuk untuk memasarkan produknya dengan cara yang menarik agar disukai pasar.

Kekuatan merupakan sesuatu yang datang dari dalam diri masyarakat tersebut, hal ini berdasarkan kekuatan potensi, keahlian atau *skill*, inovasi dan kreatifitas yang ditunjukkan oleh para Pelaku UMK dalam menjalankan unit usahanya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Puji Suryani yang merupakan pelaku UMK bergerak pada unit usaha kue di Kampung Sri Gading Kecamatan Lubuk Dalam, beliau mengatakan kekuatan usahanya yaitu:

Saat ini saya menjalankan usaha kuliner kue basah dan kering dengan nama usaha yaitu Dapoer Zhafran, usaha saya sudah jalan kurang lebih 4 s/d 5 tahun, cuma kalau di Lubuk Dalam sini baru berjalan 2 tahun dan sebelumnya saya menjalanakan usaha di Perawang. Kalau untuk pemasaran semua untuk toko oleh-oleh pekanbaru sudah lumayan menyebar, kalau untuk sekabupaten Siak untuk mini market kami titipkan, tapi untuk sementara 6 bulan ini kami stop karena kami ingin mengejar ke BPOM, bika ambon itu di *frozen* biar tahan 1 tahun, karena kalau siap sajikan hanya tahan 5 hari dan masok nya itu kan hanya

sedikit-sedikit jadi kami biar banyak masoknya kami BPOM kan, dan diluar Siak kami sudah memasarkan di Pekanbaru dan Pakning, dan Nama *sosmed* kami Dapoer zhafran dan ig kami *pujisuryani99*. Cuma kalau di luar Riau kita *reseller* ada juga di Jawa. Nah melalui media sosial ini juga berdampak besar pada permintaan konsumen terhadap barang yang kami tawarkan dari pada menawarkan atau memasarkan dari mulut ke mulut, sekarang orang rata-rata pakai Facebook dan tik-tok sehingga ini memudahkan kami dalam memasarkan produk kami. (Suryani, 27 Mei 2024)

Ari Lestari Pelaku UMK Rumah Jae-Que Kampung Lubuk Dalam

Kecamatan Dalam juga menyatakan:

Untuk usaha saat ini yang sedang dijalankan yaitu usaha herbal instan kekinian berbasis serbuk dengan nama usaha jae-que, ada minumannya itu ada jahe pinang, kunyit asem, kemudian beras kencur dan lain-lain, intinya mengolah rempah menjadi minuman siap saji, kemudian berapa lama dilakukan, dimulai dari tahun 2021 hingga saat ini. Kekuatan usaha kita, pertama produk kami tidak menggunakan pengawet dan tahan lama, kemudian kami memberdayakan masyarakat sekitar untuk pemenuhan bahan baku, sehinggalah bahan baku itu masih segar, kemudian kami dalam produksi sudah menggunakan mesin, kemudian untuk media sosial kami sudah menggunakan FB, FB nya "Rumah Produksi Jae-que" kemudian Ig nya "Rumah Jaheku", kemudian pangsa pasar melalui media sosial, sejauh ini pesanan yang paling jauh itu dari Kalimantan, kemudian Jawa Barat dan Sumatera Utara diluar dari daerah Riau, dan untuk luar negeri ada yang order dari Arab. (Lestari, 27 Mei 2024)

Pernyataan serupa juga dikatakan oleh Ranto Pelaku UMK Keripik

Tempe Sumber Rejeki Kampung Sialang Palas Kecamatan Lubuk Dalam:

Usaha sekarang saya jalankan mulai dari tahun 2017 sampai tahun 2024 inilah sekarang berarti kurang lebih sudah 7 tahun yaitu Keripik Tempe kami tahan lama . Untuk akun usaha saya yaitu yang pertama kita titik di toko-toko contohnya di toko-toko seluruh kabupaten siak lah kalau untuk sosial media kita pasarkan melalui facebook itu langsung menjadi satu sama instagram baik tentunya ada enggak efek dari facebook dan instagram, alhamdulillah pokoknya semenjak pakai apa itu ya meningkat lumayan bagus lah untuk pemasaran sudah menjangkau di daerah mana saja pokoknya sudah menjangkau di kabupaten Siak dan Pelalawan. (Ranto, 15 Mei 2024)

Selain dari pernyataan dari Pelaku UMK di atas, beberapa

Penghulu Kampung yaitu Kampung Sri Gading, Kampung Lubuk Dalam dan

Kampung Sialang Palas, serta dari Sekretaris Camat juga memberikan penguatan terhadap pernyataan di atas yang dimulai dari pernyataan Sujarwo sebagai Penghulu Kampung Sri Gading yang memberikan pernyataan dengan mengatakan bahwa pelaku UMK memiliki kekuatan sebagai berikut:

Alhamdulillah untuk UMK Kampung Serigading, ya ada yang maju ada yang apa ya biasalah seperti biasa karena kadang-kadang ada yang ketengah kokoh, ada juga yang sudah sampai luar produknya seperti Mbak Puji itu kan sudah ke Pekanbaru memasarkan produknya, sudah siap sebagian ada juga yang memang kendalanya mungkin masalah apa masalah tempatnya, pembungkusnya, memang perlu penataan lebih apalagi ke depan gitu. Sesuai dengan acuan dari Pemda kan kita anggarkan, Kita ada bantuan juga untuk UMKM 10 orang setiap tahunnya, tentu sudah ada penopang kekuatannya ya. (Sujarwo, 27 Mei 2024)

A. Golkar sebagai Penghulu Kampung Lubuk Dalam juga mengatakan bahwa:

UMK belakang ini memang Usaha Mikro kecil di Kampung Lubuk Dalam Memang banyak berkembang terlihat kemudian banyak tumbuh usaha baru atau usaha kecil. Apalagi kita selalu sering melakukan Penyuluhan terkait usaha mikro ini. Kemudian ada terkait juga program Bapak Bupati tentang adanya dampingan kepada 10 Pelaku UMK Kampung yang sudah berjalan, Dari Kurang mampu yang perlu didampingi. Akan tetapi kita memajukan data kemarin ada sejumlah 20 UMK juga. Selain dari Pemda bantuan dari kampung dampingan dari kami Juga ada secara mandiri Juga, ada support dari perusahaan Untuk menggerakkan UMK di Kampung Lubuk Dalam Juga, kemarin ada juga dari Badan POM Ada 2 Pelaku UMK yang di support. UMK di kampung Lubuk Dalam ada yang bergerak ada usaha kecil yang bergerak siap saji, kemudian yang retail juga, ada 16 usaha yang kita dampingi sampai mendapat Mendapatkan sertifikat layak dan halal. Kkuatannya terletak pada pendampingan, kemudian Yang terkait unggul memang? Ya, terkait unggul ya. Kekuatan ekonomi mungkin yang, apa ya, mungkin, kalau untuk ekonomi belum terlalu ini lah. Belum terlalu kuat ya? Belum terlalu kuat untuk unggul. Tapi ada beberapa memang, contohnya saja jualan goreng dari non, tapi mereka gagal. Tapi sekarang udah punya mobil, punya rumah sendiri kan. Berarti kan mereka sudah ada ini ya, kekuatannya bagus. Kekuatan. Kekuatan. Kemudian ada ini apa? Langgan ya? Langgan. Langgan. Ya, ada pelanggan, kemudian ya inovasi, kemudian tadi kreativitas mereka jualan dengan usahanya tetap terus

dikembangkannya kan terus. Ya, sesuai dengan kemauan mereka.
(Golkar, 27 Mei 2024)

Pernyataan serupa juga dikatakan oleh Suwarso Widodo sebagai

Penghulu Kampung Sialang Palas dengan mengatakan bahwa :

Memang untuk saat ini ada yang sudah dan ada yang belum, sejauh pengamatan saya 80% mereka sudah memasarkan berbasis digital dan ada beberapa UMK yang langsung kerjasama dengan minimarket seperti indomaret dan alfamat ini juga sudah ada, jadi UMK ini cukup aktif dalam memasarkan produknya. Kalau kami dari pemerintah, UMK ini menjadi perhatian kami pada dasarnya kami support, ada beberapa UMK yang kami bantu baik berupa alat ataupun lainnya. Kami memang mempunyai program dan masuk ke RPJM kami, kami punya rencana membuka taman lapangan hijau dan disitulah para UMK tersebut kami kembangkan secara pengelolaan ada kiosnya dan ada event tertentu di taman lapangan tersebut. UMK ini harus berjalan dengan baik dan support dari semua leader, kami akan berusaha untuk menguatkan ekonomi dan juga tidak berharap pada satu pemasukan ekonomi saja seperti sawit, jadi kami akan terus dorong melakukan penguatan ekonomi masyarakat agar mandiri, jadi dengan penguatan UMK inilah agar perekonomian masyarakat Sialang Palas dapat stabil. (Widodo, 15 Mei 2024)

Kemudian Sekretaris Camat memberikan pernyataannya bahwa

Pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam :

Terimakasih atas kunjungan dari Pak Dewan, berkenaan dengan UMKM ataupun UMK di Kecamatan Lubuk Dalam ini, alhamdulillah dalam beberapa waktu terakhir ini sangat pesat perkembangannya terutama pada ranah home industri, makanan dan produk olahan itu sangat banyak di rawang kao kemudian kita dari PKK ada menyelenggarakan P2K itu terkait pembinaan dan pemberdayaan UMK di sektor PKK nya, kemarinpun sudah melakukan penilaian, jadi berjalan juga dengan slogan kabupaten siak, Petama, kami juga ada kelemahan di sisi NIB (Nomor Induk Berusaha) masih ada dari UMK kita yang belum mendaftarkan usahanya, kedua terkait marketing atau pemasaran kami dari pemerintah memang belum masuk kepada platform digital marketing yang kami lakukan kepada UMK karena banyak usaha dari para pelaku UMK yang butuh support terkait pemasaran produk melalui *platform digital*, namun beberapa UMK ada yang secara mandiri menggunakan platform tersebut. Kami dari Pemerintah Kecamatan juga beberapa kali melakukan expo untuk membantu produk-produk UMK di pasarkan atau diperkenalkan , terus setelah dari situ beberapa produk UMK tidak ada perkembangan namun saya menilai produk yang di buat oleh UMK

tersebut sudah menarik dan untuk rasa yaa bisa bersaing. Mulai dari produk tradisional dan lainnya, saya juga lagi memikirkan platform apa yang baik untuk membantu membumikan produk UMK masyarakat agar tidak hanya di pasarkan di Lubuk Dalam saja namun juga keluar daerah, dan itu menjadi kelemahan kami di pemerintah namun untuk produktifitas produk UMK itu sangat produktif dan artinya disukai oleh pasar. Sembari jawaban tadi, beberapa UMK belum melek ataupun beradaptasi dengan digital marketing dan beberapa UMK dalam memasarkan produknya hanya dari mulut ke mulut saja dan sejauh yang kita jangkau di *market place* sepengetahuan saya belum banyak pelaku UMK yang memasarkan produknya melalui *market place* atau platform lainnya. Kekuatan ekonomi di bidang keterampilannya, namun hanya saja kurang modal, Pak Bupati juga mendorong 80 UMK disetiap kecamatan untuk mendapatkan modal dari perbankan dan minim 10 UMK di setiap kampung, namun angka itu bisa saja bertambah untuk *mensupport* para pelaku UMK. (Zulfadli, 27 Mei 2024)

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, peneliti mengamati dari indikator Kekuatan (*Strength*) dari Pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak adalah dari segi kekuatan potensi pelaku usaha yang memanfaatkan keahliannya sebagai modal kekuatan untuk menjalankan usahanya. Dari 3 Pelaku UMK yang peneliti wawancarai semuanya memiliki potensi dan kekuatan masing-masing dari unit usaha yang dijalankan tentu ini menjadi modal bagi para Pelaku UMK untuk mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan potensi ataupun keahlian yang dijadikan sebagai dasar kekuatan dalam menjalankan usahanya.

Hasil wawancara di atas, dijelaskan oleh para informan yang sudah peneliti wawancarai bahwa Kekuatan (*Strengths*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi indikator dari Kekuatan (*Strengths*) Pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak dari proses pengindetifikasian sebagai berikut:

- a. Ada Produk Bika Ambon Frozen dari Dapoer Zhafran

- b. Produk Dapoer Zhafran sudah ada di berbagai minimarket Siak dan Pekanbaru
- c. Memiliki *reseller*
- d. Produk Jae-Que tidak menggunakan pengawet
- e. Memberdayakan masyarakat untuk kerjasama pemenuhan kebutuhan jahe
- f. Produksi Jae-Que menggunakan mesin
- g. Keripik Tempe Sumber Rejeki tahan lama
- h. Adanya penyuluhan terhadap UMK dari Pemerintah
- i. Adanya Inovasi dan Kreatifitas dari Pelaku usaha

2. Kelemahan (*Weaknesses*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak

Menganalisis konteks analisis SWOT melalui pengidentifikasian indikator yang kedua yaitu; *weaknesses* atau kelemahan merujuk pada faktor-faktor internal dari suatu organisasi atau entitas yang dapat menghambat pencapaian tujuan atau mempengaruhi kinerja secara negatif. Kelemahan ini sering kali berada di dalam kendali organisasi dan bisa berasal dari berbagai aspek seperti:

- a. Keterbatasan sumber daya: misalnya, kurangnya modal, teknologi yang ketinggalan, atau infrastruktur yang tidak memadai.
- b. Kekurangan keterampilan atau kompetensi: seperti kekurangan keterampilan karyawan, manajemen yang tidak efektif, atau kurangnya pengalaman dalam industri tertentu.

- c. Ketergantungan pada pihak tertentu: misalnya, ketergantungan pada satu atau beberapa pelanggan utama, pemasok tertentu, atau teknologi yang khusus.
- d. Sistem operasional yang tidak efisien: contohnya, proses produksi yang lambat, birokrasi yang berlebihan, atau kurangnya integrasi sistem internal.
- e. Kurangnya Inovasi: ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar atau untuk menghasilkan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kelemahan ini penting untuk diidentifikasi dalam analisis SWOT karena memahami dan mengatasi kelemahan-kelemahan ini dapat membantu organisasi untuk meningkatkan kinerja, mengurangi risiko, dan memanfaatkan peluang yang ada dengan lebih efektif. Identifikasi kelemahan harus dilakukan secara jujur dan objektif agar strategi yang tepat dapat dikembangkan untuk mengatasinya.

Hasi wawancara dengan Puji Suryani sebagai Pelaku UMK Dapoer Zhafran di Kampung Sri Gading Kecamatan Lubuk Dalam, beliau mengatakan kelemahan usahanya yaitu:

Kelemahannya yaa bahan baku semakin lama semakin naik sementara konsumen minta harganya murah, jadi kami mikir gimana menyeimbangkan pasaran yang disini, makanya kadang kalau kami kurangi hanya jumlah telur tapi tidak merubah harga dan rasa. Cuma kalau masuk di Kota Pekanbaru di toko oleh-oleh gak masalah, kelemahan ini untuk market kita di pasar yang ada di lubuk dalam ini. (Suryani, 27 Mei 2024)

Sementara itu Ari Lestar sebagai Pelaku UMK Jae-Que di Kampung Lubuk Dalam, beliau mengatakan bahwa kelemahan usahanya:

Kelemahan dari segi kemasan, kita dari daerah Riau ini masih terbatas toko kemasan, karena tempatnya masih terbatas

sehingga harganya pun tinggi, kemudian bahan baku masih kurang karena seharusnya produksi lebih besar karena kekurangan bahan baku sehingga tidak bisa mengakomodir semua permintaan pasar, sehingga mau tidak mau untuk memenuhi permintaan kita juga ngambil dari luar juga terutama dari pasar-pasar tradisional sebagai solusinya, kemudian kelemahan kita melalui *market place shopee* dan lainnya kita belum optimal dan lagi mandek karena kita kurang SDM yang harus fokus disitu dan kita belum memadai. (Lestari, 27 Mei 2024)

Pernyataan lainnya datang dari Ranto sebagai Pelaku UMK Keripik Tempe Sumber Rejeki di Kampung Sialang Palas mengatakan bahwa kelemahan usahanya:

Pokoknya kalau masalah kelemahan ini saat itu bukan masalah terkendala pemasaran yang saya rasakan sekarang ini yang serius saya rasakan itu terkendala di modal selain itu kalau selain itu tidak ada memang modal. (Ranto, 15 Mei 2024).

Para *stakeholder* mulai dari Pemerintah Kampung hingga Pemerintah Kecamatan Lubuk Dalam juga menanggapi adanya kelemahan yang dimiliki oleh para Pelaku UMK di Kecamatan Lubuk Dalam, Pernyataan dari Sujarwo sebagai Penghulu Kampung Sri Gading memberikan pernyataannya terkait kelemahan yang dimiliki oleh Pelaku UMK di wilayahnya yaitu:

Ya itu tadi mungkin pertama masalah teknologi kurang, kemudian ya secara umum sebetulnya dapat bantuan cuma ya masih minim terbatas untuk bantuan modalnya. (Sujarwo, 27 Mei 2024)

Pernyataan berikutnya hadir dari A.Golkar sebagai Penghulu Kampung Lubuk Dalam yang mengatakan bawa kelemahan para Pelaku UMK di wilayahnya yaitu:

Sejauh ini kan, kelemahan yang kita lihat kan, mereka ini ya, tidak gigih apa ya? Kalau modal memang sebetulnya kalau sudah berjalan, modal dari mana aja, kita pun bisa bantu. Tapi saat ini berjalan dulu, buktikan bahwa mereka itu bisa maju. Salah satu jae-que kan kami yang ini, yang agak ramah, tapi mereka harus ini.harus telaten atau gigih kan, tidak gampang menyerah dengan

usahanya. Kan buat saingan pasti harus banyak, saingan berbedabeda. Tapi kita harus inovasi usahanya, biar berbentuk cuma apa ya, mie mungkin, nasi goreng kan. Bukan dimodifikasi dengan nama, dengan rasa mungkin. Giat untuk usahanya. Kreativitas. Ya, kreativitas inovasi dengan usahanya. Itu pasti cepat *booming* dan kurang lebih. Pasti bisa bersaing. Kita kan pelaku UMK lubuk dalam ini memang unggulnya memang, karena berada di dua pasar. Pusat kota ya. Pusat kota, dua pasar kan, tapi bersaingnya memang harus kuat, tapi mereka dengan teknologi tadi, tetap unggul. Saat ini saya bilang yang kuat di teknologi pengembangannya. (Golkar, 27 Mei 2024)

Suwarso Widodo sebagai Penghulu Kampung Sialang Palas juga memberikan tanggapan dengan mengatakan kelemahan Pelaku UMK di wilayahnya yaitu:

Kelemahannya pertama kurangnya pengetahuan, kedua dari segi modal, ketiga, pemasaran itu sendiri yang tidak kala pentingnya dan itulah yang dikeluhkan terhadap kami. (Widodo, 15 Mei 2024)

Berdasarkan 3 pernyataan yang disampaikan oleh para Penghulu Kampung, Sekretaris Camat Kecamatan Lubuk Dalam juga merespon beberapa kelemahan yang dimiliki oleh para Pelaku UMK di Kecamatan Lubuk Dalam yaitu:

Kelemahan mungkin bahan baku, kemudian masalah pembiayaan atau permodalan untuk bisa ekspansi. (Zulfadli, 27 Mei 2024)

Berdasarkan proses pengidentifikasian Kelemahan (*Weakness*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak, peneliti memperoleh kesimpulan dari kelemahan yang dimiliki oleh para Pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam melalui turunan indikator berikut:

- a. Bahan baku untuk pembuatan kue semakin naik
- b. Kelemahan dalam pemasaran produk
- c. Kemasan Jae-Que terbatas

- d. Bahan baku jahe kurang dan terbatas
- e. Tidakn menguasai *market place shopee*
- f. Sumber Daya Manusia atau pekerja kurang
- g. Pemanfaatan teknologi tidak optimal
- h. Kurang/tidak adanya tambahan modal usaha
- i. Kurangnya pengetahuan berwirausaha

3. Peluang (*Opportunities*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak

Opportunities atau peluang merujuk pada kondisi atau situasi di lingkungan eksternal suatu organisasi yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan atau keberhasilan. Peluang-peluang ini muncul dari berbagai faktor di luar kendali organisasi dan bisa mencakup:

- a. Perubahan dalam pasar: misalnya, peningkatan permintaan untuk produk atau layanan tertentu, pergeseran preferensi konsumen, atau kebutuhan baru di pasar.
- b. Perkembangan teknologi: Seperti kemajuan teknologi yang memungkinkan inovasi baru, efisiensi operasional yang lebih tinggi, atau pembukaan pasar baru.
- c. Perubahan regulasi atau kebijakan: misalnya, deregulasi yang membuka pasar yang sebelumnya terbatas, insentif pajak untuk industri tertentu, atau perubahan kebijakan pemerintah yang menguntungkan.
- d. Perubahan sosial atau demografis: seperti perubahan dalam preferensi atau perilaku konsumen, pertumbuhan populasi, atau tren sosial yang mendukung produk atau layanan tertentu.

- e. Perubahan kompetisi atau pasar: misalnya, keluarnya pesaing utama dari pasar, konsolidasi industri yang menciptakan kesempatan baru, atau celah pasar yang belum dimanfaatkan.

Identifikasi dan evaluasi peluang-peluang ini penting dalam analisis SWOT karena membantu organisasi untuk mengidentifikasi arah strategis yang potensial, mengembangkan inisiatif baru, atau memperluas keberadaannya dengan cara yang menguntungkan. Memanfaatkan peluang yang tepat dapat membantu organisasi untuk tumbuh dan bersaing lebih baik di pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Puji Suryani sebagai Pelaku UMK Dapoer Zhafran Kampung Sri Gading memberikan pernyataan terhadap seberapa besar peluang usahanya untuk berkembang:

Yaa lumayan besar, soalnya disini kue kan pada butuh untuk sehari-hari dan untuk sarapan juga, dan kita juga ada produk baru yaitu nugget putih telur, jadi kalau bika ambon itu kuning telurnya aja jadi dari pada sisa kita buatlah produk baru yaitu olahan nugget putih telur dan kemudian pihak BPOM nya yang bingung, karena kan biasanya nugget itu kan dari daging nah ini dari putih telur. Jadi ini produk baru kami. (Suryani, 27 Mei 2024)

Hal senada juga diutarakan oleh Ari Lestari sebagai Pelaku UMK Rumah Jae-Que Kampung Lubuk Dalam dengan peluang usahanya sebagai berikut:

Kan ini terkait dengan produk kesehatan jadi prospeknya masih ada, walaupun kita berdiri ini awal mulanya karena *covid* karena melihat respon konsumen dan ada harapan untuk berkembang dan bisa menjangkau lebih luas pasar lagi. (Lestari, 27 Mei 2024)

Ranto sebagai Pelaku UMK Keripik Tempe Sumber Rejeki juga memberikan pernyataan yang optimis terhadap peluang usahanya dengan mengatakan:

Peluangnya itu bisa besar ataupun kecil sebetulnya peluangnya itu sangat besar tapi ya itu peluang sangat besar namun membutuhkan banyak modal yang tidak ada, kita tidak bisa menjangkau peluang yang besar tawaran dari apa itu di toko oleh-oleh pekan baru banyak tawaran untuk menjangkau kemudahan kesana itu sehingga peluangnya menipis. Namun kami tetap optimis dan peluang usaha untuk berkembang sangat terbuka lebar. (Ranto, 15 Mei 2024)

Adanya peluang usaha yang berdasarkan keuletan yang dilakukan oleh para Pelaku UMK di Kecamatan Lubuk Dalam. Oleh sebab itu Penghulu Kampung Sri Gading, Kampung Lubuk Dalam dan Kampung Sialang Palas serta di kuat oleh Sekretaris Camat Kecamatan Lubuk Dalam memberikan tanggapannya terkait peluang usaha untuk berkembang tersebut.

Sujarwo sebagai Penghulu Kampung Sri Gading meberikan pernyataan terkait peluang yang dimikiki oleh para Pelalku UMK di wilayahnya dengan mengatakan bahwa:

Sangat sangat ada peluangnya dan perlu menggunakan tekonologi digital sebagai adaptasi percepatan perkembangan usahanya melalui sosial media, dan *market place* lainnya yang menggunkana tekonologi. (Sujarwo, 27 Mei 2024)

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh A.Golkar sebagai Penghulu Kampung Lubuk Dalam dengan mengatakan bahwa:

Peluangnya ada. Besar ya? Besar. Apalagi kalau beradaptasi menggunakan digital ya. Yang rajin, yang memanfaatkan digital nampaknya lebih berkembang ya. Karena lebih terkenal. Pokoknya yang mudah beradaptasi ya. Ya, pelanggan itu lebih cenderung menggunakan media. Bahkan media sosial mudah menjangkau masyarakat yang lebih lewat media sosial situ saja. Ya jarang mereka yang keliling, tapi lebih media sosial, kemudian COD ya. COD juga menggunakan adaptasi digital. Bagi saya peluang usaha sangat besar tergantung masyarakat yang menjalankan usahanya serius atau tidak dan mampu beradaptasi dengan teknologi atau tidak. Ya itu sih menurut saya peluangnya. (Golkar, 27 Mei 2024)

Suwarso Widodo sebagai Penghulu Kampung Sialang Palas juga memberikan tanggapan bahwa:

Kalau untuk jaman sekarang peluang itu sangat besar, apalagi sekarang orang mengambil barang atau beli sesuatu itu serba *online*, apalagi kita aktif dalam medsos dan menyampaikan sesuatu sehingga ini sangat membantu sekali teknologi digital ini sehingga kita tidak harus berjalan dan dari rumah mereka sudah bisa memasarkan produk usahanya. (Widodo, 15 Mei 2024)

Pernyataan di atas diperkuat dengan pernyataan dari Zulfadli sebagai Sekretaris Camat Kecamatan Lubuk Dalam dengan mengatak peluang yang dimiliki oleh para Pelaku UMK di Kecamatan Lubuk Dalam dengan mengatakan:

Kalau untuk jaman sekarang peluang itu sangat besar, apalagi sekarang orang mengambil barang atau beli sesuatu itu serba *online*, apalagi kita aktif dalam medsos dan menyampaikan sesuatu sehingga ini sangat membantu sekali teknologi digital ini sehingga kita tidak harus berjalan dan dari rumah mereka sudah bisa memasarkan produk usahanya. (Zulfadli, 27 Mei 2024)

Berdasarkan penjelasan di atas, peluang usaha para Pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak sangat terbuka lebar. Sebab berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan beberapa pelaku UMK sudah berdaya atau memiliki kekuatan untuk mengelola usahanya dengan baik dan bisa memanfaatkan *Platform Digital* seperti sosial media dan *market place shopee* dan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam sudah berdaya dengan memanfaatkan peluang tersebut, salah satu pengamatan peneliti yaitu sorotan terhadap akun sosial media para Pelaku UMK cukup berkembang dibuktikan dengan jumlah *Followers* yang sangat banyak, salah satunya hadir dari *platform* sosial media dalam pemanfaatan *digital marketing* terhadap usaha Puji Suryani yang merupakan pemilik usaha Dapoer Zahfran yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.2 Gambar Profil Instagram Puji Suryani Sebagai Pelaku UMK Dapoer Zhafran

Gambar 4.2 di atas memperlihatkan bahwa Puji Suryani sebagai pelaku usaha di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak sudah memanfaatkan salah satu platform sosial media yaitu Instagram dengan pengikut terbanyak dibanding dengan pelaku UMK lainnya di Lubuk Dalam dengan jumlah *followers* atau pengikut berjumlah 27,1 Ribu, artinya Puji Suryani menggunakan dengan baik teknologi digitalisasi sebagai bentuk adaptasi *digital marketing* produk usaha Dapoer Zhafran yang berupa produk olahan kue basah dan kering yang dipasarkan bukan hanya di Lubuk Dalam, namun sekabupaten Siak, luar daerah Siak dan diluar Provinsi Riau bahkan sudah memiliki reseller diberbagai wilayah. Hal ini menunjukkan selain Puji Suryani memiliki potensi dalam dunia usaha ini, sebagai pelaku UMK Puji Suryani berdaya dalam beradaptasi menggunakan digitalisasi, bahkan ada salah

satu produk Puji Suryani yaitu Bika Ambon yang semula biasa, diolah berdasarkan inovasi dengan memanfaatkan peluang dicoba diproduksi menjadi Bika Ambon Frozen agar lebih tahan lama. Bika ambonnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.3 Produk Bika Ambon Dapoer Zhafran

Gambar 4.3 Produk Bika Ambon milik Pelaku UMK Puji Suryani melalui produk kue basah dan kering Dapoer Zhafran berdasarkan pengamatan peneliti sangat mungkin untuk terus berkembang, sebab Puji Suryani selaku owner terus berinovasi dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk mengolah produk tersebut menjadi Bika Ambon Frozen yang lebih tahan lama dari yang biasanya dan berdasarkan hasil riset di atas sebelumnya Puji Suryani sedang memperjuangkan produk olahan ini menjadi paten dan tersertifikasi BPOM untuk frozen Bika Ambonnya.

Untuk pelaku usaha selain Puji Suryani, ada juga Ari Lestari dan Ranto yang sudah beradaptasi menggunakan teknologi digital dalam memasarkan produknya. Ari Lestari melalui produk herbalnya dengan anam unit usaha Jae-Que sudah memasarkan produknya baik dalam negeri dan pernah sampai ke luar negeri di Arab Saudi yang dipasarkan melalui Instagram, Facebook, *market place* seperti *shopee*. Artinya Ari Lesatari melalui produk herbalnya memiliki peluang untuk mengembangkan usahanya karena berdaya memanfaatkan teknologi digital, produk usaha Jae-Que dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.4 Produk Jae-Que dari Ari Lestari Sebagai Pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam

Gambar 4.4 didapat dari Instagram rumah_jaeque yang memperlihatkan bahwa produk dari Ari Lestari sudah memiliki brand sendiri dan bersertifikasi baik sertifikasi halal dan lainnya. Meskipun jumlah pengikut Instagram Jae-Que tidak mencapai 1.000 (seribu) namun Ari Lestari memasarkan produknya melalui *market place* lainnya. Hal ini menunjukkan

bahwa dalam memasarkan produk, brand itu penting begitu juga kemasan, apalagi produk Jae-Que tahan lama yang menjadi kekuatan dan dimanfaatkan sebagai peluang usaha untuk terus berkembang.

Selain Jae-Que, ada juga produk Keripik Tempe sumber Rejeki dari Ranto sebagai Pelaku UMK. Ranto juga memanfaatkan sosial media sebagai pemasaran produknya, karena produk Keripik Tempe memiliki kekuatan yaitu tahan lama. Oleh sebab itu, masih berpeluang untuk berkembang, hanya saja berdasarkan pengamatan peneliti untuk produk ini pemasarannya terbatas di beberapa wilayah saja.

Berikut hasil identifikasi indikator Peluang (*Opportunities*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak, sebagai berikut:

- a. Kue kering dan Basah Dapoer Zhafran berpeluang besar dengan menghadirkan inovasi produk yang diperjuangkan tersertifikasi halal dan BPOM
- b. Produk Jae-Que berpeluang besar karena merupakan produk herbal/atau kesehatan
- c. Adaptasi peluang melalui sosial media, *market place* sebagai adaptasi peluang melalui *digital marketing*
- d. Peluang usaha dengan *Cash Of Delivery* (COD)

4. Ancaman (*Threats*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak

Threats atau ancaman merujuk pada faktor-faktor dari lingkungan eksternal suatu organisasi yang berpotensi menghambat pencapaian tujuan

atau mengancam keberlangsungan operasional. Ancaman-ancaman ini bisa berasal dari berbagai sumber, seperti:

- a. Persaingan yang intensif: misalnya, masuknya pesaing baru, peningkatan persaingan di pasar yang ada, atau inovasi produk dari pesaing yang lebih menarik.
- b. Perubahan dalam kebijakan atau regulasi: Seperti perubahan aturan pemerintah yang meningkatkan biaya operasional atau mengurangi profitabilitas, peraturan baru yang mempengaruhi operasi bisnis, atau kebijakan lingkungan yang lebih ketat.
- c. Perubahan teknologi: seperti teknologi baru yang menggantikan produk atau layanan yang sudah ada, atau kebutuhan untuk berinvestasi dalam teknologi yang mahal untuk tetap bersaing.
- d. Perubahan sosial atau demografis: seperti perubahan dalam preferensi konsumen atau tren masyarakat yang dapat mengubah permintaan pasar.
- e. Ketidakpastian ekonomi: misalnya, resesi ekonomi, fluktuasi nilai mata uang, atau perubahan kondisi pasar yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen atau biaya bahan baku.
- f. Ancaman bencana alam atau kejadian tidak terduga: seperti bencana alam, kegagalan infrastruktur, atau gangguan pasokan yang tidak terduga.

Identifikasi ancaman dalam analisis SWOT penting karena membantu organisasi untuk mempersiapkan strategi yang tepat untuk mengurangi risiko atau mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi. Dengan memahami ancaman-ancaman potensial, organisasi dapat

mengambil langkah-langkah pencegahan atau mengembangkan rencana kontingensi untuk meminimalkan dampak negatifnya terhadap kinerja atau keberlangsungan operasional.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Puji Suryani sebagai Pelaku UMK Dapoer Zhafran Kampung Sri Gading memberikan pernyataan bahwa ancaman dalam menjalankan usahanya yaitu:

Kalau ancaman atau rintangan itu tidak ada, paling ntah kerusakan pada saat pucking mungkin karena kurang fakumnya , juga pengaruh suhu karena disini juga listriknya sering mati jadi mempengaruhi suhu ruangan yang berdampak pada produk. Kemudian saya berharap paling terutama membantu untuk modal, kedua untuk membantu pemasaran untuk lebih jauh lagi. (Suryani, 27 Mei 2024)

Selain Puji Suryani, Ari Lestari sebagai Pelaku UMK Rumah Jae-Que juga memberikan pernyataan dalam menjalankan usahanya terdapat ancaman dan hambatan sebagai berikut:

Rintangan atau hambatan yang menurut kami senantiasa mengancam, pertama terkait mesin, karena mesin ini digunakan setiap hari jadi suatu saat rentan rusak, sementara orderan itu terus ada tanpa henti sehingga mau gak mau mesin rusak atau gak orderan konsumen kita harus penuhi, yang kedua mungkin terkait pengembangan perluasan pangsa pasar, ketiga kemasan dan bahan baku agar tidak kosong. Terakhir pengguna media sosial kami masih sangat minim meskipun itu paling efektif untuk memasarkan produk kami, jadi itu menjadi hambatan bagi kami. Sebetulnya perhatian pemerintah sudah banyak, tapi kalau dari kami UMK yang bergerak di bidang herbal kita sangat tidak mudah sekali membuat suatu kemasan mudah mudahan pemerintah daerah bisa memfasilitasi itu, kemudian yang kedua bantu pemasaran, dan ketiga bantu alat produksi jika ada dari pemerintah untuk menjadi perhatian. (Lestari, 27 Mei 2024)

Ranto sebagai Pelaku UMK Keripik Tempe Sumber Rejeki juga memberikan pernyataan bahwa dalam menjalankan usahanya ancaman yang senantiasa terjadi yaitu:

Dilancar-lancarkan saja, memang kembali paling utama yang sentiasa menjadi ancaman itu adalah modal berkaitan dengan alat mungkin dan bahan baku pokoknya kalau untuk masalah pemasaran walaupun palingan kita produk kita walaupun dari Pekanbaru dari Perawang alhamdulillah kita saling siraturahmi dan saling berbagi.harapan kami untuk UMKM ini yang jelas terkendalai dimodal semua sama ibaratnya alat usaha harapannya mas. Pokoknya harapan kedepannya itu supaya pemerintah itu ya memperhatikan lebih memperhatikan para pelaku usaha umkm ini untuk meningkatkan ekonomi masyarakat ini yang pelaku umkm ini untuk membantu banyak bantuan itu mana tau ada bantuan itu betul-betul yang tepat sasaran yang mereka itu memang betul-betul pelaku pelakunya usaha itu masih masih jalan. (Ranto, 15 Mei 2024)

Para *stakeholder* Kecamatan Lubuk Dalam merespon beberapa ancaman ataupun hambatan yang sering dialami ataupun dirasakan pelaku UMK di Kecamatan Lubuk Dalam. Sujarwo sebagai Pengulu Kampung Sri Gading mengatakan ancaman yang bisa saja terjadi terhadap pelaku usaha adalah sebagai berikut:

Ancaman atau hambatannya ya itu tadi hambatannya karena kami sendiri kurang banyak teknologi itu ya sekarang zaman digital kan baik baik yang itu saja pak mahal ya bahan kami ini data kami depan untuk bisa kami jadikan bahan sebagai pelatihan. (Sujarwo, 27 Mei 2024)

A.Golkar sebaga Penghulu Kampung Lubuk Dalam juga mengatakan bahwa:

Ancaman itu terutama kan persaingannya, persaingan dari banyaknya Pelaku UMK yang ada didalam sebagai ancaman kalau mereka tidak ini. Ya. Tidak mau berkembang, tidak mau berkeaktivitas baru. Kemudian tentang mereka yang tidak ini lah. Tidak serius dengan usahanya akan tereleminasi sendiri. (Golkar, 27 Mei 2024)

Suwarso Widodo Sebagai Penghulu Kampung Sialang Palas juga merespon hal serupa dengan mengatakan ancaman yang sering terjadi pada pelaku UMK di wilayahnya yaitu:

Kalau ancaman ataupun hambatan dengan kekurangan modal dan pemasaran menurut kami, itu menjadi ancaman nyata bagi para pelaku usaha. (Widodo, 15 Mei 2024)

Pernyataan serupa juga dikuatkan oleh Zulfadli sebagai Sekretaris Kecamatan Lubuk Dalam dengan mengatakan bahwa:

Terkait ancaman ataupun hambatan ini menyesuaikan pak, yang terpenting harus perbanyak inovasi, karena dunia digitalisasi ini sangat cepat pak, sangat cepat perubahannya. Jadi para pelaku UMK ini dituntut untuk sangat cepat membaca market atau membaca peluang, karena rentan waktu itu sangat cepat sesuai dengan trend. (Zulfadli, 27 Mei 2024)

Perjalanan suatu usaha pasti tidak mulus, akan ada rintangan/hambatan ataupun ancaman yang akan terjadi dalam menjalankan suatu usaha. Hal tersebutlah yang menjadi kekhawatiran dari para Pelaku UMK di atas. Namun itu semua tidak menjadikan pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam takut dan diam, tentunya para Pelaku UMK akan bertindak dengan keputusan yang tepat dalam menjalankan usahanya. Berikut peneliti simpulkan indikator Ancaman (*Threats*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak, sebagai berikut:

- a. Kerusakan produk saat *packing*.
- b. Lampu listrik sering mati mengakibatkan suhu ruang berdampak pada produk kue basah Dapoer Zahfran.
- c. Mesin Jae-Que rentan rusak karena hidup untuk produksi setiap hari
- d. Kemasan untuk Jae-Que terbatas tidak ada disembarang tempat.
- e. Persaingan usaha yang semakin berat.
- f. Kekurangan modal dan pengetahuan pemasaran yang menjadi ancaman pelaku usaha Kecamatan Lubuk Dalam.

Penulis menganalisis dari pengidentifikasian yang telah dilakukan. Menunjukkan bahwa para Pelaku UMK di Kecamatan memiliki banyak potensi untuk menjalankan suatu usaha sesuai dengan potensi dan keahlian masing-masing, namun begitu juga dengan peluang yang dimiliki juga sangat besar jika pelaku usaha bisa memanfaatkan potensi yang menjadi kekuatannya yang dihubungkan kepada peluang yang dimiliki. Tidak sampai disitu, penulis juga mengamati kelemahan dan ancaman harus diperkecil risikonya agar usaha yang dilakukan oleh Pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam dapat berkembang, tentu untuk melakukan Pemberdayaan terhadap pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam tidak bisa dilakukan sendiri. Perlu banyak pihak yang harus terlibat, sebab Pelaku UMK saja tidak cukup, Pelaku UMK itu awalnya harus didampingi dulu oleh Pendampingan dan Pelatihan baik dari program pemerintah, perusahaan dan lainnya. Dan ini menjadi rekomendasi penulis kepada pemerintah agar para pelaku usaha bisa diberdayakan dengan maksimal, penulis menyadari sebab kebangkitan perekonomian Indonesia adalah dengan menghadirkan keberdayaan perekonomian di Desa atau Kecamatan. Jadi dimulai dari dasar untuk melakukan program pemberdayaan.

Berdasarkan Pembahasan hasil penelitian di atas, penulis dibantu dalam menganalisis data dengan menggunakan analisis SWOT dalam pengidentifikasian "*Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak*". Oleh sebab itu, penulis masih dalam proses pengidentifikasian pada setiap indikatornya dan pada hasil ini belum menghasilkan rekomendasi strategis terhadap penelitian karena akan memakan lebih banyak waktu untuk proses pertemuan, FGD dan hal lainnya. Sehingga dalam matriks SWOT berikut baru

sampai pada tahap indikator pada setiap pengidentifikasiannya dan berikut tabel matriks SWOT-nya:

<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ada Produk Bika Ambon Frozen dari Dapoer Zhafran 2. Produk Dapoer Zhafran sudah ada di berbagai minimarket Siak dan Pekanbaru 3. Memiliki <i>reseller</i> 4. Produk Jae-Que tidak menggunakan pengawet 5. Memberdayakan masyarakat untuk kerjasama pemenuhan kebutuhan jahe 6. Produksi Jae-Que menggunakan mesin 7. Keripik Tempe Sumber Rejeki tahan lama 8. Adanya penyuluhan terhadap UMK dari Pemerintah 9. Adanya Inovasi dan Kreatifitas dari Pelaku usaha 	<p>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku untuk pembuatan kue semakin naik 2. Kelemahan dalam pemasaran produk 3. Kemasan Jae-Que terbatas 4. Bahan baku jahe kurang dan terbatas 5. Tidak menguasai <i>market place shopee</i> 6. Sumber Daya Manusia atau pekerja kurang 7. Pemanfaatan teknologi tidak optimal 8. Kurang/tidak adanya tambahan modal usaha 9. Kurangnya pengetahuan berwirausaha
<p>Peluang (<i>Oppotunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kue kering dan Basah Dapoer Zhafran berpotensi besar dengan menghadirkan inovasi produk yang diperjuangkan tersertifikasi halal dan BPOM 2. Produk Jae-Que berpotensi besar karena merupakan produk herbal/atau kesehatan 3. Adaptasi peluang melalui sosial media, <i>market place</i> sebagai adaptasi peluang melalui <i>digital marketing</i> 4. Peluang usaha dengan <i>Cash Of Delivery</i> (COD) 	<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerusakan produk saat <i>packing</i>. 2. Lampu listrik sering mati mengakibatkan suhu ruang berdampak pada produk kue basah Dapoer Zahfran. 3. Mesin Jae-Que rentan rusak karena hidup untuk produksi setiap hari 4. Kemasan untuk Jae-Que terbatas tidak ada disembarang tempat. 5. Persaingan usaha yang semakin berat. 6. Kekurangan modal dan pengetahuan pemasaran yang menjadi ancaman pelaku usaha Kecamatan Lubuk Dalam.

Tabel 4.8 Matriks SWOT Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pelaku Usaha Mikro Kecil Kecamatan Lubuk Dalam dituntut untuk terus berinovasi serta dan beradaptasi dengan teknologi digital terbaru dalam pemasaran produk usahanya. Oleh sebab itu, dalam penggunaan Analisis SWOT yang meliputi pengidentifikasian indikator: Kekuatan (*Srengths*), Kelemahan (*Weaknesess*), Peluang (*Oppoertunities*) dan Ancaman (*Threats*) dapat disimpulkan:

1. Kekuatan (*Srengths*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak teridentifikasi kekuatan Pelaku UMK Kecamatan Lubuk Dalam meliputi: *Pertama*, Ada Produk Bika Ambon Frozen dari Dapoer Zhafran. *Kedua*, Produk Dapoer Zhafran sudah ada di berbagai minimarket Siak dan Pekanbaru. *Ketiga*, Memiliki reseller. *Keempat*, Produk Jae-Que tidak menggunakan pengawet. *Kelima*, Memberdayakan masyarakat untuk kerjasama pemenuhan kebutuhan jahe. *Keenam*, Produksi Jae-Que menggunakan mesin. *Ketujuh*, Keripik Tempe Sumber Rejeki tahan lama. *Kedelapan*, Adanya penyuluhan terhadap UMK dari Pemerintah. *Kesembilan*, Adanya Inovasi dan Kreatifitas dari Pelaku usaha.
2. Kelemahan (*Weaknesess*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak teridentifikasi indikator kelemahan Pelaku UMK Kecamatan Lubuk dalam meliputi: *Pertama*, Bahan baku untuk pembuatan kue semakin naik. *Kedua*, Kelemahan dalam pemasaran produk. *Ketiga*, Kemasan Jae-Que terbatas.

Keempat, Bahan baku jahe kurang dan terbatas. *Keenam*, Tidak menguasai *market place shopee*. *Ketujuh*, Sumber Daya Manusia atau pekerja kurang. *Kedelapan*, Pemanfaatan teknologi tidak optimal. *Kesembilan*, Kurang/tidak adanya tambahan modal usaha. *Kesepuluh*, Kurangnya pengetahuan berwirausaha.

3. Peluang (*Opportunities*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak teridentifikasi indikator peluang Pelaku UMK Kecamatan Lubuk dalam meliputi: *Pertama*, Kue kering dan Basah Dapoer Zhafran berpeluang besar dengan menghadirkan inovasi produk yang diperjuangkan tersertifikasi halal dan BPOM. *Kedua*, Produk Jae-Que berpeluang besar karena merupakan produk herbal/atau kesehatan. *Ketiga*, Adaptasi peluang melalui sosial media, market place sebagai adaptasi peluang melalui *digital marketing*. *Keempat*, Peluang usaha dengan *Cash Of Delivery (COD)*.
4. Ancaman (*Threats*) Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Lokal Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak teridentifikasi indikator peluang Pelaku UMK Kecamatan Lubuk dalam meliputi: *Pertama*, Kerusakan produk saat *packing*. *Kedua*, Lampu listrik sering mati mengakibatkan suhu ruang berdampak pada produk kue basah Dapoer Zahfran. *Ketiga*, Mesin Jae-Que rentan rusak karena hidup untuk produksi setiap hari. *Ketiga*, Kemasan untuk Jae-Que terbatas tidak ada disembarang tempat. *Keempat*, Persaingan usaha yang semakin berat. *Kelima*, Kekurangan modal dan pengetahuan pemasaran yang menjadi ancaman pelaku usaha Kecamatan Lubuk Dalam.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian yang telah di kemukakan di atas, maka dapat diberi saran yang nantinya dapat lebih membangun dan mengembangkan Pelaku Usaha Mikro Kecil menjadi lebih berdaya dan mampu beradaptasi dengan teknologi digital, sarannya yaitu dituju:

1. Kepada Sekretaris Camat Kecamatan Lubuk Dalam, penulis memberi saran supaya terus melakukan pendampingan kepada masyarakat agar masyarakat dapat berdaya dan mandiri dalam mengembangkan usahanya.
2. Kepada Penghulu Kampung Sri Gading, Lubuk Dalam dan Sialang Palas, penulis berharap Pemerintah Kampung selalu memperhatikan Pelaku Usaha Mikro Kecil melalui bentuk pelatihan dan pendampingan yang terhubung dalam perencanaan dan penganggaran Pemerintah Kampung
3. Kepada Pelaku Usaha Mikro Kecil, penulis berharap sebagai pelaku usaha untuk terus berinovasi dan mudah beradaptasi dengan teknologi berbasis digital sebagai bentuk pemasaran produk usahanya.
4. Kepada Masyarakat, penulis berharap agar selalu mensupport produk-produk usaha asli dari Kecamatan Lubuk Dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Noorlidah, A. Nawawi, and I. Othman. 1998. "Survey of Fungal Counts and Natural Occurrence of Aflatoxins in Malaysian Starch-Based Foods." *Mycopathologia* 143:53–58.
- Andini, Mela Fitri, Fadiyah Sefia Nafiza, Luiz Fernando, and Nugia Dwi Yunita. 2021. "Peran E-Commerce Dalam Pengoperasian UMKM Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Manajemen Bisnis* 18(4):502–22.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. "2010 Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik." *Jakarta: Rhineka Cipta*.
- Arumsari, Nurul Rizka, Nurzahroh Lailiyah, and Tina Rahayu. 2022. "Peran Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Di Kelurahan Plamongansari Semarang." *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)* 11(1):92–101.
- Budiarto, Rachmawan, Susetyo Hario Putero, Hempri Suyatna, Puji Astuti, Harwin Saptoadi, M. Munif Ridwan, and Bambang Susilo. 2018. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*. Ugm Press.
- Creswell, John W. 2014. *A Concise Introduction to Mixed Methods Research*. SAGE publications.
- Hadi, Agus Purbathin. 2010. "Konsep Pemberdayaan, Partisipasi Dan Kelembagaan Dalam Pembangunan." *Yayasan Agribisnis/Pusat Pengembangan Masyarakat Agrikarya (PPMA)*.
- Hasan, Muhammad, and Muhammad Azis. 2018. "Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia Dalam Perspektif Ekonomi Lokal."
- Inggawati, Komala, and Arnold Kaudin. 2010. "Persepsi Etis Pelaku Akuntansi Terhadap Praktik Manajemen Laba Berdasarkan Profesi Akuntansi Dan Jender." *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan Tahun 3 No 3*:1–16.
- Irianto, Heru, Arey Dela Viesta, Adam Tri Nugroho, Tri Wahyuni, Widhi Cahyo Prabowo, Indra Nur Hamid, Tiyas Nur Anufah, Harum Indah Permatasari, Azkia Salsabila, and Sofyana Sofyana. 2022. "Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan Online Di Desa Tengkluk." *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development* 1(2):60–64.
- Jennings, Peter, and Graham Beaver. 1997. "The Performance and Competitive Advantage of Small Firms: A Management Perspective." *International Small Business Journal* 15(2):63–75.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*. John Wiley & Sons.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. "Manajemen Pemasaran."

- Latifah, Fitri Nur, and M. Ruslianor Maika. 2019. "Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bank Syariah." *Umsida Press* 1–180.
- Lawrence, Neuman W. 2013. "Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif." *VII*.
- Levitt, Theodore. 1980. *Marketing Success through Differentiation-of Anything*. Graduate School of Business Administration, Harvard University Boston.
- Margono, Slamet. 2005. "Metodologi Penelitian Pendidikan."
- Milles, Matthew B., and A. Michael Huberman. 1992. "Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru." *Jakarta: UIP*.
- Morrison, M. A. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Kencana.
- Naimah, Rahmatul Jannatin, Muhammad Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, and Agus Pebrianto. 2020. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2(2):119–30.
- Prasetyono, Agus Puji. 2017. "Persaingan Di Era Globalisasi Dan Ekonomi Digital." *Retrieved Maret 29:2018*.
- Purwana, Dedi, R. Rahmi, and Shandy Aditya. 2017. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1(1):1–17.
- Purwani, Diah Ajeng. 2021. *Pemberdayaan Era Digital*. Bursa Ilmu.
- Purwanti, Endang. 2012. "Pengaruh Pangsa Pasar, Rasio Leverage, Intensitas Modal Terhadap Profitabilitas Koperasi Simpan Pinjam Di Salatiga." *Among Makarti* 3(1).
- Resmi, Gagan Ganjar. 2022. "Meningkatkan Penjualan Melalui Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu Di UMKM (Sebuah Kajian Teoritis)." *MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI KONSEP KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DI UMKM (SEBUAH KAJIAN TEORITIS)*.
- Ritchie, Jane, Jane Lewis, and Gillian Elam. 2003. "Designing and Selecting Samples." *Qualitative Research Methods* 77–108.
- Suci, Yuli Rahmini. 2017. "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 6(1):51–58.
- Sudaryanto, Ragimun, and Rahma Rina Wijayanti. 2013. "Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean." *Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta* 1–32.
- Sugiyono, Dr. 2013. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D."

- Sugiyono, Sugiyono. 2007. "Statistika Untuk Penelitian."
- Sumardi, Sumardi, and Zulpahmi Zulpahmi. 2017. "Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Husnayain Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Dan Menengah." *Al-Urban* 1(1):68–89.
- Suryadi, Ayu Mentari, and Sufi Sufi. 2019. "Strategi Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Dalam Peningkatan Kesejahteraan Nelayan (Studi Di Kantor Camat Muara Batu Kabupaten Aceh Utara)." *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 2(2):118–40.
- Tantri, Thamrin Abdullah Dan Francis. 2014. "Bank Dan Lembaga Keuangan, Jakarta: PT." *Raja Grafindo Persada*.
- Wijoyo, Hadion, Hamzah Vensuri, Musnaini Musnaini, Wisiyanti Widiyanti, Denok Sunarsi, Haudi Haudi, Dodi Prasada, Lili Setyawati, Kristianti Kristianti, and Asep Muhammad Lutfi. 2020. "Digitalisasi Umkm."
- Anwas, O. M. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat Di Era Global*. Yayasan Pustaka Obor.
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat : Menggali Potensi Lokal Desa. *Moderat :Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*,6(1),135–143.
- Karinayah, D. (2018). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Sidoarjo. *Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Airlangga*, 1(1), 1–13. https://repository.unair.ac.id/74627/3/JURNAL_Fis.AN.61_18_Sup_p.pdf
- Nisak, Z. (2004). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1–8.
- Suhendar, E., Hapsari, A. T., Suaedah, S., Mariana, D., & Murodif, A. (2024). Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Pemberdayaan Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Getasan , Kabupaten Semarang. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 3(1), 274–281.
- Wrihatnolo, R. R. (2007). *Manajemen Pemberdayaan*. Elex Media Komputindo Gramedia.
- Anwas, O. M. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat Di Era Global*. Yayasan Pustaka Obor.
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat : Menggali Potensi Lokal Desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 135–143. <https://jurnal.unigal.ac.id/moderat/article/view/3319/2914>
- Karinayah, D. (2018). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Sidoarjo. *Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Airlangga*, 1(1), 1–13. https://repository.unair.ac.id/74627/3/JURNAL_Fis.AN.61_18_Sup_p.pdf
- Nisak, Z. (2004). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal*

Ekonomi Bisnis, 1–8.

Suhendar, E., Hapsari, A. T., Suaedah, S., Mariana, D., & Murodif, A. (2024). Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Pemberdayaan Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Getasan , Kabupaten Semarang. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 3(1), 274–281.

Wrihatnolo, R. R. (2007). *Manajemen Pemberdayaan*. Elex Media Komputindo Gramedia.

Dalam, K. L. (2023). *Profil Kecamatan Lubuk Dalam*. Slak: Pemerintah Kecamatan Lubuk Dalam.

Golkar, A. (27 Mei 2024). *Hasil Wawancara dengan Penghulu Kampung Lubuk Dalam*. Kampung Lubuk Dalam.

Lestari, A. (27 Mei 2024). *Hasil Wawancara dengan Pelaku UMK Jae-Que*. Kampung Lubuk Dalam.

Mardikanto, T., & Soebito, P. (2003). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.

Ranto. (15 Mei 2024). *Hasil Wawancara dengan Ranto Pelaku UMK Keripik Tempe Sumber Rejeki*. Kampung Sialang Palas.

Sudirman, d. (2017). *Pemberdayaan Masyarakat Islam*. Jakarta: Raja Grafindo.

Sujarwo. (27 Mei 2024). *Hasil Wawancara dengan Penghulu Kampung Sri Gading*. Kampung Sri Gading.

Suryani, P. (27 Mei 2024). *Hasil Wawancara dengan Pelaku UMK Dapoer Zhafran*. Kampung Sri Gading.

Widodo, S. (15 Mei 2024). *Hasil Wawancara dengan Penghulu Kampung Sialang Palas*. Kampung Sialang Palas.

Zubaedi. (2013). *Pengembangan Masyarakat Wacana & Praktik*. Jakarta: Kencana Prenada.

Zulfadli. (27 Mei 2024). *Hasil Wawancara dengan Sekretaris Camat*. Kecamatan Lubuk Dalam.

Lampiran 1

ISNTRUMEN PENELITIAN

Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis

Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak

Isntrumen penelitian merupakan alat-alat yang diperlukan atau yang dipergunakan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif, alat atau instrument utama dalam pengumpulan data adalah manusia, yaitu peneliti sendiri atau orang lain yang membantu peneliti. Berdasarkan hal tersebut, peneliti sendiri yang mengumpulkan data dengan cara bertanya, mendengar, mengambil dan meminta data yang berkaitan dengan penelitian “Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak”.

Instrumen penelitian selalu berkaitan dengan teknik-teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik wawancara, teknik dokumentasi, dan teknik observasi. Berdasarkan teknik tersebut, maka instrumen penelitian yang digunakan adalah pedoman dari masing-masing teknik pengumpulan data, yaitu pedoman wawancara, pedoman dokumentasi, dan pedoman observasi yang berhubungan dengan “Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak”.

A. Pedoman Wawancara

Nama :
Hari/ Tanggal :
Jabatan/Profesi :
Lokasi :

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang terdapat dalam sample penelitian seperti yang telah tercantum, adapun pertanyaan wawancara ini adalah sebagai berikut:

1. **Informan Kunci** : Pelaku Usaha Mikro Kecil (Minimal 3 Pelaku Usaha)

- a. Izin Bapak/Ibu, Saya ingin melakukan penelitian terhadap usaha yang bapak/ibu lakukan, apakah bapak/Ibu Mengizinkan?
- b. Apa usaha yang sedang bapak/ibu jalankan saat ini dan sudah berapa lama usaha tersebut berjalan?
- c. Apa saja kekuatan dan keunggulan usaha yang bapak/ibu jalankan saat ini dan apakah sudah beradaptasi menggunakan teknologi digital melalui sosial median dan yang lainnya kalau ada apa saja nama akun usaha bapak/ibu dan sudah sejauh mana pemasarannya?
- d. Menurut pandangan bapak/ibu dalam menjalankan usaha, apakah terdapat kelemahan pada usaha yang dijalankan saat ini dan apa saja kelemahan tersebut yang diraskaan?
- e. Menurut bapak/ibu seberapa besar peluang usaha yang dijalankan saat ini untuk terus berkembang?
- f. Disamping peluang tadi, apakah terdapat rintangan, ancaman atau hambatan yang bapak/ibu rasakan dalam menjalankan usaha sampai saat ini?
- g. Apa harapan bapak/ibu kepada pemerintah terhadap para pelaku usaha hari ini?

2. **Informan Pendukung** :

- a. **Camat Lubuk Dalam**

1. Menurut Pak Camat, bagaimana perkembangan usaha mikro kecil di wilayah kecamatan lubuk dalam ini dan izin saya meminta profil kecamatan lubuk dalam diakhir wawancara nanti?
2. Apakah para pelaku usaha kecil di Kecamatan Lubuk Dalam sudah beradaptasi berbasis digital marketing dalam memasarkan produknya baik melalui sosial media ataupun yang lainnya ?
3. Apakah pemerintah kecamatan mendorong pelaku usaha kecil untuk melek teknologi dan adakah pelatihan khusus yang dilakukan pemerintah kecamatan untuk melahirkan para pelaku usaha berbasis digital yang melek teknologi?
4. Apakah Kecamatan memiliki program pemberdayaan yang menyoasar pada para pelaku usaha kecil?
5. Menurut Pak Camat, Apa saja kekuatan ekonomi yang dimiliki oleh pelaku usaha Kecamatan Lubuk Dalam?
6. Sejalan dengan kekuatan di atas, jika ada, apa saja kelemahan yang dimiliki para pelaku usaha kecil kecamatan lubuk dalam?
7. Apakah ada peluang bagai para pelaku usaha kecil untuk berkembang dan memanfaatkan adaptasi digitalisasi sebagai pemasaran usahanya?
8. Selain teknologi hambatan/ancaman apa saja yang terjadi pada pelaku usaha kecil asli kecamatan lubuk dalam ?

b. Penghulu Kampung yang ada di kecamatan lubuk Dalam

1. Menurut Pak Penghulu, bagaimana perkembangan usaha mikro kecil di wilayah kampung ini dan izin saya meminta profil Kampung/Desa bapak diakhir wawancara nanti?

2. Apakah para pelaku usaha kecil di kampung bapak sudah beradaptasi berbasis digital marketing dalam memasarkan produknya baik melalui sosial media ataupun yang lainnya ?
3. Apakah pemerintah Kampung mendorong pelaku usaha kecil untuk melek teknologi dan adakah pelatihan khusus yang dilakukan pemerintah untuk melahirkan para pelaku usaha berbasis digital yang melek teknologi?
4. Apakah Kampung ini memiliki program pemberdayaan yang menasar pada para pelaku usaha kecil?
5. Menurut bapak, Apa saja kekuatan ekonomi yang dimiliki oleh pelaku usaha dikampung bapak?
6. Sejalan dengan kekuatan di atas, jika ada, apa saja kelemahan yang dimiliki para pelaku usaha kecil dikampung ini?\
7. Apakah ada peluang bagi para pelaku usaha kecil untuk berkembang dan memanfaatkan adaptasi digitalisasi sebagai pemasaran usahanya?
9. Selain teknologi hambatan/ancaman apa saja yang terjadi pada pelaku usaha kecil asli kecamatan lubuk dalam ?

B. Pedoman Dokumentasi

1. Struktru kelembagaan Kecamatan Lubuk Dalam
2. Sejarah, Visi dan Misi Kecamatan Lubuk Dalam.
3. Dokumen penunjang program pemberdayaan usaha mikro kecil
4. Peta wilayah Kecamatan Lubuk Dalam
5. Data statistik masyarakat Kecamatan Lubuk Dalam

6. Foto Pelaku Usaha Mikro Kecil, Foto Pak Camat dan Foto bersama Penghulu Kampung
7. Dokumentasi rekaman wawancara



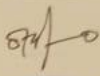




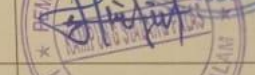
C. Pedoman Observasi

1. Mengamati secara langsung pelaksanaan program pemberdayaan usaha mikro kecil
2. Mengamati kondisi sosial dan ekonomi masyarakat Kecamatan Lubuk Dalam
3. Mengamati pola perubahan ekonomi masyarakat dan pelaku usaha mikro kecil di kecamatan Lubuk Dalam

Lampiran 2

**PERSETUJUAN PENELITIAN DARI
INFORMAN/NARASUMBER PENELITIAN**

PERSETUJUAN PENELITIAN DARI
INFORMAN PENELITIAN

No	Nama	Status/Jabatan	TTD
1	Ani Lestari	Pelaku Usaha Mikro Kecil Jahé Que	
2	Rusi suryani	Pelaku Usaha Mikro Kecil Dapocr Zidam.	
3	SURANTO	Pelaku Usaha Mikro Kecil KERIPIK TENPE SUMBER REJEKI	
4	Sard Muelegi. z	Camat /SekCam Kecamatan Lubuk Dalam	
5	A. Solkar	Penghulu Kampung Lubuk Dalam	
6	Syarwo	Penghulu Kampung Srigading	
7	Suwarso w.	Penghulu Kampung Sialang palas	
8		Penghulu Kampung	

The form includes several official stamps from the Government of Kabupaten Siak, Kecamatan Lubuk Dalam, and the village heads of Lubuk Dalam, Srigading, and Sialang Palas. The stamps are circular and contain the text 'PEMERINTAH KABUPATEN SIAK', 'KECAMATAN LUBUK DALAM', and the names of the respective village heads.

Lampiran 3

Hasil Wawancara Dengan Informan

Tabel I
Hasil Wawancara dengan Puji Pelaku UMK Dapoer Zhafran
Kampung Sri Gading Kecamatan Lubuk Dalam

Sudarman	Assalamualaikum Wr Wb, Izin Ibu, tujuan kami hadir disini melaksanakan penelitian dengan judul <i>"Implementasi Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak"</i> . Saya ingin melakukan penelitian terhadap usaha yang bapak/ibu lakukan, apakah bapak/Ibu Mengizinkan?
Puji	Bersedia
Sudarman	Apa usaha yang sedang bapak/ibu jalankan saat ini dan sudah berapa lama usaha tersebut berjalan?
Puji	Usaha kue basah dan kue kering, usaha saya sudah jalan kurang lebih 4 s/d 5 tahun, Cuma kalau di Lubuk Dalam sini baru berjalan 2 tahun dan sebelumnya saya menjalankan usaha di Perawang
Sudarman	Apa saja kekuatan dan keunggulan usaha yang bapak/ibu jalankan saat ini dan apakah sudah beradaptasi menggunakan teknologi digital melalui sosial media dan yang lainnya kalau ada apa saja nama akun usaha bapak/ibu dan sudah sejauh mana pemasarannya?
Puji	Kalau untuk pemasaran semua untuk toko oleh-oleh pekanbaru sudah lumayan menyebar, kalau untuk sekabupaten siak untuk mini market kami titipkan, tapi untuk sementara 6 bulan ini kami setop karena kami ingin mengejar ke BPOM , bika ambon itu di frozen biar tahan 1 tahun, karena kalau siap saji kan hanya tahan 5 hari dan masok nya itu kan hanya sedikit-sedikit jadi kami biar banyak masoknya kami BPOM kan, dan diluar Siak kami sudah memasarkan di Pekanbaru dan Pakning, dan Nama sosmed

	<p>Kami Dapoer zhafran dan ig kami pujisuryani99. Cuma kalau di luar Riau kita reseller ada juga di Jawa. Nah melalui media sosial ini juga berdampak besar pada permintaan konsumen terhadap barang yang kami tawarkan dari pada menawarkan atau memasarkan dari mulut ke mulut, sekarang orang rata-rata pakai Facebook dan tik-tok sehingga ini memudahkan kami dalam memasarkan produk kami.</p>
Sudarman	<p>Menurut pandangan bapak/ibu dalam menjalankan usaha, apakah terdapat kelemahan pada usaha yang dijalankan saat ini dan apa saja kelemahan tersebut yang diraskaan?</p>
Puji	<p>Kelemahannya yaa bahan baku semakin lama semakin naik sementara konsumen minta harganya murah, jadi kami mikir gimana menyeimbangkan pasaran yang disini, makanya kadang kalau kami kurangi hanya jumlah telur tapi tidak merubah harga dan rasa. Cuma kalau masuk di Kota Pekanbaru di toko oleh-oleh gak masalah, kelemahan ini untuk market kita di pasar yang ada di lubuk dalam ini.</p>
Sudarman	<p>Menurut bapak/ibu seberapa besar peluang usaha yang dijalankan saat ini untuk terus berkembang?</p>
Puji	<p>Yaa lumayan besar, soalnya disini kue kan pada butuh untuk sehari-hari dan untuk sarapan juga, dan kita juga ada produk baru yaitu nugget putih telur, jadi kalau bika ambon itu kuning telurnya aja jadi dari pada sisa kita buatlah produk baru yaitu olahan nugget putih telur dan kemudian pihak BPOM nya yang bingung, karena kan biasanya nugget itu kan dari daging nah ini dari putih telur. Jadi ini produk baru kami.</p>
Sudarman	<p>Disamping peluang tadi, apakah terdapat rintangan, ancaman atau hambatan yang ibu rasakan dalam menjalankan usaha sampai saat ini?</p>
Puji	<p>Kalau ancaman atau rintangan itu tidak ada, paling ntah kerusakan pada saat pucking mungkin karena kurang fakumnya , juga pengaruh suhu karena disini juga listriknya</p>

	sering mati jadi mempengaruhi suhu ruangan yang berdampak pada produk.
Sudarman	Apa harapan bapak/ibu kepada pemerintah terhadap para pelaku usaha hari ini?
Puji	Kemudian saya berharap paling terutama membantu untuk modal, kedua untuk membantu pemasaran untuk lebih jauh lagi
Sudarman	Terimakasih ibu puji, ini menjadikan gambaran bagi kami dan memberikan solusi pada pelaku UMK ini terutam pada pemasaran menggunakan digitalisasi marketing dan ini menjadi tugas kita kedepan untuk memberikan yang terbaik pada para pelaku UMK. Terimakasih Ibu Puji atas waktu yang diberikan
Puji	Sama-sama Pak

Tabel II
Hasil Wawancara dengan Ari Lestari Pelaku UMK Rumah Jae-Que
Kampung Lubuk Dalam Kecamatan Lubuk Dalam

Sudarman	Assalamualaikum Wr Wb, Izin Ibu, tujuan kami hadir disini melaksanakan penelitian dengan judul <i>"Implementasi Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak"</i> . Izin Bapak/Ibu, Saya ingin melakukan penelitan terhadap usaha yang bapak/ibu lakukan, apakah bapak/Ibu Mengizinkan?
Ari Lestari	Bersedia
Sudarman	Apa usaha yang sedang bapak/ibu jalankan saat ini dan sudah berapa lama usaha tersebut berjalan?
Ari Lestari	Untuk usaha saat ini yang sedang dijalankan usaha herbal instan kekinian berbasis serbuk dengan nama usaha jae-que, minumannya itu ada jahe pinang, kunyit asem, kemudian beras kencur dll, intinya mengolah rempah menjadi minuman siap saji, kemudian berapa lama dilakukan, dimulai dari tahun 2021 hingga saat ini.

Sudarman	Apa saja kekuatan dan keunggulan usaha yang bapak/ibu jalankan saat ini dan apakah sudah beradaptasi menggunakan teknologi digital melalui sosial media dan yang lainnya kalau ada apa saja nama akun usaha bapak/ibu dan sudah sejauh mana pemasarannya?
Ari Lestari	Kekuatan usaha kita, pertama produk kami tidak menggunakan pengawet dan tahan lama, kemudian kami memberdayakan masyarakat sekitar untuk pemenuhan bahan baku, sehinggalah bahan baku itu masih segar, kemudian kami dalam produksi sudah menggunakan mesin, kemudian untuk media sosial kami sudah menggunakan FB, FB nya "Rumah Produksi Jaheku" kemudian lg nya "Rumah Jaheku", kemudian pangsa pasar melalui media sosial, sejauh ini pesanan yang paling jauh itu dari kalimantan, kemudian Jawa Barat dan Sumatera Utara diluar dari daerah Riau, dan untuk luar negeri ada yang order dari Arab.
Sudarman	Menurut pandangan bapak/ibu dalam menjalankan usaha, apakah teradapat kelemahan pada usaha yang dijalankan saat ini dan apa saja kelemahan tersebut yang diraskaan?
Ari Lestari	Kelemahan dari segi kemasan, kita dari daerah Riau ini masih terbatas toko kemasan, karena tempatnya masih terbatas sehingga harganya pun tinggi, kemudian bahan baku masih kurang karena seharusnya produksi lebih besar karena kekurangan bahan baku sehingga tidak bisa mengakomodir semua permintaan pasar, sehingga mau tidak mau untuk memenuhi permintaan kita juga ngambil dari luar juga terutama dari pasar-pasar tradisional sebagai solusinya, kemudian kelemahan kita melalui <i>market place</i> <i>shopee</i> dan lainnya kita belum optimal dan lagi mandek karena kita kurang SDM yang harus fokus disitu dan kita belum memadai.
Sudarman	Menurut bapak/ibu seberapa besar peluang usaha yang dijalankan saat ini untuk terus berkembang?

Ari Lestari	Kan ini terkait dengan produk kesehatan jadi prospeknya masih ada, walaupun kita berdiri ini awal mulanya karena covid karena melihat respon konsumen dan ada harapan untuk berkembang dan bisa menjangkau lebih luas pasar lagi.
Sudarman	Disamping peluang tadi, apakah terdapat rintangan, ancaman atau hambatan yang bapak/ibu rasakan dalam menjalankan usaha sampai saat ini?
Ari Lestari	Rintangan atau hambatan yang menurut kami senantiasa mengancam, pertama terkait mesin, karena mesin ini digunakan setiap hari jadi suatu saat rentan rusak, sementara orderan itu terus ada tanpa henti sehingga mau gak mau mesin rusak atau gak orderan konsumen kita harus penuh , yang kedua mungkin terkait pengembangan perluasan pangsa pasar, ketiga kemasan dan bahan baku agar tidak kosong. Terakhir pengguna media sosial kami masih sangat minim meskipun itu paling efektif untuk memasarkan produk kami, jadi itu menjadi hambatan bagi kami.
Sudarman	Apa harapan bapak/ibu kepada pemerintah terhadap para pelaku usaha hari ini?
Ari Lestari	Sebetulnya perhatian pemerintah sudah banyak, tapi kalau dari kami UMK yang bergerak di bidang herbal kita sangat tidak mudah sekali membuat suatu kemasan mudah mudahan pemerintah daerah bisa memfasilitasi itu, kemudian yang kedua bantu pemasaran, dan ketiga bantu alat produksi jika ada dari pemerintah untuk menjadi perhatian.
Sudarman	Terimakasih bapak/ibu
Ari Lestari	Sama-sama

--	--

Tabel III
Hasil Wawancara dengan Ranto Pelaku UMK Keripik Tempe Sumber Rejeki
Kampung Sialang Palas Kecamatan Lubuk Dalam

Sudarman	Bismillahirrahmanirrahim Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillahirrahmanirrahim, Terima kasih Mas Ranto Atas Diterimanya Kunjungan saya Yang pertama Kami hadir Di rumah Pak Mas Ranto adalah Dalam rangka silaturahmi, tujuan kami hadir disini melaksanakan penelitian dengan judul <i>"Implementasi Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak"</i> , Izin Bapak/Ibu, Saya ingin melakukan penelitan terhadap usaha yang bapak/ibu lakukan, apakah bapak/Ibu Mengizinkan?
Ranto	Alhamdulillah pastikan saya izinkan
Sudarman	Alhamdulillah, kemudian apa usaha yang sedang bapak jalankan saat ini dan sudah berapa lama usaha tersebut berjalan?
Ranto	Usaha sekarang saya jalankan mulai dari tahun 2017 sampai tahun 2024 inilah sekarang Berarti kurang lebih sudah 7 tahun yaitu Keripik Tempe
Sudarman	Kemudian, Apa saja kekuatan dan keunggulan usaha yang bapak/ibu jalankan saat ini dan apakah sudah beradaptasi menggunakan teknologi digital melalui sosial median dan yang lainnya kalau ada apa saja nama akun usaha bapak/ibu dan sudah sejauh mana pemasarannya?
Ranto	Untuk akun usaha saya yaitu yang pertama kita titik di toko-toko contohnya di toko-toko seluruh kabupaten siak lah kalau untuk sosial media kita pasarkan melalui pesakit dan facebook itu langsung menjadi satu sama instagram baik tentunya ada enggak efek dari facebook dan instagram, alhamdulillah pokoknya semenjak pakai apa itu ya meningkat

	lumayan bagus lah untuk pemasaran sudah menjangkau di daerah mana saja pokoknya sudah menjangkau di kabupaten Siak dan Pelalawan
Sudarman	Menurut pandangan bapak/ibu dalam menjalankan usaha, apakah terdapat kelemahan pada usaha yang dijalankan saat ini dan apa saja kelemahan tersebut yang diraskaan?
Ranto	Pokoknya kalau masalah kelemahan ini saat itu bukan masalah terkendala pemasaran yang saya rasakan sekarang ini yang serius saya rasakan itu terkendala di modal selain itu kalau selain itu tidak ada memang modal
Sudarman	Menurut bapak/ibu seberapa besar peluang usaha yang dijalankan saat ini untuk terus berkembang?
Ranto	Peluangnya itu bisa besar ataupun kecil sebetulnya peluangnya itu sangat besar tapi ya itu peluang sangat besar namun membutuhkan banyak modal yang tidak ada, kita tidak bisa menjangkau peluang yang besar tawaran dari apa itu di toko oleh-oleh pekan baru banyak tawaran untuk menjangkau kemudahan kesana itu sehingga peluangnya menipis. Namun kami tetap optimis dan peluang usaha untuk berkembang sangat terbuka lebar.
Sudarman	Disamping peluang tadi, apakah terdapat rintangan, ancaman atau hambatan yang bapak/ibu rasakan dalam menjalankan usaha sampai saat ini?
Ranto	Dilancar-lancarkan saja, memang kembali paling utama yang sentiasa menjadi ancama itu adalah modal berkaitan dengan alat mungkin dan bahan baku pokoknya kalau untuk masalah pemasaran walaupun palingan kita produk kita walaupun dari Pekanbaru dari Perawang alhamdulillah kita saling siraturahmi dan saling berbagi
Sudarman	Apa harapan bapak/ibu kepada pemerintah terhadap para pelaku usaha hari ini?
Ranto	Harapan kami untuk UMKM ini yang jelas terkendalai dimodal semua sama ibaratnya alat usaha harapannya mas.

	Pokoknya harapan kedepannya itu supaya pemerintah itu ya memperhatikan lebih memperhatikan para pelaku usaha umkm ini untuk meningkatkan ekonomi masyarakat ini yang pelaku umkm ini untuk membantu banyak bantuan itu mana tau ada bantuan itu betul-betul yang tepat saksaran yang mereka itu memang betul-betul pelaku pelakunya itu masih UMKM masih jalan
Sudarman	Baik mas ranto terima kasih atas wawancara yang sebentar ini tetapi ini menjadi bahan bagi kami untuk melengkapi skripsi kami mudah-mudahan kita bisa bersinergi kedepan untuk mencari solusi juga bisa memberikan manfaat lebih tentunya skripsi kami bisa selesai dan tentunya juga mudah-mudahan kalau mas ranto bisa kami carikan solusi dan bisa kami bantu kedepannya mungkin itu mas ranto makasih banyak
Ranto	Sama- sama

Tabel VI
Hasil Wawancara dengan Sujarwo Sebagai
Penghulu Kampung Sri Gading Kecamatan Lubuk Dalam

Sudarman	Bismillahirrahmanirrahim Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh Waalaikumsalam Alhamdulillah Wa syukurilah wa imadillah Allahumma salli ala sallim wa rahmatullahi wa barakatuh Baik terima kasih Pak Penghulu Kampung Serigading Saya Sudahman Mahasiswa Institut Agama Islam Dunia Pekanbaru Datang ke Pak Penghulu Yang pertama Bersilatulah Ini kepada Pak Penghulu, Kemudian yang kedua Kami kebetulan Hendak menyelesaikan tugas akhir kami Di S1 Program Pengembangan Masyarakat Islam Di Institut Agama Islam Dunia Pekanbaru Skripsi kami yang kami beri judul Digitalisasi sebagai upaya Pemberdayaan usaha Mikro kecil berbasis potensi Lokal di Kecamatan Leput Dan Dalam Kabupaten Siang Ini ada
----------	---

	<p>Beberapa Yang ingin kami Tanyakan kepada Pak Penghulu Berkaitan dengan Perkembangan UMKM yang ada di Kampung Serigading Tentu yang pertama, bagaimana perkembangan usaha mikro kecil di wilayah kampung ini dan izin saya meminta profil Kampung/Desa bapak diakhir wawancara nanti?</p>
<p>Penghulu Kampung Sri Gading</p>	<p>Alhamdulillah untuk UMKM Kampung Serigading, ya ada yang maju ada yang apa ya biasalah seperti biasa Karena kadang-kadang ada yang ketengah kokokh, ada juga yang sudah sampai luar produknya seperti Mbak Puji itu kan sudah ke Pekanbaru memasarkan produknya, sudah siap sebagian ada juga yang memang kendalanya mungkin masalah apa masalah tempatnya, pembungkusnya, memang perlu penataan lebih apalagi ke depan gitu.</p>
<p>Sudarman</p>	<p>Kemudian yang kedua, Apakah para palaku usaha kecil di kampung bapak sudah beradaptasi berbasis digital marketing dalam memasarkan produknya baik melalui sosial media ataupun yang lainnya ?</p>
<p>Penghulu Kampung Sri Gading</p>	<p>Mungkin sebagian sudah ada lah Tapi sebagian memang belum Dulu pernah diajari juga Masalah apa Siaku apa Tadi juga disampaikan oleh Pak Penguruh Kuda Iya siaku cuma ya Belum maksimal kan</p>
<p>Sudarman</p>	<p>Apakah Pemerintah Kampung mendorong pelaku usaha kecil untuk meleak teknologi dan adakah pelatihan khusus yang dilakukan pemerintah untuk melahirkan para pelaku usaha berbasis digital yang meleak teknologi?</p>
<p>Penghulu Kampung Sri Gading</p>	<p>Sebenarnya secara umum sudah pernah juga dilakukan Dikumpulkan di Kecamatan Ya cuma kita maklumi juga Masing-masing UMKM ya Namanya orang-orang Pendidikannya Agak rendah ya memang Susah beradaptasi Memahami itu memang agak kesulitan Perlu waktu Baik apakah Kampung Serigading ini memiliki program Pemberdayaan yang menysasar Pada pelaku usaha kecil Ada</p>

Sudarman	Apakah Kampung Srigading memiliki program pemberdayaan yang menyasar pada para pelaku usaha kecil?
Penghulu Kampung Sri Gading	Ada
Sudarman	Menurut bapak, Apa saja kekuatan ekonomi yang dimiliki oleh pelaku usaha dikampung bapak?
Penghulu Kampung Sri Gading	Sesuai dengan acuan dari Pemda kan kita anggarkan, Kita ada bantuan juga untuk UMKM 10 orang setiap tahunnya 10 orang, tentu sudah ada penopang kekuatannya ya
Sudarman	Sejalan dengan kekuatan di atas, jika ada, apa saja kelemahan yang dimiliki para pelaku usaha kecil dikampung ini?
Penghulu Kampung Sri Gading	Ya itu tadi mungkin pertama masalah teknologi kurang, kemudian ya sejarah umum sebetulnya dapat bantuan cuma ya masih minim terbatas untuk bantuan modalnya.
Sudarman	Apakah ada peluang bagi para pelaku usaha kecil untuk berkembang dan memanfaatkan adaptasi digitalisasi sebagai pemasaran usahanya?
Penghulu Kampung Sri Gading	Sangat sangat ada peluangnya dan perlu menggunakan teknologi digital sebagai adaptasi percepatan perkembangan usahanya melalui sosial media, dan <i>market place</i> lainnya yang menggunakan teknologi.
Sudarman	Selain teknologi hambatan/ancaman apa saja yang terjadi pada pelaku usaha kecil asli kecamatan lubuk dalam ?

Penghulu Kampung Sri Gading	Ancaman atau hambatannya ya itu tadi hambatannya karena kami sendiri kurang banyak teknologi itu ya sekarang zaman digital kan baik baik yang itu saja pak mahal ya bahan kami ini data kami depan untuk bisa kami jadikan bahan sebagai pelatihan.
-----------------------------------	---

Tabel V
Hasil Wawancara dengan A.Golkar Sebagai
Penghulu Kampung Lubuk Dalam Kecamatan Lubuk Dalam

Sudarman	Bismillahirrahmanirrahim Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillah, selamat pagi mohon maaf sebelumnya pak penghulu saya Sudarman mahasiswa Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru hari ini saya datang ke Penghulu, Pak Penghulu Kampung Lubuk Dalam, dalam langkah wawancara terkait dengan melengkapi data saya dalam penelitian untuk menyelesaikan Skripsi saya untuk tahun ini, tentunya ada beberapa hal yang ingin kami tanyakan kepada Pak Penghulu berkaitan dengan penelitian kami di Kampung Lubuk Dalam ini Tentunya Kami ingin menyampaikan terlebih dahulu penelitian Skripsi kami dengan judul dengan judul <i>"Implementasi Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Umk Berbasis Potensi Desa Dayun Kabupaten Siak"</i> . Di KampungLubuk Dalam ini, ada beberapa hal yang perlu kami pertanyakan, kami berharap kami bisa mendapatkan data yang valid dari Pak Penghulu, Juga kami mohon nanti untuk meminta Profil Kampung Untuk kami jadikan bahan pelengkap sebagai pelengkap data kami. Yang pertama menurut Pak Penghulu, bagaimana perkembangan usaha mikro kecil di wilayah kampung ini dan izin saya meminta profil Kampung/Desa bapak diakhir wawancara nanti?
----------	---

Penghulu Kampung Lubuk Dalam	UMK belakang ini memang Usaha Kecil Mikro kecil di Kampung Lubuk Dalam Memang banyak berkembang terlihat kemudian banyak tumbuh usaha baru atau Usaha Kecil. Apalagi kita selalu sering melakukan Penyuluhan terkait Usaha mikro ini. Kemudian ada terkait juga program Bapak Bupati tentang adanya dampingan kepada 10 Pelaku UMK Kampung yang sudah berjalan, Dari Kurang mampu yang perlu didampingi. Akan tetapi kita memajukan data kemarin ada sejumlah 20 UMK juga. Selain dari Pemda bantuan dari kampung dampingan dari kami Juga ada secara mandiri Juga, ada support dari perusahaan Untuk menggerakkan UMK di Kampung Lubuk Dalam Juga, kemarin ada juga dari Badan POM Ada 2 Pelaku UMK yang di support. UMK di kampung Lubuk Dalam ada yang bergerak ada usaha kecil yang bergerak siap saji, kemudian yang retail juga, ada 16 usaha yang kita dampingi sampai mendapat Mendapatkan sertifikat layak dan halal
Sudarman	Apakah para palaku usaha kecil di kampung bapak sudah beradaptasi berbasis digital marketing dalam memasarkan produknya baik melalui sosial media ataupun yang lainnya ?
Penghulu Kampung Lubuk Dalam	Ada yang sudah dan ada yang belum
Sudarman	Apakah Pemerintah Kampung mendorong pelaku usaha kecil untuk melek teknologi dan adakah pelatihan khusus yang dilakukan pemerintah untuk melahirkan para pelaku usaha berbasis digital yang melek teknologi?
Penghulu Kampung Lubuk Dalam	Sudah pernah ada. Program dinas yang untuk mendampingi mereka melek teknologi untuk ini, pemasaran.
Sudarman	Apakah Kampung Lubuk Dalam memiliki program pemberdayaan yang menyasar pada para pelaku usaha kecil?

Penghulu Kampung Lubuk Dalam	Ada salah satunya Ada program dampingan daerah untuk tahun ini ada 10 dampingan. dampingan yang dilakukan oleh pendamping kampung lah ya? ya, kampung juga dicoba dulu kan. minimal 10 untuk tahun yang mulai tahun 2023 kemarin.
Sudarman	Menurut bapak, Apa saja kekuatan ekonomi yang dimiliki oleh pelaku usaha dikampung bapak?
Penghulu Kampung Lubuk Dalam	Kekuatannya terletak pada pendampingan, kemudian Yang terkait unggul memang? Ya, terkait unggul ya. Kekuatan ekonomi mungkin yang, apa ya, mungkin, kalau untuk ekonomi belum terlalu ini lah. Belum terlalu kuat ya? Belum terlalu kuat untuk unggul. Tapi ada beberapa memang, contohnya saja jualan goreng dari non, tapi mereka gagal. Tapi sekarang udah punya mobil, punya rumah sendiri kan. Berarti kan mereka sudah ada ini ya, kekuatannya bagus. Kekuatan. Kekuatan. Kemudian ada ini apa? Langgan ya? Langgan. Langgan. Ya, ada pelanggan, kemudian ya inovasi, kemudian tadi kreativitas mereka jualan dengan usahanya tetap terus dikembangannya kan terus. Ya, sesuai dengan kemauan, ya kemauan mereka dan apalah, pesanan pemerintah.
Sudarman	Sejalan dengan kekuatan di atas, jika ada, apa saja kelemahan yang dimiliki para pelaku usaha kecil dikampung ini?
Penghulu Kampung Lubuk Dalam	Sejauh ini kan, kelemahan yang kita lihat kan, mereka ini ya, tidak gigih apa ya? Kalau modal memang sebetulnya kalau sudah berjalan, modal dari mana aja, kita pun bisa bantu. Tapi saat ini berjalan dulu, buktikan bahwa mereka itu bisa maju. Salah satu jayaku kan kami yang ini, yang agak ramah, tapi mereka harus ini.harus telaten atau gigih kan, tidak gampang menyerah dengan usahanya. Kan buat saingan pasti harus banyak, saingan berbeda-beda. Tapi kita harus inovasi usahanya, biar berbentuk cuma apa ya, mie mungkin, nasi goreng kan. Bukan dimodifikasi dengan nama, dengan

	<p>rasa mungkin. Giat untuk usahanya. Kreativitas. Ya, kreativitas inovasi dengan usahanya. Itu pasti cepat booming dan kurang lebih. Pasti bisa bersaing. Kita kan pelaku UMK lubuk dalam ini memang unggulnya memang, karena berada di dua pasar. Pusat kota ya. Pusat kota, dua pasar kan, tapi bersaingnya memang harus kuat, tapi mereka dengan teknologi tadi, tetap unggul. Saat ini saya bilang yang kuat di teknologi pengembangannya.</p>
Sudarman	<p>Apakah ada peluang bagi para pelaku usaha kecil untuk berkembang dan memanfaatkan adaptasi digitalisasi sebagai pemasaran usahanya?</p>
Penghulu Kampung Lubuk Dalam	<p>Peluangnya ada. Besar ya? Besar. Apalagi kalau beradaptasi menggunakan digital ya. Yang rajin, yang memanfaatkan digital nampaknya lebih berkembang ya. Karena lebih terkenal. Pokoknya yang mudah beradaptasi ya. Ya, pelanggan itu lebih cenderung menggunakan media. Bahkan media sosial mudah menjangkau masyarakat yang lebih lewat media sosial situ saja. Ya jarang mereka yang keliling, tapi lebih media sosial, kemudian COD ya. COD juga menggunakan adaptasi digital. Bagi saya peluang usaha sangat besar tergantung masyarakat yang menjalankan usahanya serius atau tidak dan mampu beradaptasi dengan teknologi atau tidak. Ya itu sih menurut saya peluangnya.</p>
Sudarman	<p>Selain teknologi hambatan/ancaman apa saja yang terjadi pada pelaku usaha kecil asli kecamatan lubuk dalam ?</p>
Penghulu Kampung Lubuk Dalam	<p>Ancaman itu terutama kan persaingannya, persaingan dari banyaknya Pelaku UMK yang ada didalam sebagai ancaman kalau mereka tidak ini. Ya. Tidak mau berkembang, tidak mau berkreaitivitas baru. Kemudian tentang mereka yang tidak ini lah. Tidak serius dengan usahanya akan tereleminasi sendiri.</p>
Sudarman	<p>Mungkin itu saja pak penghulu, ini menjadi bahan bagi saya sebagai mahasiswa Institut Agama Islam Diniyyah</p>

	Pekanbaru untuk menyelesaikan skripsi dan juga memberikan bantuan kepada masyarakat dan pelaku UMK. Terimakasih pak Penghulu
Penghulu Kampung Lubuk Dalam	Sama-sama

Tabel VII
Hasil Wawancara dengan Suwarso Widodo Sebagai
Penghulu Kampung Sialang Palas Kecamatan Lubuk Dalam

Sudarman	Bismillahirrahmanirrahim Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillah, selamat pagi mohon maaf sebelumnya pak penghulu saya Sudarman mahasiswa Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru hari ini saya datang ke Penghulu, Pak Penghulu Kampung Lubuk Dalam, dalam langkah wawancara terkait dengan melengkapi data saya dalam penelitian untuk menyelesaikan Skripsi saya untuk tahun ini, tentunya ada beberapa hal yang ingin kami tanyakan kepada Pak Penghulu berkaitan dengan penelitian kami di Kampung Lubuk Dalam ini Tentunya Kami ingin menyampaikan terlebih dahulu penelitian Skripsi kami dengan judul dengan judul <i>"Implementasi Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak"</i> . Di KampungLubuk Dalam ini, ada beberapa hal yang perlu kami pertanyakan, kami berharap kami bisa mendapatkan data yang valid dari Pak Penghulu, Juga kami mohon nanti untuk meminta Profil Kampung Untuk kami jadikan bahan pelengkap sebagai pelengkap data kami. Yang pertama menurut Pak Penghulu, bagaimana perkembangan usaha mikro kecil di wilayah kampung ini dan izin saya meminta profil Kampung bapak diakhir wawancara nanti?
----------	---

Penghulu Kampung Sialang Palas	UMK Sialang Palas berjalan seperti biasa, karena disini banyak sekali UMK, tapi permasalahan yaitu dipemasarkan karena banyaknya UMK dan ini menjadi kendala kami di pemasaran dan pada dasarnya berkembang.
Sudarman	Apakah para pelaku usaha kecil di kampung bapak sudah beradaptasi berbasis digital marketing dalam memasarkan produknya baik melalui sosial media ataupun yang lainnya ?
Penghulu Kampung Sialang Palas	Memang untuk saat ini ada yang sudah dan ada yang belum, sejauh pengamatan saya 80% mereka sudah memasarkan berbasis digital dan ada beberapa UMK yang langsung kerjasama dengan minimarket seperti indomaret dan alfamat ini juga sudah ada, jadi UMK ini cukup aktif dalam memasarkan produknya .
Sudarman	Apakah Pemerintah Kampung mendorong pelaku usaha kecil untuk melek teknologi dan adakah pelatihan khusus yang dilakukan pemerintah untuk melahirkan para pelaku usaha berbasis digital yang melek teknologi?
Penghulu Kampung Sialang Palas	Kalau kami dari pemerintah, UMK ini menjadi perhatian kami pada dasarnya kami support, ada beberapa UMK yang kami bantu baik berupa alat ataupun lainnya.
Sudarman	Apakah Kampung Lubuk Dalam memiliki program pemberdayaan yang menasar pada para pelaku usaha kecil?
Penghulu Kampung Sialang Palas	Kami memang mempunyai program dan masuk ke RPJM kami, kami punya rencana membuka taman lapangan hijau dan disitulah para UMK tersebut kami kembangkan secara pengelolaan ada kiosnya dan ada event tertentu di taman lapangan tersebut
Sudarman	Menurut bapak, Apa saja kekuatan ekonomi yang dimiliki oleh pelaku usaha dikampung bapak?

Penghulu Kampung Sialang Palas	UMK ini harus berjalan dengan baik dan support dari semua leader, kami akan berusaha untuk menguatkan ekonomi dan juga tidak berharap pada satu pemasukan ekonomi saja seperti sawit, jadi kami akan terus dorong melakukan penguatan ekonomi masyarakat agar mandiri, jadi dengan penguatan UMK inilah agar perekonomian masyarakat Sialang Palas dapat stabil
Sudarman	Sejalan dengan kekuatan di atas, jika ada, apa saja kelemahan yang dimiliki para pelaku usaha kecil dikampung ini?
Penghulu Kampung Sialang Palas	Kelemahannya pertama kurangnya pengetahuan , kedua dari segi modal, ketiga, pemasaran itu sendiri yang tidak kala pentingnya dan itulah yang dikeluhkan terhadap kami.
Sudarman	Apakah ada peluang bagi para pelaku usaha kecil untuk berkembang dan memanfaatkan adaptasi digitalisasi sebagai pemasaran usahanya?
Penghulu Kampung Sialang Palas	Kalau untuk jaman sekarang peluang itu sangat besar, apalagi sekarang orang mengambil barang atau beli sesuatu itu serba <i>online</i> , apalagi kita aktif dalam medsos dan menyampaikan sesuatu sehingga ini sangat membantu sekali teknologi digital ini sehingga kita tidak harus berjalan dan dari rumah mereka sudah bisa memasarkan produk usahanya.
Sudarman	Selain teknologi hambatan/ancaman apa saja yang terjadi pada pelaku usaha kecil asli kecamatan lubuk dalam ?
Penghulu Kampung Sialang Palas	Kalau ancaman ataupun hambatan dengan kekurangan modal dan pemasaran menurut kami, itu menjadi ancaman nyata bagi para pelaku usaha.
Sudarman	Terimakasih Pak Penghulu, semoga wawancara kali ini bisa memberikan gambaran kedepan, agar kami bisa memberikan solusi dan nanti bisa bekerjasama dengan kami di kabupaten siak dan bagaimana UMK ini menjadi solusi bagi

	pertumbuhan perekonomian masyarakat. Mungkin terimakasih pak penghulu
Penghulu Kampung Sialang Palas	Baik, sama-sama

Tabel IV
Hasil Wawancara dengan Zulfadli sebagai Sekretaris Camat
Kecamatan Lubuk Dalam

Sudarman	Assalamualaikum wr wb, perkenalkan saya s, mohon izin pak, saya dari prodi pmi, tujuan kami hadir disini melaksanakan penelitian dengan judul <i>“Implementasi Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan UMK Berbasis Potensi di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak”</i> , kami hadir kesini untuk melakukan wawancara kepada Pak Camat namun karena beliau tidak ada kami lakukan kepada Pak Sekretaris Camat saja, karena ada beberapa hal yang ingin kami tanyakan terkait UMK, Bagaimana perkembangan usaha mikro kecil di Kecamatan Lubuk Dalam ini dan izin kami meminta profil kecamatan nanti di akhir wawancara
Sekretaris Camat	Terimakasih atas kunjungan dari Pak Dewan, berkenaan dengan UMKM ataupun UMK di Kecamatan Lubuk Dalam ini, alhamdulillah dalam beberapa waktu terakhir ini sangat pesat perkembangannya terutama pada ranah home industri, makanan dan produk olahan itu sangat banyak di rawang kao kemudian kita dari PKK ada menyelenggarakan P2K itu terkait pembinaan dan pemberdayaan UMK di sektor PKK nya, kemarinpun sudah melakukan penilaian, jadi berjalan juga dengan slogan kabupaten siak, Petama, kami juga ada kelemahan di sisi NIB (Nomor Induk Berusaha) masih ada dari UMK kita yang belum mendaftarkan usahanya, kedua terkait marketing atau pemasaran kami

	<p>dari pemerintah memang belum masuk kepada platform digital marketing yang kami lakukan kepada UMK karena banyak usaha dari para pelaku UMK yang butuh support terkait pemasaran produk melalui platform digital, namun beberapa UMK ada yang secara mandiri menggunakan platform tersebut. Kami dari Pemerintah Kecamatan juga beberapa kali melakukan expo untuk membantu produk-produk UMK di pasarkan atau diperkenalkan , terus setelah dari situ beberapa produk UMK tidak ada perkembangan namun saya menilai produk yang di buat oleh UMK tersebut sudah menarik dan untuk rasa yaa bisa bersaing. Mulai dari produk tradisional dan lainnya, saya juga lagi memikirkan platform apa yang baik untuk membantu membumikan produk UMK masyarakat agar tidak hanya di pasarkan di Lubuk Dalam saja namun juga keluar daerah, dan itu menjadi kelemahan kami di pemerintah namun untuk produktifitas produk UMK itu sangat produktif dan artinya disukai oleh pasar</p>
Sudarman	<p>Kemudian, Apakah para palaku usaha kecil di Kecamatan Lubuk Dalam sudah beradaptasi berbasis digital marketing dalam memasarkan produknya baik melalui sosial media ataupun yang lainnya</p>
Sekretaris Camat	<p>Sembari jawaban tadi, beberapa UMK belum melek ataupun beradaptasi dengan digital marketing dan beberapa UMK dalam memasarkan produknya hanya dari mulut ke mulut saja dan sejauh yang kita jangkau di <i>market place</i> sepengetahuan saya belum banyak pelaku UMK yang memasarkan produknya melalui <i>market place</i> atau platform lainnya</p>
Sudarman	<p>Apakah pemerintah kecamatan mendorong pelaku usaha kecil untuk melek teknologi dan adakah pelatihan khusus yang dilakukan pemerintah kecamatan untuk melahirkan para pelaku usaha berbasis digital yang melek teknologi?</p>

Sekretaris Camat	Kalau kewenangan itu memang adanya di Dinas UMKM, jadi beberapa pelaku UMK sudah didorong melalui berbagai pelatihan namun jumlahnya tidak terlalu signifikan, sebenarnya untuk itu memang kewenangannya tidak di Kecamatan, kecamatan hanya memfasilitasi para pelaku UMK yang didorong untuk mengikuti pelatihan yang dilaksanakan oleh Dinas UMKM, mungkin ini akan menjadi usulan kekami untuk bersinergi kepada dinas terkait bahwasanya ini penting untuk masyarakat kami terutama para pelaku UMK untuk melek digital dalam melakukan pemasaran produknya karena akan mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat dilapis bawah.
Sudarman	Apakah Kecamatan memiliki program pemberdayaan yang menyasar pada para pelaku usaha kecil?
Sekretaris Camat	Programnya setiap event kita selalu melibatkan pelaku UMK untuk membuat stand, karena kita punya tenda sendiri karena setiap itu pasti disediakan tempat setaip event, program atau kegiatan yang kami lakukan.
Sudarman	Menurut Pak Sekretaris Camat, Apa saja kekuatan ekonomi yang dimiliki oleh pelaku usaha Kecamatan Lubuk Dalam?
Sekretaris Camat	Kekuatan ekonomi di bidang keterampilannya, namun hanya saja kurang modal, Pak Bupati juga mendorong 80 UMK disetiap kecamatan untuk mendapatkan modal dari perbankan dan minim 10 UMK di setiap kampung, namun angka itu bisa saja bertambah untuk mensupport para pelaku UMK.
Sudarman	Sejalan dengan kekuatan di atas, jika ada, apa saja kelemahan yang dimiliki para pelaku usaha kecil kecamatan lubuk dalam?
Sekretaris Camat	Kelemahan mungkin bahan baku, kemudian masalah pembiayaan atau permodalan untuk bisa ekspansi.

Sudarman	Baik kemudian, Apakah ada peluang bagi para pelaku usaha kecil untuk berkembang dan memanfaatkan adaptasi digitalisasi sebagai pemasaran usahanya?
Sekretaris Camat	Peluang itu masih ada dan pasti ada, apalagi milenial yang melek teknologi, semua peluang usaha itu bisa terbuka melalui penggunaan digitalisasi tadi jika dimanfaatkan dengan baik sebagai digital marketing pemasaran usaha para pelaku usaha.
Sudarman	Selain teknologi hambatan/ancaman apa saja yang terjadi pada pelaku usaha kecil asli kecamatan lubuk dalam ?
Sekretaris Camat	Terkait ancamana ataupun hambatan Ini menyesuaikan pak, yang terpenting harus perbanyak inovasi, karena dunia digitalisasi ini sangat cepat pak, sangat cepat perubahannya. Jadi para pelaku UMK ini dituntut untuk sangat cepat membaca market atau membaca peluang, karen rentan waktu itu sangat cepat sesuai dengan trend.
Sudarman	Terimakasih Pak Sekcam, mudah-mudahan wawancara siang hari ini bisa bermanfaat bagi kami sebagai mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru untuk melengkapi Skripsi ataupun penelitian kami, kemudian saya juga sebagai Anggota DPRD Kab. Siak ini juga menjadi bahan bagi saya sendiri untuk bisa memberikan solusi bagi masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan UMK di masa yang akan datang. Terimakasih Pak Sekcam
Sekretaris Camat	Baik.

Lampiran 4

HASIL DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1 & 2 : Kegiatan wawancara dengan Puji Suryani (Owner Dapoer Zhafran Snack and Bakery) diambil pada tanggal 15 Mei 2024 di Rumah Produksi Dapoer Zhafran di Kampung Sri Gading Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.



Gambar 3 & 4 : Kegiatan wawancara Ari Lestari (Owner Jae-Que) pada tanggal 15 Mei di Rumah Produksi Jae-Que Kampung Lubuk Dalam Kecamatan Lubuk Dalam.



Gambar 5 : Kegiatan wawancara dengan Ranto (Owner Keripik Tempe Sumber Rejeki) diambil pada tanggal 15 Mei 2024 di Kampung Sialang Palas Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.



Gambar 6 :Kegiatan wawancara dengan A. Golkar (Penghulu Kampung Lubuk Dalam) diambil pada tanggal 27 Mei 2024 di Kantor Kampung Lubuk Dalam Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak



Gambar 7 & 8 : Kegiatan pengambilan data atau informasi mengenai Kecamatan Lubuk Dalam sekaligus wawancara dengan Zulfadli (Sekretaris Camat Lubuk Dalam) diambil pada tanggal 27 Mei 2024 di Kantor Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.



Gambar 9 & 10: Kegiatan wawancara dengan Sujarwo (Penghulu Kampung Sri Gading) diambil pada tanggal 27 Mei 2024 di Kanto Kampung Sri Gading Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak.

RIWAYAT HIDUP



Penulis Sudarman, tempat tanggal lahir, Aras, 16 Maret 1984. Merupakan anak ke 2 dari 9 bersaudara. Ayahanda bernama Misran dan Ibunda bernama Sukarmi. Penulis melalui pendidikan dasar di SD N Inpress Desa Aras Indrapura Sumatera Utara dan tamat pada tahun 1996. Kemudian melanjutkan di pendidikan MTSS Al-Wasliyah Indrapura Sumatera Utara dan tamat pada tahun 1999.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke MAS Al-Wasliyah Indrapura Sumatera Utara dan tamat tahun 2002 Pada tahun 2020 penulis diterima sebagai mahasiswa di Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah. Pada tahun 2023 bulan Juli sampai Agustus penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Kampung Lubuk Dalam dan pada tahun yang sama penulis melakukan Praktik Pekerjaan Lapangan di Kantor Penghulu Kampung Lubuk Dalam. Barulah penulis melaksanakan penelitian dari bulan Maret hingga bulan Juni 2024 di Kecamatan Lubuk Dalam dengan judul : *“Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak”* . Hasil penelitian tersebut akan menjadi pembelajaran bagi penulis untuk mengakomodir aspirasi masyarakat agar penulis pelajari dan diperjuangkan saat penulis di Pemerintahan melalui legislatif.