

**KAJIAN STRATEGI PENGEMBANGAN SERTA PEMBERDAYAAN USAHA
MENENGAH KECIL DAN MIKRO (UMKM)
DI KOTA TANJUNGBALAI**

Suardi

Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa

Email : suardi@dharmawangsa.ac.id

Abstract

Medium, Small and Micro Enterprises (UMKM) play a vital role in development and economic growth, because in addition to absorbing the most labor, it also contributes greatly to gross domestic growth. Absorption of labor in the UMKM sector grew from 96.99 percent to 97.22 percent in the last five years, so UMKM became a source of employment opportunities and increased income by absorbing a lot of labor. This study aims to examine the strategy of developing and empowering and increasing the competitiveness of UMKM in Tanjungbalai City. This study uses primary data and secondary data. The analytical method used is a descriptive approach, namely identifying with regard to various problems faced by UMKM. The results of the study are in the form of a strategy for developing and empowering as well as increasing the competitiveness of UMKM in the face of global competition.

Keywords: *competitiveness, competitiveness, development strategy, and empowerment.*

1. PENDAHULUAN

Salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pengembangan Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional. Pengembangan Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Tumbuh dan berkembangnya usaha kecil dan menengah menjadikannya sebagai pertumbuhan kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat. Menyadari pentingnya peran UMKM, maka upaya pemberdayaan UMKM dalam rangka percepatan pembangunan ekonomi daerah dan pusat serta peningkatan daya saing produk UMKM.

Winarni (2006) yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan” bertujuan untuk mengkaji upaya untuk meningkatkan pertumbuhan usaha kecil perlu dipelajari karakteristik serta permasalahan. Permasalahan UMKM adalah kurang permodalan, kesulitan dalam pemasaran dan bahan baku, kurang trampil proses produksi, kurang manajerial dan keuangan, dan iklim usaha yang kurang kondusif. Adiningsih (2001) mengatakan UMKM masih lemah dalam kemampuan manajemen usaha, kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas, serta lemahnya akses ke lembaga keuangan, khususnya perbankan. Itu mendukung hasil penelitian Urata (2000) menunjukkan di antara permasalahan pokok yang dihadapi oleh UMKM adalah banyaknya UMKM yang belum bankable, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial. Hasil penelitian serupa oleh Syarif (2008) mengatakan terbatasnya kemampuan UMKM dalam mengakses informasi untuk mempromosikan produk UMKM.

Definisi usaha kecil menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah pada pasal 1 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar.

Menurut BPS UMKM di bedakan berdasarkan jumlah tenaga kerjanya yaitu industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang, industri kecil dengan pekerja 5-19 orang, industri menengah dengan pekerja 20-99 orang, industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih. Menurut Chris Manning, *et al* (1991) sektor UMKM adalah bagian dari sistem ekonomi kota dan desa yang belum mendapatkan bantuan ekonomi dari pemerintah atau belum mampu menggunakan bantuan yang telah disediakan atau telah menerima bantuan tetapi belum sanggup dikembangkan. Sektor UMKM di Indonesia, umumnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: Kegiatan usaha tidak terorganisasikan secara baik, karena timbulnya unit usaha tidak mempergunakan fasilitas/kelembagaan yang tersedia, tidak mempunyai izin usaha, pola kegiatan usaha tidak teratur baik dalam arti lokasi maupun jam kerja, pada umumnya kebijakan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi lemah tidak sampai ke sektor ini. Pada umumnya UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai permasalahan yang menghambat kegiatan usahanya. Berbagai hambatan tersebut meliputi kesulitan pemasaran, keterbatasan finansial, keterbatasan SDM berkualitas, masalah bahan baku, keterbatasan teknologi, infrastruktur pendukung dan rendahnya komitmen pemerintah.

RUMUSAN MASALAH

1. Daya Saing

Studi yang dilakukan oleh *International Labour Organization* (ILO) seperti dikemukakan Sethuraman (1993) dalam Sriyana (2010), dijelaskan bahwa aktivitas-

aktivitas UMKM tidak terbatas pada pekerjaan-pekerjaan tertentu, tetapi bahkan juga meliputi berbagai aktivitas ekonomi yang antara lain ditandai dengan: mudah untuk dimasuki, bersandar pada sumberdaya lokal, usaha milik sendiri, opersinya dalam skala kecil, padat karya dan teknologinya bersifat adaptif, keterampilan dapat diperoleh di luar sistem sekolah formal, dan tidak terkena langsung oleh regulasi dan pasarnya bersifat kompetitif. Studi yang dilakukan ILO ini menyebutkan sektor UMKM punya ciri: ukuran usaha kecil, kepemilikan keluarga, intensif tenaga kerja, status usaha individu, tanpa promosi, dan tidak ada hambatan masuk.

Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai. Semua perusahaan, khususnya UMKM bersaing untuk menjadi yang terdepan dalam era persaingan. Oleh karena itu, setiap UMKM dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi, sehingga harus mulai memperbaiki diri. UMKM yang memiliki daya saing tinggi ditandai dengan kemampuan sumber daya manusia (SDM) yang andal, penguasaan pengetahuan yang tinggi, dan penguasaan perekonomian.

Selanjutnya menurut Arif Rahmana (2009), UMKM perlu memanfaatkan Teknologi Informasi untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini, arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan melalui pemanfaatan Teknologi Informasi. Dengan pemanfaatan Teknologi Informasi akan mendorong UMKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya. Dengan kondisi tersebut kegiatan pengembangan UMKM perlu di

arahkan untuk melakukan analisis daya saing dan merumuskan upaya-upaya peningkatan daya saing dalam rangka pembangunan daya saing dan perekonomian nasional. Mempertajam peningkatan daya saing usaha yang searah dengan persaingan usaha ke depan. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dan terus bertambah, sangat membutuhkan keberadaan UMKM yang kuat, berdaya saing di pasar dalam negeri maupun global.

UMKM adalah kunci bagi peningkatan kualitas hidup bangsa, sekaligus kunci bagi ketahanan perekonomian nasional. Perlu kebijakan yang didukung seluruh pemangku kepentingan, untuk menempatkan pasar dalam negeri sebagai basis pengembangan UMKM. Beberapa temuan penelitian sebelumnya menyatakan lemahnya daya saing UMKM disebabkan beberapa masalah yang dihadapi oleh para UMKM.

Hamid dan Susilo (2011) menyimpulkan dari hasil penelitiannya beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM di Provinsi DIY, antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal.

2. Kompetitif

Salah satu stimulus yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas UMKM di era digital ini adalah dengan memasukkan beberapa konten peningkatan kapasitas dan unsur kompetitif di dalam program Diginesia seperti seminar, workshop, *coaching*, penjurian untuk program lokal dan nasional, proses karantina, penjurian, dan awarding. Untuk mendorong UMKM yang melek teknologi dan berani berkompetisi di pasar global, diperlukan lebih banyak lagi kegiatan seperti program Diginesia di berbagai daerah. Upaya

digitalisasi UMKM dapat dibentuk melalui inisiatif sektor swasta melalui beragam program peningkatan kapasitas UMKM lokal hingga keterlibatan pemerintah daerah dalam pemberian pelatihan, membuka road map jejaring pasar hingga memberikan sarana berupa website yang mampu memasarkan produk-produk lokal daerah yang diproduksi UMKM lokal.

3. Strategi Pengembangan dan Pemberdayaan

Dinas Koperasi dan UMKM sebagai institusi yang bertanggung jawab terhadap perkembangan dan pertumbuhan UMKM, harus mendorong tumbuhnya sentra-sentra UMKM dan sekaligus mempersiapkan tenaga konsultan BDS yang mengerti tentang bisnis. Terlebih lagi pada era persaingan global seperti sekarang ini, dimana UMKM dituntut harus menguasai teknologi dalam mengakses berbagai informasi tentang bisnis. Jika semuanya dilakukan dengan selaras melalui pendekatan program (bukan proyek), maka pertumbuhan UMKM yang spektakuler bukan sekadar mimpi lagi karena potensi pasar domestik dan pasar global merupakan peluang yang dapat dipenuhi oleh UMKM di negeri sendiri, bukan sebaliknya digarap oleh pengusaha dari negara lain. Karena itu kegiatan pemberdayaan melalui pendekatan sentra UMKM dan konsultan ahli sebagai pendamping yang dikenal dengan sebutan Business Development Service (BDS). Tujuannya adalah untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. BDS harus menjadi prioritas bagi pemerintah.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan kegiatan penelitian ini adalah untuk menghasilkan satu model strategi pengembangan dan pemberdayaan UMKM berbasis Daya Saing.

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kepustakaan, yaitu kegiatan untuk

menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, internet dan sumber-sumber lain. Dengan melakukan studi kepustakaan, peneliti dapat memanfaatkan semua informasi dan pemikiran-pemikiran yang relevan dengan penelitiannya.

3. KAJIAN TEORI

Untuk mewujudkan strategi pengembangan dan pemberdayaan UMKM berbasis Daya Saing, maka kegiatan utama akan dilaksanakan dalam dua langkah yakni; 1) identifikasi masalah-masalah yang dihadapi UMKM, dan 2) penyusunan model strategi pengembangan UMKM berbasis Daya Saing. Pada langkah pertama, kegiatan yang akan dilaksanakan adalah mengumpulkan informasi tentang masalah-masalah yang dihadapi UMKM berkaitan dengan peningkatan daya saing. Informasi diperoleh dari pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan metode survey dengan melakukan wawancara pada informan dan penyebaran kuesioner pada responden. Informan adalah pihak-pihak yang mengetahui informasi tentang UMKM seperti misalnya pegawai atau staf Dinas Perindagkop dan UKM atau informan lembaga-lembaga lainnya yang berkepentingan terhadap UMKM. Sedangkan kuesioner diberikan pada UMKM sebagai responden penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di Kota Tanjungbalai. Penentuan sampel responden menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, sedangkan pertimbangan yang diambil itu berdasarkan tujuan tertentu (Rianse, 2008:208).

Kriteria sampel UMKM yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Memiliki asset Rp 50.000.000 - Rp 10.000.000.000.
2. Memiliki omzet maksimal 50 M pertahun.
3. Memiliki tenaga kerja 5 - 250 orang.

4. Usaha berbasis pengolahan baik home industry, pertanian, dan perikanan. Data sekunder berupa informasi perkembangan UMKM di Kota Tanjungbalai dari berbagai sumber. Data yang diperoleh kemudian di analisis dengan menggunakan metode deskriptif.

Analisis deskriptif menggunakan Tabulasi Frekuensi dan grafik yang menghasilkan gambaran permasalahan UMKM di Kota Tanjungbalai. Dari hasil analisis deskriptif kemudian dilanjutkan langkah kedua merumuskan dan menyusun model strategi pengembangan UMKM dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Pada penelitian ini bertujuan merumuskan model strategi pengembangan UMKM berbasis daya saing. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif dan analisis SWOT. Analisis deskriptif digunakan untuk mengolah data-data yang dikumpulkan baik berupa data primer dan sekunder. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah-masalah serta persoalan yang di hadapi oleh UMKM. Analisis dengan menggunakan bantuan tabulasi frekuensi dan grafik.

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang berfungsi untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisa SWOT berguna untuk menganalisa faktor-faktor di dalam organisasi yang memberikan andil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis, dan kebijakan organisasi. Dengan demikian rencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis organisasi (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

1. Kekuatan (*Strengths*): karakteristik bisnis, atau proyek yang memberikan keuntungan lebih dari orang lain.

2. Kelemahan/Keterbatasan (*Weaknesses*): adalah karakteristik yang menempatkan bisnis/proyek di posisi yang kurang menguntungkan dibandingkan dengan orang lain.

3. Peluang (*Opportunities*): peluang eksternal untuk meningkatkan kinerja (misalnya membuat keuntungan yang lebih besar) di lingkungan.

4. Ancaman (*Threats*): unsur eksternal dalam lingkungan yang dapat menyebabkan masalah bagi bisnis atau proyek.

4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Populasi atau responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang menjadi anggota/pelaku UMKM di Kota Tanjungbalai yang tersebar di seluruh kecamatan Kota Tanjungbalai. Pada penelitian ini kuesioner yang disebar sebanyak 100 responden yang menjadi pelaku UMKM yang tersebar di Kota Tanjungbalai.

Potensi Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (UMKM) Kota Tanjungbalai yang cukup besar, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat di Kota Tanjungbalai. Namun pada saat yang sama tidak dapat dipungkiri bahwa kondisi UMKM di Kota Tanjungbalai masih lemah dalam berbagai aspek usaha, diantaranya pada aspek kemampuan SDM, sarana dan prasarana, permodalan maupun dari segi pemasarannya. Oleh sebab itu pemerintah Kota Tanjungbalai, melalui SKPD terkait khususnya Dinas Koperasi dan UKM terus melaksanakan upaya pembinaan dan pemberdayaan terhadap UMKM. Untuk itu strategi pengembangan usaha bagi UMKM perlu dirumuskan dan dapat menjadi rekomendasi bagi pemerintah dan *stakeholder* lainnya dalam membuat kebijakan pemberdayaan UMKM di Kota Tanjungbalai.

Identifikasi Hambatan yang di Hadapi dalam Mengembangkan UMKM di Kota Tanjungbalai.

Hambatan dan masalah yang dihadapi dalam mengembangkan usaha pada UMKM di Kota Tanjungbalai pada umumnya dapat disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Dimana yang bersifat internal yaitu meliputi; dana, keterbatasan dan ketersediaan tenaga kerja atau SDM, manajemen yang masih sangat sederhana dan belum efektif sehingga kurang efisien, adanya kekurangan atau keterbatasan dalam segi permodalan, kurangnya sarana dan prasarana serta lemahnya pengetahuan tentang sistem pemasaran dan kurangnya infrastruktur yang kurang mendukung. Permasalahan utama penyebab lemahnya pertumbuhan UMKM yaitu dari segi permodalan dan ketersediaan sarana dan prasarana penunjang bagi peningkatan usaha pada bidang UMKM di Kota Tanjungbalai. Banyak sekali UMKM yang dapat membuka usaha namun tidak dapat mempertahankan usahanya dengan alasan keterbatasan modal yang terkadang disebabkan oleh lemahnya daya beli masyarakat dan informasi serta pengetahuan tentang berwirausaha bagi UMKM yang ada di Kota Tanjungbalai ini khususnya.

Beberapa permasalahan dan hambatan yang ditemui baik dalam hal manajemen secara internal dan eksternal maupun dalam pelaksanaan kegiatan usaha yang antara lain sebagai berikut:

1. Terbatasnya modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM.
2. Masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha di dunia bisnis.
3. Kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM dalam membantu pengembangan dan peningkatan usahanya.
4. Adanya hambatan secara eksternal seperti kesediaan tenaga listrik yang dianggap mengganggu kegiatan operasional dari UMKM di Kota Tanjungbalai.

5. Kurangnya pemahaman dari pelaku UMKM tentang strategi, sistem dan proses pemasaran bagi hasil produksinya.
6. Kurang pahamnya mengenai birokrasi dalam dunia usaha untuk dapat menembus pasar yang lebih luas dari pasar lokal yang telah mereka lakukan dan minimnya atau sedikitnya informasi mengenai pengembangan usaha bagi UMKM di Kota Tanjungbalai
7. Kemampuan dalam penggunaan atau penerapan teknologi dalam menunjang peningkatan usaha dan kemampuan penerapan standar produk UMKM yang masih terbatas.
8. Akses sarana informasi yang dapat diakses oleh masyarakat masih terbatas dan kebijakan yang masih terlihat bisa bagi pelaku UMKM di Kota Tanjungbalai, sehingga mengurangi ruang gerak bagi pelaku UMKM Kota Tanjungbalai.

Analisis ini mencakup beberapa aspek yang menyangkut pada rumusan strategi pengembangan usaha yang efektif untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi kompetitif pasar bebas, pada UMKM di Kota Tanjungbalai. Dimana pada tahap ini yang perlu diperhatikan adalah aspek pemasaran, aspek modal dan pendanaan usaha, aspek pemanfaatan teknologi informasi dan inovasi, aspek pemakaian bahan baku, aspek peralatan produksi, aspek penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja, aspek organisasi dan manajemen usaha, aspek birokrasi dan peran pemerintah dan aspek eksternalitas dan lain-lain.

1. Aspek Pemasaran

Pada penelitian aspek pemasaran ini ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan bagi responden yaitu segi produk, harga, tempat, promosi, dan lain-lainnya terkait pemasaran.

2. Aspek Modal dan Pendanaan Usaha

Aspek modal dan pendanaan usaha disini berdasarkan hasil perhitungan jika dilihat dari sumber modal sebagian besar sekitar 85% berasal dari modal sendiri dan pinjaman, dan sisanya sebesar 15% diperoleh dari hasil kerjasama dan bantuan

hibah seperti adanya pendampingan UMKM dari dinas terkait atau dari BUMN yang ada di Kota Tanjungbalai. Sedangkan modal tambahan yang berasal dari kerjasama sangat kecil sekali karena banyak yang beranggapan bahwa usaha dari UMKM ini keuntungannya sangat kecil dan hanya beberapa UMKM saja yang melakukan hal tersebut.

3. Aspek Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi

Pemanfaatan teknologi dan inovasi merupakan suatu alat penunjang dalam perkembangan usaha dari UMKM di Kota Tanjungbalai.

4. Aspek Pemakaian Bahan Baku

Bahan baku merupakan salah satu pertimbangan dalam dunia usaha, baik dalam hal penggunaan, ketersediaan maupun harga perolehan dari bahan baku itu sendiri. Karena sedikit banyaknya akan mempengaruhi dari penentuan harga produk yang diproduksi oleh suatu usaha khususnya UMKM.

5. Aspek Peralatan Produksi

Aspek peralatan produksi merupakan salah satu asset bagi para pelaku UMKM di Kota Tanjungbalai baik itu yang tradisional maupun yang sudah modern atau menggunakan teknologi canggih. Peralatan produksi dapat berupa barang bergerak maupun barang tak bergerak, tanpa peralatan produksi yang memadai akan sulit bagi pelaku UMKM untuk dapat tumbuh berkembang dalam menjalankan usahanya.

6. Aspek Penyerapan dan Pemberdayaan Tenaga Kerja

Pengembangan UMKM di Kota Tanjungbalai diharapkan mampu memberi sumbangsih bagi Kota Tanjungbalai khususnya dalam hal pengurangan, tingkat pengangguran dan kemiskinan. Sehingga dari UMKM ini dapat dilihat besarnya aspek dari penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja.

7. Aspek Organisasi dan Manajemen Usaha

Pelaku usaha UMKM sebagian besar belum terlibat dalam asosiasi usaha (Paguyuban) yang ada di Kota

Tanjungbalai, permasalahannya di sini sangat sedikit pemahaman pelaku usaha UMKM mengenai manfaat dari paguyuban tersebut bagi usahanya. Namun dari sisi manajemennya sebagian besar pelaku usaha UMKM telah mampu memisahkan keuangan usaha dan pribadi. Selain itu sebagian besar UMKM telah membuat rencana pengembangan usaha serta melakukan antisipasi resiko pencurian dan penyimpanan kecurangan yang disebabkan oleh karyawannya.

8. Aspek Birokrasi dan Peran Pemerintah

Bagi para pelaku UMKM di Kota Tanjungbalai rata-rata tidak mau dipusingkan oleh masalah birokrasi dan mempertanyakan peran pemerintah tentang andil pemerintah terhadap peningkatan usahanya.

9. Aspek Eksternalitas dan Lain-lain

Eksternalitas merupakan efek yang dirasakan oleh pelaku usaha UMKM baik eksternalitas positif maupun eksternalitas negatif.

Strategi Meningkatkan Daya Saing pada UMKM di Kota Tanjungbalai

Membuat perencanaan strategis perlu alat analisis yang tepat, maka digunakan alat analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan strategi pengembangan usaha yang efektif untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi kompetitif pasar bebas, pada UMKM di Kota Tanjungbalai.

.Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang berfungsi untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam perumusan strategis bagi UMKM Kota Tanjungbalai..

Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Berikut ini adalah rincian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha yang efektif untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi kompetitif pasar

bebas, pada UMKM di
Tanjungbalai.

Kota

Tanjungbalai (pencurian, penipuan, kriminal
dll);

1. Faktor Internal yang berasal dari dalam
usaha UMKM Kota Tanjungbalai yang berupa
kekuatan dan kelemahan UMKM Kota
Tanjungbalai.

a. Kekuatan, terdiri dari :

1) Legalitas produk dan ijin produk
diakui oleh umum;

2) Harga produk yang mampu
bersaing dari produk-produk sejenis;

3) Bahan baku mudah diperoleh,
harga bahan baku murah dan kualitas dari
bahan baku konsisten;

4) Ada jenjang peningkatan
kualitas tenaga kerja dengan memberikan
pelatihan;

5) Melakukan perubahan peralatan
yang lebih canggih dan efisien, serta
menyediakan peralatan tambahan lainnya
sebagai penunjang usaha UMKM.

b. Kelemahan, terdiri dari :

1) Terbatasnya modal yang dimiliki
oleh pelaku UMKM;

2) Kurangnya pemahaman dari
pelaku UMKM tentang manajemen
usaha, strategi, sistem dan proses pemasaran
bagi hasil produksinya;

3) Sebagian besar UMKM Kota
Tanjungbalai belum terdaftar dalam
paguyuban/asosiasi usaha yang ada di Kota
Tanjungbalai;

4) Kurangnya jaringan pemasaran
dan teknologi informasi penunjang
pengembangan bagi UMKM;

5) Ketersediaan SDM yang
memiliki keahlian dan pengalaman yang
kurang.

2. Faktor Eksternal yang berasal dari luar
usaha UMKM Kota Tanjungbalai yang berupa
peluang dan ancaman UMKM Kota
Tanjungbalai.

a. Peluang, terdiri dari :

1) Kecenderungan konsumsi
masyarakat yang cukup besar terhadap hasil
lokal;

2) Rendahnya tingkat gangguan
keamanan pada usaha UMKM di Kota

Program pemerintah dalam
peningkatan potensi UMKM Kota

Tanjungbalai sebagai unit usaha yang perlu
diperhitungkan;

4) Sistem birokrasi yang mudah
dari pemerintah dan ketersediaan infrastruktur
pendukung.

b. Ancaman, terdiri dari :

1) Kondisi perekonomian secara
umum dirasakan berat dan mempengaruhi
perkembangan usaha UMKM Kota
Tanjungbalai;

2) Tingkat Inflasi yang selalu
meningkat dari tahun ke tahun yang sulit
untuk diredam;

3) Masih kurangnya perlindungan
usaha baik dari monopoli maupun dari
ekspansi eksternal dari pemerintah;

4) Sulitnya mendapatkan
pendanaan bunga lunak dari pemerintah
karena prosedur pendanaan yang tergolong
rumit;

Berdasarkan hasil analisis SWOT strategi
pengembangan usaha yang efektif untuk
meningkatkan daya saing dalam menghadapi
kompetitif pasar bebas, pada UMKM di Kota
Tanjungbalai, maka UMKM memiliki
kekuatan yang dapat digunakan pada strategi
tertentu serta memanfaatkan peluang yang
tepat serta secara bersamaan meminimalkan
atau menghindari kelemahan dan ancaman
yang ada. Posisi ini akan menguntungkan bagi
UMKM di Kota Tanjungbalai dengan
memperbaiki kondisi di atas rata-rata
kemampuan sehingga dari UMKM dapat
mengendalikan semua faktor internal dan
eksternal yang timbul.

5. PENUTUP

Berdasarkan analisis internal dan eksternal
UMKM Kota Tanjungbalai dapat diperoleh
bahwa yang menjadi strategi utama adalah
strategi *Growth* (pertumbuhan) dimana
UMKM Kota Tanjungbalai memanfaatkan
seluruh kekuatan UMKM yaitu
mempertahankan kualitas dari bahan baku,

legalitas/ijin produk yang masuk dalam kualifikasi, harga yang tetap bersaing dan melakukan peningkatan SDM di dalam UMKM di Kota Tanjungbalai.

Permasalahan yang timbul dalam pengembangan usaha pada UMKM di Kota Tanjungbalai dapat diatasi dengan menggunakan Strategi WO dimana strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada dan strategi WT dengan menitik beratkan pada kondisi perekonomian secara umum menjadi dasar perencanaan kedepan bagi perkembangan usaha UMKM Kota Tanjungbalai.

Bagi UMKM Kota Tanjungbalai agar menjaga stabilisasi dari usaha baik dari penggunaan bahan baku, pemasaran, tenaga kerja hingga birokrasi pemerintahan. Mempelajari dan membuat ijin paten guna mendapatkan perlindungan usaha baik dari monopoli maupun dari ekspansi eksternal dari pemerintah memperbaiki manajemen internal meminimalkan yang dianggap mengganggu kegiatan operasional dari UMKM di Kota Tanjungbalai dengan menyediakan sarana dan prasarana yaitu pelengkap peralatan produksi. Bagi pemerintah dan lembaga terkait agar memberikan keleluasaan dalam pengembangan usaha UMKM di Kota Tanjungbalai baik dalam hal penyediaan pelatihan, sarana dan prasarana serta penyediaan informasi bagi pengembangan UMKM di Kota Tanjungbalai..

6. REFRENSI

- BPS, (2015.) Profil Usaha Kecil Menengah Tidak Berbadan Hukum, Indonesia. Survei Usaha Terintegrasi. Jakarta: BPS
- Chris Manning & Tadjuddin Noer Effendi. (1991). *Urbanisasi, pengangguran dan sektor informal di kota*. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Hamid Edy Suandi & Susilo Y. Sri . (2011). Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di provinsi daerah istimewa Yogyakarta. *Jurnal ekonomi pembangunan*, vol.12, nomor 1, Juni 2011, hlm.45-55.
- Irdayanti. (2012). Peran pemerintah dalam pengembangan UKM berorientasi ekspor studi kasus: Klaster kasongan dalam rantai nilai tambah global, *Jurnal Transnasional*, vol. 3 no. 2 Februari 2012.
- Rahmana Arief. (2009). *Peranan teknologi informasi dalam peningkatan daya saing usaha kecil menengah*, Seminar Nasional, Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009) Yogyakarta.
- Rianse Usman, Abdi. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. Edisi Pertama. Alfabeta, Bandung.
- Sriyana (2010) dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul”