

Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Palangka Raya Menghadapi Revolusi Industri 4.0

*Strategy for Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)
in Palangka Raya City Facing the Industrial Revolution 4.0*

Adam Puja Mahendra, Benius, Sabirin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya
Corresponding e-mail : adampujamahendra.upr@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the characteristics of MSMEs in the city of Palangka Raya and analyze the strategy of developing MSMEs in the city of Palangka Raya based on the internal and external situation of MSMEs. The sample used in this study amounted to 45 MSMEs in the city of Palangka Raya. The types of data used are primary and secondary data. This study uses descriptive analysis tools, environmental analysis (internal and external), and SWOT analysis. The results of this study indicate that the characteristics of MSMEs in Palangka Raya City are more dominant in the trading business sector with a percentage reaching 71.25%. In determining the MSMEs development strategy in Palangka Raya City, it is seen based on environmental analysis and SWOT analysis, which shows the position is in quadrant I where market penetration and product development are strategies that can be used, then the SO (Strengths-Opportunities) strategy is a strategy that uses strength to take advantage of existing opportunities, expand distribution reach and establish cooperative/partnership relationships as alternative strategies in this analysis.

Keywords : Business Development Strategy, MSME, SWOT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik UMKM di kota Palangka Raya dan menganalisis strategi pengembangan UMKM di kota Palangka Raya berdasarkan situasi internal dan eksternal UMKM. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 45 pelaku UMKM di Kota Palangka Raya. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif, analisis lingkungan (internal dan eksternal), dan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik UMKM di Kota Palangka Raya lebih dominan bergerak di sektor usaha perdagangan dengan persentase mencapai 71,25 %. Dalam penentuan strategi pengembangan UMKM di Kota Palangka Raya dilihat berdasarkan analisis lingkungan dan analisis SWOT, yang menunjukkan posisi berada di kuadran I dimana penetrasi pasar dan pengembangan produk menjadi strategi yang dapat digunakan, Selanjutnya strategi SO (Strengths-Opportunities) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, memperluas jangkauan distribusi dan melakukan hubungan kerjasama/ kemitraan menjadi alternatif strategi pada analisis ini.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan Usaha, UMKM, SWOT

I. PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi adalah usaha dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, karena dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi sehingga kebutuhan akan masyarakat juga akan tercukupi. Dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat, dibutuhkan suatu lapangan pekerjaan yang mana nanti outputnya menyerap setiap angkatan yang tidak memperdulikan tingkatan usia pekerja.

Dimulai dengan Industri 1.0 pada tahun 1784, perkembangan industri telah berkembang pesat dari tahun ke tahun. Revolusi Industri mengubah penggunaan tenaga kerja manusia dan hewan, menggantikannya dengan teknologi mekanik. Dikembangkan pada akhir abad ke-19, Industri 1.0 digantikan oleh Industri 2.0, produksi massal listrik, pada awal abad ke-20. Pada awal 1970-an, terjadi revolusi industri ketiga, Industri 3.0. Revolusi ini dikenal dengan penggunaan alat elektronik dan TI untuk proses manufaktur otomatis. Dengan berkembangnya revolusi ini, bermunculan berbagai jenis UMKM baru yang dapat mempermudah proses produksi UMKM. Tugas pekerjaan manusia akan bergeser karena operator digantikan oleh mesin dan robot. Industri 4.0 memperkenalkan proses produksi siber-fisik hingga Revolusi Industri ke-4 atau Industri akhirnya terjadi pada tahun 2011. Revolusi Industri 4.0 ini akan mengarah pada proses manufaktur berbasis internet atau jaringan nirkabel yang disebut juga dengan basis digital. Aplikasi untuk teknologi ini termasuk operasi dan kontrol jarak jauh serta komunikasi (Wahlster, 2003).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah cerminan terpenting dari kemajuan kesejahteraan yang signifikan di negara-negara berkembang. Cakupan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha utama dimana UMKM menyerap tenaga kerja dan berperan dalam proses Pemerataan dan Peningkatan Pendapatan Penduduk (PN) atau Pendapatan Asli Daerah (PAD) bahwa itu akan memenuhi (Rahmana, 2008).

Kota Palangka Raya memiliki potensi besar untuk pengembangan UMKM. Beberapa

potensi unggulan Palangkaraya, seperti kerajinan dan manufaktur, diharapkan mampu bersaing secara nasional dan internasional. Pada kenyataannya, situasi yang dihadapi di lapangan tidak seperti yang diharapkan, dan beberapa UMKM mengalami penurunan kualitas produk dan jumlah usaha secara bertahap.

Tabel 1. Perkembangan UMKM Kota Palangka Raya 2017-2021

| Tahun | Jumlah Unit | | | Total |
|-------|-------------|-------|----------|--------|
| | Mikro | Kecil | Menengah | |
| 2017 | 5.763 | 806 | 81 | 6.650 |
| 2018 | 5.813 | 816 | 81 | 6.710 |
| 2019 | 6.330 | 869 | 91 | 7.290 |
| 2020 | 6.330 | 869 | 91 | 7.290 |
| 2021 | 21.390 | 725 | 200 | 22.316 |

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah dan Dinas Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Kota Palangka Raya, 2021

Dari tabel UMKM diatas, dilihat pada tahun 2017 yang mana jumlah UMKM sebanyak 6.650 unit, dan pada tahun-tahun berikutnya terus mengalami pertambahan dan peningkatan sampai pada tahun 2021 dengan jumlah UMKM yang berada di kota Palangka Raya sebanyak 22.316 unit. Dari tabel ini dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya pasti akan ada usaha-usaha baru yang mulai merintis atau mulai mendirikan usahanya.

Kota Palangka Raya sendiri kini bersiap dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0, banyak kegiatan UMKM yang sekarang sudah terkoneksi dengan berbagai alat dan teknologi yang dihasilkan oleh kegiatan Revolusi Industri 4.0, dengan begitu para pelaku UMKM di kota Palangka Raya tidak akan ragu lagi menjalankan usahanya dan juga bisa menyeimbangkan dengan keadaan zaman dan juga dapat mengembangkan usahanya. Para pelaku UMKM juga akan lebih di mudah dengan akses serba cepat dalam menjalankan usaha.

Revolusi Industri dan UMKM sangat erat kaitannya dan tidak dapat dipungkiri bahwa UMKM harus beradaptasi atau mampu beradaptasi dengan kondisi Revolusi Industri 4.0. Pemangku kepentingan UMKM saat ini mau tidak mau perlu menelusuri atau menelusuri Revolusi Industri 4.0 yang sedang berlangsung dan berkembang. Peran Revolusi Industri dapat dirasakan oleh UMKM dari proses produksi hingga pemasaran, memberikan akses untuk

memperluas jangkauan mereka dan memungkinkan mereka untuk tumbuh secara signifikan. Dalam penelitian ini, banyak faktor yang dapat mendorong kegiatan UMKM menjadi kompetitif di era Revolusi Industri 4.0, dan banyak strategi yang dapat diterapkan dan dijalankan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi adalah perkembangan kegiatan ekonomi yang mengarah pada peningkatan jumlah barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu masyarakat dan peningkatan kekayaan rakyatnya. Masalah pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai masalah ekonomi makro jangka panjang dari satu periode ke periode berikutnya (Sukirno, 2010).

Menurut Lincolin Arysad (1999), pertumbuhan ekonomi didefinisikan sebagai peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB)/Produk Nasional Bruto (GNP), baik peningkatannya lebih besar atau lebih kecil dari laju pertumbuhan penduduk, atau baik struktural.

Di sisi lain, menurut Ali Ibrahim Hashim, pertumbuhan ekonomi dapat didefinisikan sebagai proses terus menerus mengubah situasi ekonomi suatu negara menjadi lebih baik selama periode waktu tertentu. Pertumbuhan ekonomi suatu negara membutuhkan tiga elemen dasar: (2) teknologi maju sebagai faktor utama penentu laju pertumbuhan dalam memasok berbagai komoditas kepada penduduk; (3) Dalam rangka pemanfaatan teknologi secara luas dan efisien, perlu dilakukan penyesuaian domain kelembagaan dan ideologis sehingga inovasi-inovasi yang dibawa oleh ilmu pengetahuan dan teknologi manusia dapat dimanfaatkan secara tepat.

Pertumbuhan ekonomi dalam penelitian ini adalah perkembangan kegiatan ekonomi yang mengarah pada peningkatan terus menerus barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu masyarakat, yang ditandai dengan peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) regional di suatu wilayah. Titik. Pertumbuhan

ekonomi dalam penelitian ini dapat ditampilkan dan dihitung dengan PDRB atas dasar harga konstan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah istilah umum untuk khazanah ekonomi yang mengacu pada ekonomi produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha. Ekonomi produktif, atau sering disebut dengan *Productive Economic Enterprise* (PEE), adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan menjamin ketahanan pangan bagi masyarakat yang berbasis sumber daya lokal. UMKM dibagi atau dikategorikan menjadi beberapa bagian yang terdiri dari Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK) dan Usaha Menengah (UM). Ada juga istilah Perusahaan Besar dimana masing-masing komponen memiliki arti yang berbeda-beda.

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan atau satu kesatuan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini dan mempunyai aset kekayaan kekayaan dari 0 – 50 Juta Rupiah dengan jumlah pendapatan sampai 300 Juta Rupiah per tahun.
- b. Usaha Kecil adalah badan usaha mandiri yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan yang tidak memiliki dan mengelola anak perusahaan dengan aset usaha Rp50 juta sampai dengan Rp500 juta dan pendapatan kotor tahunan kurang lebih sekitar 300 Juta sampai 2,5 Miliar per tahunnya.
- c. Usaha Menengah adalah orang atau badan yang didirikan oleh orang atau badan yang tidak dimiliki dan dikuasai oleh anak perusahaan yang memenuhi kriteria kekayaan (modal) antara Rp500 juta sampai dengan Rp10 miliar dan penghasilan bruto kurang lebih Rp. 2,5 miliar sampai 50 miliar per tahun.

Menurut Gie Kian K (2003), pengembangan UKM diarahkan pada upaya peningkatan produktivitas dan daya saing, mengorganisir wirausahawan baru di bidang-bidang yang menunjukkan produktivitas tinggi berbasis pengetahuan, teknologi, dan sumber daya lokal. Pembangunan UMKM yang terstruktur dan berkelanjutan harus menyelaraskan struktur

perekonomian nasional dan mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu juga dapat mengurangi pengangguran, mengurangi kemiskinan, menggerakkan sektor riil, dan meningkatkan pendapatan masyarakat karena kebutuhan akan tenaga kerja yang banyak.

Teori Strategi

Menurut David (2004:15), strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat berbentuk ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi staf, divestasi, likuiditas, dan usaha patungan.

Perumusan strategi bertujuan untuk membangun visi dan misi organisasi, menentukan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dan memberikannilai pelanggan tertinggi (Hariadi, 2005). Berikut adalah langkah-langkah yang harus diambil ketika merumuskan strategi:

1. Mengidentifikasi lingkungan perusahaan masa depan dan menetapkan misi perusahaan untuk mencapai visi yang diinginkan di lingkungan tersebut.
2. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dalam mewujudkan visi dan misinya. Merumuskan faktor keberhasilan yang paling penting dan merancang strategi berdasarkan analisis sebelumnya.
3. Tentukan tujuan dan sasaran yang terukur, evaluasi strategi alternatif yang berbeda, dan pertimbangkan sumber daya yang tersedia dan kondisi eksternal.
4. Pilih strategi yang tepat untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah upaya pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk menumbuhkan usaha mikro dan kecil serta meningkatkan kapasitas dan daya saingnya melalui pemberian fasilitas, pembinaan, dukungan, dan peningkatan dukungan. usaha menengah (Fadilah, 2012:4).

Unsur-unsur dalam mengembangkan usaha :

1. Faktor yang dihasilkan secara internal (pihak dalam) adalah niat pengusaha/ wirausahawan untuk mengembangkan usahanya. Pengusaha perlu mengetahui teknologi yang digunakan untuk menghasilkan barang seperti, penyusunan anggaran bertujuan untuk menentukan kualitas barang yang dapat diproduksi, teknologi untuk menghasilkan produk, dan tingkat pendapatan dan pengeluaran untuk produk tersebut.
2. Unsur pihak eksternal (pihak luar) dapat diperoleh dengan menelusuri perkembangan informasi eksternal, menghimpun dana yang tidak hanya mengandalkan sumber internal seperti manajemen eksternal, dan mengetahui kondisi lingkungan yang menguntungkan/ menguntungkan bagi perusahaan.

Aspek-aspek yang diperhatikan dalam pengembangan usaha:

- a. Aspek strategis Ini mempelajari jenis bisnis baru dengan fokus pada mengidentifikasi kesenjangan yang ada dan / atau diantisipasi dengan konsumen, membangun pasar baru, dan menciptakan produk baru dengan karakteristik yang menarik konsumen.
- b. Aspek Manajemen Pemasaran bagaimana menyusun strategi pemasaran yang dapat menembus dan menguasai pangsa pasar, menangani secara cermat kondisi/peluang pasar yang ada, menjual produk dalam jaringan yang luas, dan menarik konsumen untuk membeli produk, seperti penerbitan iklan, pamflet, dll.
- c. Aspek Penjualan adalah bagaimana Membuat perencanaan kebijakan penjualan dan proses tindak lanjut penjualan, menyediakan kuantitas produk yang akan dijual, menjamin keamanan dalam penjualan produk, menjual produk dengan harga yang terjangkau dan menjaga kualitas yang tinggi.

Revolusi Industri 4.0

Profesor Schwab (2017) menjelaskan bahwa Revolusi Industri 4.0 secara fundamental telah mengubah cara hidup dan cara kerja masyarakat, sebagaimana dirinci dalam bukunya yang berjudul *The Fourth Industrial Revolution*. Meski masih diperdebatkan, Klaus Schwab meyakini bahwa kita telah memasuki Era Industri 4.0 yang dikenal sebagai industri sistem siber-fisik. Secara teknis, pengertian

atau konsep Revolusi Industri 4.0 adalah integrasi Sistem *Cyber-Physical* “CPS”. Mengintegrasikan *Internet of Things and Services (IoT dan IoS)* ke dalam proses industri, termasuk manufaktur, logistik, dan proses lainnya (Kagerman dkk, 2013).

Secara teknis, pengertian atau konsep Revolusi Industri 4.0 adalah integrasi Sistem *Cyber-Physical* “CPS”. Mengintegrasikan *Internet of Things and Services (IoT dan IoS)* ke dalam proses industri, termasuk manufaktur, logistik, dan proses lainnya (Kagerman dkk, 2013). CPS sendiri merupakan teknologi yang menghubungkan dunia maya dan dunia nyata, dan perpaduan tersebut dapat dicapai melalui integrasi proses fisik dan komputasi. Revolusi Industri 4.0 adalah istilah yang pertama kali diciptakan dan diperkenalkan di Jerman pada tahun 2011 sebagai bagian dari revolusi digital. Revolusi industri ini adalah proses industri yang terhubung secara digital atau jaringan yang mungkin melibatkan berbagai teknologi yang diyakini berpotensi meningkatkan hasil produktivitas.

Revolusi Industri 4.0 adalah nama tren terbaru dalam otomatisasi dan pertukaran data dalam teknologi pabrik. Istilah ini mencakup sistem siber-fisik, semua internet, komputasi awan, dan komputasi kognitif. Beberapa isu kunci dalam Revolusi Industri 4.0 adalah bagaimana kepedulian pemerintah, pelaku industri besar dan kecil, akademisi, dan masyarakat luas terhadap potensi dampak kemajuan teknologi informasi terhadap berbagai bentuk model bisnis.

Teori Industri

Menurut Hasibuan dan Malayu (2003), industri adalah kumpulan perusahaan yang menghasilkan komoditas yang homogen, merupakan usaha yang produktif yang mana memerlukan Tenaga kerja dan modal relatif besar. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk meningkatkan kegunaan (penggunaan barang) oleh perusahaan industri. Perusahaan industri adalah badan usaha produktif yang menghasilkan barang atau jasa di lokasi, bangunan, atau lokasi tertentu, memiliki file kontrol sendiri yang berkaitan dengan struktur

dan biaya produksi, dan menghadapi risiko bisnis untuk satu orang atau lebih bertanggung jawab.

Dilihat dari sifat kegiatan industrinya, mereka dapat dibagi menjadi beberapa kelompok antara lain :

1. Industri primer melibatkan pengadaan bahan baku dengan bantuan alam, dikarenakan industri ini terinspirasi oleh alam, maka membutuhkan sedikit usaha manusia untuk mengolahnya. Misalnya, pertanian, kehutanan, perikanan, hortikultura, dll.
2. Industri sekunder adalah industri yang menggunakan bahan dan input dari industri primer untuk menghasilkan barang jadi. Industri sekunder mengubah bahan mentah dan setengah jadi menjadi produk jadi dengan mengolah bahan, merakit bagian, membuat produk bangunan, dll.
3. Industri tersier menyediakan layanan seperti pendidikan dan perusahaan jasa.
4. Industri kuartier termasuk industri penelitian dan pengembangan seperti IT.

Tenaga Kerja

Soeroto (1986) Pekerja adalah seseorang yang dapat bekerja untuk menghasilkan barang dan jasa untuk kebutuhan masyarakat, baik di dalam maupun di luar hubungan kerja. Winardi (2000) mendefinisikan tenaga kerja dalam dua dimensi. Pertama, tenaga kerja adalah energi manusia yang dimobilisasi untuk tujuan yang dapat dicapai secara sadar. Kedua, tenaga kerja merupakan elemen penduduk yang membantu menopang perekonomian dengan menyediakan proses produksi dengan kombinasi energi fisik dan kecerdasan manusia. Sumitro (1995), dalam bukunya

Ekonomi Pembangunan, mendefinisikan kerja sebagai semua orang yang mau dan mampu bekerja. Kelompok ini mencakup mereka yang bekerja untuk diri sendiri atau keluarganya dan tidak menerima pembayaran upah, dan mereka yang bekerja untuk mendapatkan upah atau gaji.

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, pekerja adalah orang, baik dipekerjakan maupun tidak, yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang dan jasa bagi kebutuhan masyarakat. Dari pengertian ini, angkatan kerja yang dimaksud dalam ketentuan ini termasuk pekerja yang bekerja di dalam atau di luar hubungan kerja, yang alat produksi utamanya dalam proses produksi adalah tenaga fisik dan tenaga mental, yang disebut tenaga sendiri. Dari rumusan di atas dapat disimpulkan :

1. Tenaga kerja meliputi penduduk berusia antara 15 dan 65 tahun yang sudah bekerja maupun pencari kerja yang sedang melakukan suatu kegiatan.
2. Mengurus pekerjaan rumah tangga, tetapi jika Anda pergi bekerja suatu hari, Anda juga bisa disebut pekerja. Batas usia kerja ini dapat berubah sewaktu-waktu dengan memperhatikan masa depan. Jadi, dari pembahasan diatas, lebih mudah dipahami.

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena dalam konteks sosial alamiahnya dengan mengutamakan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara penelitian dengan fenomena yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini meliputi total UMKM di kota Palangka Raya pada tahun 2020 dengan jumlah 7290 unit UMKM. Cara pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dalam Husein Umar (2008), dan diperoleh sampel sebanyak 45 responden pelaku UMKM di Kota Palangka Raya. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan kuesioner. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari instansi terkait.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang membantu menjelaskan variabel yang diteliti. Analisis ini akan digunakan sebagai alat untuk menemukan dan menjelaskan gambaran umum dan kondisi kelayakan usaha dan strategi pengembangan UMKM di kota Palangkaraya.

2. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan UKM melalui analisis tiga langkah perumusan strategi. Menurut Davit (2006), analisis lingkungan internal dan eksternal dapat dilakukan dalam tiga

fase: fase input, fase pencocokan, dan fase keputusan. Alat analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi adalah tahap input menggunakan matriks faktor dalam (IFE) dan matriks faktor luar (EFE), dilanjutkan dengan tahap pencocokan menggunakan matriks IE dan matriks SWOT.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palangka Raya

Pada tahun 2021 UMKM berjumlah 22316 unit usaha yang terdiri dari 21.390 unit Usaha Mikro, 725 unit Usaha Kecil, dan 200 unit Usaha Menengah yang berada di Kota Palangka Raya. Perkembangan yang signifikan padahal dalam 3 tahun belakangan ini kondisi perekonomian Indonesia bisa dikatakan kurang baik akibat pandemic yang melanda, itu menandakan bahwa sektor UMKM dapat bertahan dimasa-masa sulit tentunya dengan berbagai cara salah satunya dengan pemanfaatan teknologi untuk bertahan dan berkembang.

Tabel 2. Jumlah UMKM Di Kota Palangka Raya Berdasarkan Sektor Usaha Tahun 2021

| No | Sektor Usaha | Jumlah UMKM | Presentase (%) |
|----|---------------------|--------------|----------------|
| 1 | Hotel | 76 | 0.34 |
| 2 | Perdagangan | 15901 | 71.25 |
| 3 | Rumah Makan | 2600 | 11.65 |
| 4 | Industri | 306 | 1.37 |
| 5 | Pertanian | 419 | 1.88 |
| 6 | Perkebunan | 208 | 0.93 |
| 7 | Perikanan | 221 | 0.99 |
| 8 | Perternakan | 368 | 1.65 |
| 9 | Pertambangan | 9 | 0.04 |
| 10 | Angkutan | 78 | 0.35 |
| 11 | Bangunan/Konstruksi | 88 | 0.39 |
| 12 | Persewaan | 305 | 1.37 |
| 13 | Jasa | 1737 | 7.78 |
| | Total | 22316 | 100 % |

Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Kota Palangka Raya, 2022

Berdasarkan tabel diatas sektor usaha Perdagangan masih menjadi sektor usaha yang paling banyak atau sektor usaha dominan yang berada di Kota Palangka Raya dengan persentase mencapai 71.25 % dari jumlah seluruh UMKM. Selanjutnya Rumah makan (11.65%). Dari semua daftar sektor usaha diatas, sektor usaha Pertambangan memiliki persentase terkecil yaitu sebesar 0.04 % dari

jumlah seluruh UMKM melihat kondisi Kota Palangka Raya bukan merupakan tempat yang strategis untuk sektor pertambangan.

Kondisi eksternal Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Palangka Raya dilihat dari nilai omzet yang dihasilkan dan investasi yang secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Tabel 3. Nilai Omzet UMKM Di Kota Palangka Raya tahun 2017-2021

| No. | Tahun | Nilai Omzet |
|-----|-------|---------------------|
| 1. | 2017 | Rp. 178.764.000.000 |
| 2. | 2018 | Rp. 180.203.900.000 |
| 3. | 2019 | Rp. 184.799.700.000 |
| 4. | 2020 | Rp. 335.530.000.000 |
| 5. | 2021 | Rp. 385.530.000.000 |

Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Kota Palangka Raya, 2022

Berdasarkan tabel diatas omzet yang dihasilkan UMKM Kota Palangka Raya cukup besar pada tahun 2021 UMKM dapat meraup omzet mencapai Rp. 385.530.000.000. Pertumbuhan akan omzet ini diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap perekonomian Kota Palangka Raya.

Tabel 4. Jumlah NIB Terbit dan Nilai Investasi IUMK di Kota Palangka Raya tahun 2019-2021

| Uraian | Tahun | | |
|----------------------|----------|----------|----------|
| | 2019 | 2020 | 2021 |
| IUMK | 197 | 1.654 | 1.640 |
| Jumlah NIB Terbit | 739.800. | 81.174.6 | 492.557. |
| Nilai Investasi (Rp) | 000 | 16.818 | 337.484 |

Sumber : Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palangka Raya, 2022

Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palangka Raya

Table 5. Analisis Faktor Strategi Internal UMKM di Kota Palangka Raya

| Faktor-faktor Strategis Internal | Bobot | Rating | Skor |
|---------------------------------------|-------|--------|------|
| Kekuatan (Strengths/S) | | | |
| Pemanfaatan media Daring | 0.12 | 3 | 0.36 |
| Flexibel | 0.08 | 3 | 0.24 |
| Syarat/Prosedur Pendirian Usaha Mudah | 0.05 | 3 | 0.15 |
| Mudah untuk berkembang | 0.07 | 3 | 0.21 |
| Modal awal untuk mendirikan usaha | 0.08 | 4 | 0.32 |

| | | | |
|---|-------------|---|-------------|
| terjangkau Jumlah S | 0.4 | | 1.28 |
| Kelemahan(Weakness/W) | | | |
| Kendala dalam keterbatasan modal | 0.1 | 4 | 0.4 |
| Kesulitan dalam pemasaran | 0.1 | 4 | 0.4 |
| Kesulitan dalam penyediaan bahan baku | 0.07 | 3 | 0.21 |
| Keterbatasan sumber daya manusia | 0.1 | 3 | 0.3 |
| Kurangnya kreativitas | 0.07 | 3 | 0.21 |
| Kurangnya penguasaan teknologi | 0.06 | 3 | 0.18 |
| Keterbatasan informasi pasar | 0.05 | 3 | 0.18 |
| Dana investasi dan modal kerja terbatas | 0.05 | 3 | 0.15 |
| Jumlah W | 0.6 | | 2,03 |
| Total | 1.00 | | 3.31 |

Sumber : Data Primer (diolah, 2022)

Berdasarkan tabel diatas, Faktor internal ini berdasarkan variabel kekuatan yang utamadengan nilai bobot skor rata-rata sebesar 0,36 adalah pemanfaatan media daring menandakan bahwa di masa sekarang Pemanfaatan media dalam jaringan Daring akan memberikan dampak positif ke UMKM juga akan dapat menjadi media promosi dalam memasarkan produk. Di sisi lain, kelemahan utama UMKM di Kota Palangkaraya adalah keterbatasan modal dan keterbatasan pemasaran yang masing-masing mendapat skor rata-rata 0,4.

Tabel 6. Analisis Faktor Strategi Eksternal UMKMd Kota Palangka Raya

| Faktor-faktor Strategis Internal | Bobot | Rating | Skor |
|----------------------------------|-------|--------|-------|
| Peluang (Opportunities/O) | | | |
| Dukungan Pemerintah | 0.05 | 3 | 0.15 |
| Penciptaan Kesempatan Kerja | 0.061 | 3 | 0.183 |
| Promosi | 0,08 | 4 | 0.32 |
| Kemitraan dengan usaha besar | 0,05 | 4 | 0.2 |
| Permintaan Produk Tinggi | 0,051 | 4 | 0.204 |
| Pertumbuhan Penduduk | 0,06 | 4 | 0,24 |
| Letak Strategis | 0,072 | 4 | 0,288 |
| Pangsa Pasar yang banyak | 0,071 | 3 | 0,213 |
| Ketersediaan teknologi | 0,051 | 3 | 0,153 |
| Jumlah O | 0,546 | | 1,95 |
| | | | 1 |
| Ancaman(Threats/T) | | | |
| Terbatasnya Sarana prasarana | 0.05 | 4 | 0.2 |

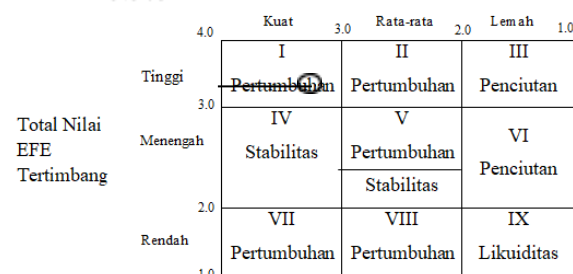
| | | | |
|--------------------------------------|-------------|---|--------------|
| Produk bersaing | 0,072 | 3 | 0.216 |
| Kualitas produk rendah | 0,051 | 3 | 0.153 |
| Terbatasnya akses pasar | 0,05 | 3 | 0.15 |
| Banyaknya saingan di pasar | 0,075 | 3 | 0.225 |
| Iklim usaha yang belum kondusif | 0,055 | 3 | 0,165 |
| Pungutan liar | 0,05 | | 0.15 |
| Minat konsumen terhadap produk lokal | 0,051 | 3 | 0.153 |
| Jumlah T | 0,454 | 3 | 1,412 |
| Minat konsumen terhadap | | 3 | 0,16 |
| Total | 1.00 | | 3.363 |

Sumber : Data Primer (2022, diolah)

Berdasarkan tabel diatas, Faktor eksternal berdasarkan variabel peluang yang paling penting dengan bobot rata-rata 0,32 adalah promosi. Pada masa pandemi ini promosi menjadi suatu hal yang penting bagi UMKM untuk dapat survived di pasar, banyak media yang bisa digunakan sebagai teknik promosi baik secara langsung maupun secara tidak langsung hanya melalui media sosial yang tentunya dapat diakses banyak orang. Ancaman utama yang dihadapi UMKM di Kota Palangka Raya adalah banyaknya saingan di pasar dengan bobot skor rata-rata sebesar 0,225. Banyaknya saingan dipasar merupakan ancaman yang cukup berbahaya bagi UMKM karena apabila kalah bersaing maka akan berdampak buruk bagi kelangsungan hidup UMKM.

Analisis Matriks IE (Internal-Ekstrenal) UMKM di Kota Palangka Raya

Total Nilai
IFE = 3.31
EFE = 3.363
 Tertimbang



Sumber : Data primer (2022, diolah)

Berdasarkan gambar disamping menampilkan untuk posisi UMKM di Kota Palangka Raya berada pada kuadran I yaitu memiliki kemampuan internal yang kuat dan eksternal yang kuat. Strategi yang biasanya digunakan oleh UMKM adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Penetrasi pasar berupaya meningkatkan pangsa pasar produk dan jasa yang ada melalui upaya pemasaran yang lebih luas. Pengembangan produk berupaya untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ada atau menciptakan inovasi baru untuk bersaing di pasar. Analisis Matriks Strength, Weakness, Opportunities Theats (SWOT) UMKM di Kota Palangka Raya

| | | | |
|-----|---|--|---|
| EFE | IFE | Strength (S) 1. Pemanfaatan media Daring 2. Fleksibel 3. Syarat Prosedur Pendirian Usaha Mudah 4. Mudah untuk berkembang 5. Modal awal untuk mendirikan usaha terjangkau | Weakness (W) 1. Kendala dalam keterbatasan modal 2. Kesulitan dalam pemasaran 3. Kesulitan dalam penyediaan bahan baku 4. Keterbatasan sumber daya manusia 5. Kurangnya kreativitas 6. Kurangnya penguasaan teknologi 7. Keterbatasan informasi pasar 8. Dana investasi dan modal kerja terbatas |
| | Opportunity (O) 1. Dukungan Pemerintah 2. Penciptaan Kesempatan Kerja 3. Promosi 4. Kemitraan dengan usaha Besar 5. Permintaan Produk Tinggi 6. Pertumbuhan Penduduk 7. Letak Strategis 8. Pangsa Pasar yang banyak 9. Ketersediaan teknologi | Strategi SO 1. Memperluas jaringan distribusi S1,S2,S4 O4,O8 2. Melakukan hubungan kerjasama/kemitraan | Strategi WO 1. Mempermudah pengadaan bahan baku W1,W2,W3,O1,O3,O4,O7 2. mengoptimalkan promosi untuk meningkatkan penjualan |
| | Threat (T) 1. Terbatasnya Sarana prasarana 2. Produk bersaing 3. Kualitas produk rendah 4. Terbatasnya akses pasar 5. Banyaknya saingan di pasar 6. Iklim usaha yang belum kondusif 7. Pungutan liar 8. Minat konsumen terhadap produk lokal | Strategi ST Melakukan upaya pengembangan produktivitas melalui inovasi dan kreativitas baru untuk menghasilkan mutu dan kualitas produk yang bersaing S1,S2,S4,T2,T3,T8 | Strategi WT 1. Melakukan Upaya pengembangan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) W4,W5,W6,T5 2. Memanfaatkan Teknologi-teknologi agar dapat menunjang produktivitas |

Sumber : Data Primer (2022, diolah)

Berdasarkan analisis matriks SWOT diatas maka alternatif atau pilihan strategi yang diberikan untuk pengembangan UMKM di kota Palangka Raya adalah sebagai berikut:

1. Strategi S-O

Strategi yang ditawarkan yaitu dengan memperluas jaringan distribusi. Dengan kekuatan yang dimiliki UMKMKota Palangka Raya yaitu sifatnya fleksibel dan mudah untuk berkembang dan memanfaatkan media daring sebagai salahsatu cara untuk memperluas distribusi UMKM yang diharapkan mampu memanfaatkan peluang yang ada dalam hal menjalin kemitraan dengan usaha besar dan dapat masuk ke pangsa pasar yang lebih luas lagi. Peran kemitraan sangat penting bagi UMKM untuk dapat memperluas distribusipemasaran, dengan memperluas pemasaran UMKM diharapkan mampu untuk dapat berkembang lagi menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Memperluas jaringan pemasaran bisa dilakukan dengan cara bekerjasama dengan usaha besar untuk dapat mempermudah dalam pemasaran

produk atau jasa UMKM tersebut.

2. Strategi W-O

Strategi yang ditawarkan yaitu dengan memperluas jaringan distribusi. Dengan kekuatan yang dimiliki UMKM Kota Palangka Raya yaitu sifatnya fleksibel dan mudah untuk berkembang dan memanfaatkan media daring sebagai salah satu cara untuk memperluas distribusi UMKM yang diharapkan mampu memanfaatkan peluang yang ada dalam hal menjalin kemitraan dengan usaha besar dan dapat masuk ke pangsa pasar yang lebih luas lagi. Peran kemitraan sangat penting bagi UMKM untuk dapat memperluas distribusi pemasaran, dengan memperluas pemasaran UMKM diharapkan mampu untuk dapat berkembang lagi menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Memperluas jaringan pemasaran bisa dilakukan dengan cara bekerjasama dengan usaha besar untuk dapat mempermudah dalam pemasaran produk atau jasa UMKM tersebut.

3. Strategi S-T

Strategi yang ditawarkan adalah melakukan pengembangan produktivitas melalui inovasi dan kreativitas baru guna meningkatkan mutu dan kualitas produk yang bersaing. Upaya pengembangan produktivitas melalui inovasi dan kreativitas baru dapat dimulai dengan memilih bahan baku yang berkualitas dulu, semakin bagus bahan baku yang dimiliki semakin bagus pula produk yang dihasilkan. Sedangkan untuk peningkatan kreativitas produk yaitu bagaimana melakukan suatu inovasi baru pada produk supaya produk tersebut lebih menarik lagi ada beberapa hal yang dapat meningkatkan kreativitas yaitu melalui pembinaan/pelatihan yang berkelanjutan, serta pemanfaatan teknologi yang sesuai sehingga dapat mempermudah proses produksi.

4. Strategi W-T

Strategi yang ditawarkan adalah melakukan upaya pengembangan kualitas sumber daya manusia yang dapat dilakukan melalui pelatihan dan pembinaan yang berkelanjutan terkhusus dalam penguasaan

teknologi-teknologi

Penggunaan teknologi-teknologi dapat menunjang dan memberikan kemudahan dalam melaksanakan proses produksi dan pemasaran, banyak sekali teknologi yang dapat dimanfaatkan dalam menjalankan suatu usaha contohnya seperti pemanfaatan internet sebagai media pemasaran.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, karakteristik UMKM di Kota Palangka Raya dapat dilihat berdasarkan kondisi internal dan eksternal yang menunjukkan bahwa UMKM Kota Palangka Raya lebih dominan bergerak di sektor usaha perdagangan dengan persentase mencapai 71,25% dari jumlah seluruh UMKM.
2. Berdasarkan hasil analisis lingkungan dan analisis SWOT didapatkan bahwa UMKM Kota Palangka Raya berada di Kuadran I yang mana penetrasi pasar dan pengembangan produk merupakan strategi yang dapat diambil dalam pengembangan UMKM, selanjutnya strategi SO (Strengths – Opportunities) dimana strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan dalam analisis ini adalah memperluas jangkauan distribusi dan melakukan hubungan kerjasama/kemitraan menjadi alternatif strategi lainnya.

Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan di atas dapat diberikan beberapa saran yaitu :

1. Kepada pihak internal yaitu para pelaku UMKM agar dapat mengikuti pelatihan dan pembinaan yang disponsori oleh pemerintah untuk mendapatkan wawasan dan pengetahuan tentang pengembangan produk untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk yang diharapkan dapat mengembangkan UMKM.
2. Kepada pihak eksternal yaitu pemerintah diharapkan memprioritaskan suatu strategi pengembangan UMKM untuk meningkatkan kualitas dan kreativitas produk sesuai dengan salah satu kebijakan ekonominya. Dukungan

pemerintah sangat diperlukan baik bantuan pendanaan ataupun pelatihan/pembinaan.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan mengarah kepada UMKM yang lebih spesifik supaya menghasilkan kebijakan-kebijakan yang lebih atau mampu memberikan kebijakan yang menguntungkan bagi pihak UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Ibrahim Hasyim. 2016. *Ekonomi Makro*. Jakarta : Kencana.
- Arsyad, Lincolin. 1999. *Ekonomi Pembangunan: Edisi Keempat*. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Bambang, Hariadi. 2005. *Strategi Manajemen*. Jakarta : BayumediaPublising.
- David, F.R. 2006, “*Manajemen Strategis : Konsep, Edisi Sepuluh*”. Jakarta : Selemba Empat.
- David, F.R. 2004, “*Manajemen Strategis : Konsep, Edisi ketujuh*”. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Fadilah S. 2012. “Pengaruh Implementasi Pengendalian Intern dan Total Quality Manajemen Terhadap Kinerja Organisasi”. *MIMBAR*, Vol. XXVIII No.1.
- Gie Kian, K. 2003. *Perekonomian Indonesia Tahun 2004, Prospek dan Kebijakan*. Kantor Menteri Negara Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas).
- Hardjono, Winardi. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern dan Perilaku Konsumen*. Bandung : Penerbit Sinar Baru.
- Hasibuan, Melayu S.P. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- HEPI, H., & ZAKIAH, W. (2018). The Influence of Life Expectancy Rate And Old School Rate To GRDP Percapita and Economic Growth In Central Kalimantan Province 2011-2015. *Journal Magister Ilmu Ekonomi Universtas Palangka Raya: GROWTH*, 4(1), 56-68.
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Kagerman, H., Wahlster, W. & Helbig, J. 2003. *Recommendations for Implementing the Strategic Initiative Industry 4.0 Industry 4.0 Working Group*. Germany.
- Laksamana, R., & Giovanni, J. (2019). Persepsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Transportasi Online di Wilayah Kalimantan Barat. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 15(2), 48-54.
- Miar, M., Neneng, S., & Sui, J. M. (2022). The Impact Covid-19 Outbreak, Green Finance, Creativity and Sustainable Economic Development on the Economic Recovery in G20 Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 12(6), 432.
- Rahmana, Arief. 2008. Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi terdepan usaha kecil menengah (online), <http://infoukm.wordpress.com> diakses 2 februari 2022
- Schwab, Klaus. 2017. *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum: Germany.
- Soeroto. 1986. *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Tenaga Kerja*. UGM Pers. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumitro. 1995. *Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: Pustaka Ekonomi.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- Undang-Undang Nomer 13 tahun 2003 pasal 1 tentang Ketenagakerjaan