

Model Pengembangan Daya Saing UMKM Pada Era Pandemi di Kota Jambi

Ahmad Soleh*, Esti Susilawati, Siswoyo

Universitas Muhammadiyah Jambi

*Correspondence email: ahmad.soleh@umjambi.ac.id, esti.susilawati@umjambi.ac.id, siswoyo@umjambi.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Profil UMKM Jambi baik dari sisi internal maupun eksternal digunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan statistik, model rasio, pertumbuhan; (2) Faktor-faktor apa saja yang mendeterminasi daya saing UMKM di Kota Jambi maka digunakan model SEM dan; (3) Bagaimana strategi terbaik dalam meningkatkan Daya Saing UMKM digunakan Model Analisis SWOT dan FGD. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari literature-literatur dan instansi terkait. Sementara data primer diperoleh melalui wawancara, survei dan kuisioner dengan metode *random sampling* dengan pendekatan *non probability sampling* (Slovin). Penelitian ini bersifat *Ekploratif* dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif dengan pendekatan *Sequential Exploratory Design*. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Jambi dengan jumlah sampel 389 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kondisi UMKM di Kota Jambi menunjukkan perkembangan yang signifikan dan merata dan mempunyai potensi yang baik untuk perkembangan UMKM dimasa yang akan datang dan memiliki tingkat pendidikan masih rendah, pendatang dari luar, milik sendiri, UMKM masih didominasi usaha kuliner, rentang rata-rata pelaku telah menjalankan usaha selama 5 tahun, sistem pemasaran pasih secara tradisional dan wilayah pemasaran wilayah lokal. Sementara Strategi kebijakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan UMKM di Kota Jambi dilakukan dengan merujuk pada analisis SWOT dengan mempertimbangkan dari aspek pemasaran, tenaga kerja, produksi dan pemasaran dan kemudian dilanjutkan dengan dukungan pengembangan inovasi.

Kata Kunci: Model Pengembangan; Daya Saing; UMKM

Abstract. This research aims to analyze: (1) Jambi MSMEs profile both from the internal and external side used qualitative descriptive analysis with statistical approaches, ratio models, growth; (2) What factors determine the competitiveness of MSMEs in Jambi City then used sem model and; (3) How the best strategy in improving MSME Competitiveness is used SWOT and FGD Analysis Models. The study used secondary data and primary data. Secondary data is obtained from literature and related agencies. While the primary data is obtained through interviews, surveys and questionnaires with random sampling methods with a non probability sampling approach (Slovin). This research is Exploratory using quantitative and qualitative descriptive methods with a Sequential Exploratory Design approach. The research site was conducted in Jambi City with a sample of 389 respondents. The results showed that the condition of MSMEs in Jambi City showed significant and equitable development and had good potential for the development of MSMEs in the future and had a low level of education, immigrants from outside, their own, MSMEs are still dominated by culinary businesses, the average range of actors has been running a business for 5 years, traditional pasih marketing system and local area marketing area. While the policy strategy that can be done to increase MSMEs in Jambi City is carried out by referring to SWOT analysis by considering from the aspects of marketing, labor, production and marketing and then continued with support for innovation development.

Keywords: Development Model; Competitiveness; MSMEs

Pendahuluan

Pada abad kedua puluh satu daya saing telah menjadi bagian penting dari perekonomian. Ditingkat ekonomi mikro, daya saing menunjukkan kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar domestik dan internasional, sedangkan ditingkat makro daya saing menunjukkan posisi negara dalam kompetisi di level internasional (Scott & Lodge, 1985). Menurut Porter (1990) daya saing suatu negara tergantung pada kapasitas industri untuk berinovasi dan meningkatkan kinerjanya. Pada perekonomian negara maju (*Innovation-driven economy*), lebih banyak dipengaruhi oleh kegiatan inovasi dari sektor wirausaha kecil dan menengah, sehingga peran UKM terhadap perekonomian semakin besar. Sementara pada kelompok negara berkembang (*efficiency driven economy*), seperti Cina, Malaysia, dan Indonesia kewirusahaan menjadi kunci pertumbuhan ekonomi. Tidak dapat dipungkiri bahwa peran penting keberadaan usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia dalam proses pembangunan semakin terasa nyata. Peran tersebut telah teraktualisasi dalam berbagai kondisi baik pada masa krisis yang pada saat itu keberadaan UMKM mampu menjadi penggerak utama ekonomi Indonesia maupun pada saat tidak krisis. Kondisi tersebut tercermin dari kontribusinya terhadap PDB sebesar 56,7 persen dibandingkan sektor non migas yang hanya 15 persen. Selain itu UMKM juga mampu menyumbang 99 persen dari jumlah pelaku usaha dan menyerap tenaga kerja sebesar 99,6 persen. Berdasarkan data Dinas koperasi dan UMKM Kota Jambi tahun 2015 diketahui bahwa pada tahun 2015 pelaku UMKM berjumlah 10.545 pelaku, dan meningkat menjadi 13.603 pada tahun 2019 dan mampu menyerap lebih dari

30.000 ribu tenaga kerja. Besarnya jumlah tenaga kerja yang terserap tersebut menunjukkan bahwa UMKM punya peranan yang sentral dalam pembangunan ekonomi. (Sari dan Deri, 2019); (Wiyadi, 2009)

Namun dalam pelaksanaannya UMKM yang ada di Kota Jambi sulit untuk berkembang untuk menjadi besar dan hanya mampu bertahan, apalagi ditambah adanya pandemi seperti saat ini. Memang selain persoalan pandemi terdapat permasalahan mendasar yang menyebabkan sulitnya berkembangnya UMKM di Kota Jambi diantaranya masalah produktivitas, kualitas, manajemen organisasi dan pemasaran. Oleh karena pentingnya peran dari UMKM dalam menggerakkan perekonomian, maka sangat perlu dilakukan penelitian ini sehingga diperoleh informasi terkait permasalahan sehingga terbentuk model pengembangan daya saing UMKM. (Ariani dan Utomo, 2017); (Dewanti dkk, 2013); (Lantu dkk, 2016)

Tinjauan Pustaka

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut UU No.20 Tahun 2008 UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan kriteria: (1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Usaha kecil juga merupakan usaha ekonomi kreatif yang berdiri sendiri, yang dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari anak usaha menengah atau usaha besar dengan kriteria memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000,00 sampai Rp.500.000.000,00 dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 sampai dengan 2.500.000.000,00.

Konsep Daya Saing

Menurut Porter (1990), daya saing (kemampuan/strategi untuk bersaing) dari suatu produk/perusahaan/industry bukan hanya dilihat dari sisi produksi (kemampuan untuk menghasilkan produk yang murah) tetap merupakan kombinasi dari hasil akhir dengan upaya (kebijakan) untuk mencapainya. Daya saing diartikan sebagai kesanggupan, kemampuan dan kekuatan untuk bersaing. Sehingga daya saing bisa diartikan juga sebagai kemampuan sesuatu untuk tumbuh dan berkembang dengan baik diantara entitas sejenis dalam suatu lingkungan yang sama. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya saing UMKM merupakan kemampuan dari UMKM dalam membuat dan memformulasikan berbagai macam strategi sehingga dapat menempatkan pada posisi yang strategi dan lebih menguntungkan dibanding dengan usaha sejenis lainnya. Sementara Tambunan (2015), berpendapat bahwa UMKM yang berdaya saing tinggi dicirikan oleh: (1) volume produksi cenderung mengalami peningkatan (2) pangsa pasar domestik dan ekspor selalu meningkat. (Baiti, 2019); (Hisyam dkk, 2015);

Metode

Penelitian ini bersifat *Ekploratif* dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif dengan pendekatan *Sequential Exploratory Design*. Data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Jambi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi, dan literature lain yang terkait dengan penelitian ini. Selanjutnya data primer diperoleh melalui wawancara, interview secara langsung dan tidak langsung, kuesioner dan dokumentasi dengan menggunakan metode *random sampling* dengan menggunakan metode *non probability sampling* yang merujuk pada model Slovin. Adapun jumlah sampel responden yang direncanakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 responden (pelaku UMKM) dari jumlah UMKM yang ada di Kota Jambi sebanyak 13.603 yang dihitung dengan metode Slovin sehingga diperoleh jumlah responden sebanyak 389 responden yang nantinya di bagi secara proporsional berdasarkan jumlah UMKM per kecamatan yang ada di Kota Jambi. Untuk menganalisis profil UMKM Jambi baik dari sisi internal maupun eksternal digunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan model Analisis SWOT dengan Pendekatan FGD.

Hasil

Analisis Profil UMKM di Kota Jambi

Tabel 1
 Persentase jumlah UKM per penduduk per Kecamatan di Kota Jambi Tahun 2020

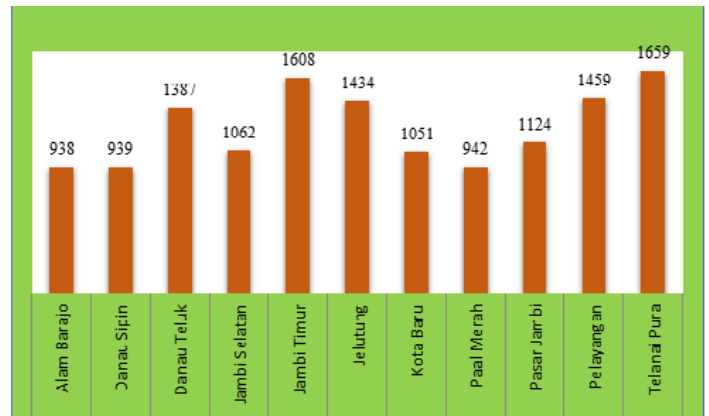
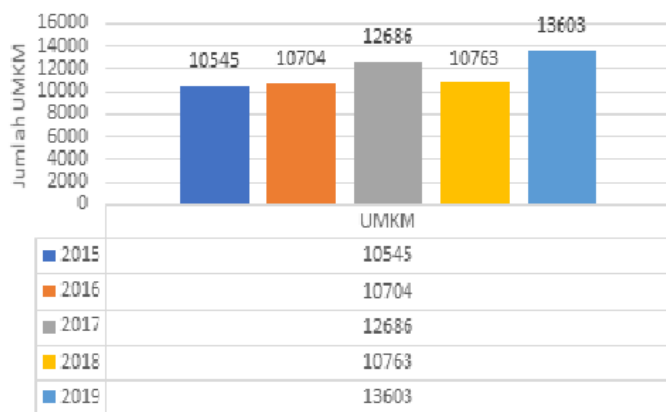
No	Nama Kecamatan	Jumlah UKM	Jumlah Penduduk/ kecamatan	Pelaku UKM/ Jumlah penduduk (%)
1	Alam Barajo	938	78.620	1,19
2	Danau Sipin	939	101.350	0,93
3	Danau Teluk	1387	62.907	2,20
4	Jambi Selatan	1062	91.383	1,16
5	Jambi Timur	1608	64.213	2,50
6	Jelutung	1434	12.465	11,50
7	Kota Baru	1051	51.451	2,04
8	Paal Merah	942	49.152	1,92
9	Pasar Jambi	1124	12.160	9,24
10	Pelayangan	1459	13.802	10,57
11	Telanai Pura	1659	67.234	2,47
Kota Jambi		13.603	604.378	20,23

Sumber: data olahan

Perkembangan jumlah pelaku UKM juga mengalami peningkatann yang signifikan setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Jambi jumlah UKM mengalami peningkatan rata-rata sebesar 7,81 persen selama periode pengamatan.

Perkembangan dan sebaran UKM di Kota Jambi

Perkembangan jumlah UKM ini dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya, iklim usaha yang kondusif, meningkatnya daya beli masyarakat, serta berubahnya selera dan gaya hidup dari masyarakat. Selain perkembangan, sebaran UKM di Kota Jambi juga terlihat cukup merata antar kecamatan satu dengan kecamatan lainnya, ini menunjukkan bahwa di seluruh wilayah di Kota Jambi mempunyai potensi yang baik untuk berkebangnya UKM. Berikut adalah data penyebaran UKM di Kota Jambi per kecamatan pada tahun 2019.



Sumber: data olahan

Gambar 1
 Data Perkembangan UMKM di Kota Jambi dan Per Kecamatan

Strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM

Strategi dalam meningkatkan UMKM di Kota Jambi di bagi menjadi beberapa strategi. Strategi untuk mengatasi permasalahan pada pelaku UMKM dengan menggunakan analisis SWOT, dengan analisa strategi yang didasarkan pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Selanjutnya dilanjutkan dengan strategi untuk mengatasi permasalahan internal dan eksternal dari para pelaku UMKM dan imlikasi kebijakan untuk program inovasi pro terhadap revitalisasi dan pengembangan UMKM di Kota Jambi.

Analisis SWOT

1. Strategi *Strength and Opportunity* (SO):

- a. Pada aspek permodalan: strategi yang dapat dilakukan adalah dengan cara mendorong pengembangan UKM, menaikkan kelas produk UKM, dan memfasilitasi dalam program pendampingan pengelolaan usaha.
- b. Pada aspek tenaga kerja: strategi yang dapat dilakukan dengan cara memperbaiki sistem pendidikan agar tercipta link and match antara pendidikan dan peluang usaha, peningkatan kualitas angkatan kerja.

- c. Pada aspek produksi: strategi yang dapat dilakukan dengan cara melakukan pengawasan dan operasi pasar untuk menghindari penimbunan barang, koordinasi dalam masalah pengurusan perizinan sehingga menjadi mudah.
 - d. Aspek pemasaran: strategi yang dapat dilakukan dengan cara melakukan penataan lokasi pemasaran produk ukm, mendukung sepenuhnya pengembangan ekonomi kreatif, mendukung gerakan cinta produk Indonesia dan mendukung UKM *go online*.
2. Strategi *Weakness and Opportunity* (WO)
- a. Pada aspek permodalan: strategi yang dapat dilakukan dengan cara memfasilitasi pelaku UKM untuk mendapatkan pinjaman KUR, meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menggunakan produk lokal, dan menungkatkan program pendampingan pengelolaan usaha.
 - b. Pada aspek tenaga kerja: strategi yang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan program pelatihan, kompetensi dan produktivitas kerja.
 - c. Pada aspek produksi: Mendorong kerjasama dengan stakeholder dan pengusaha penyedia bahan baku untuk memastikan kesediaan bahan baku bagi UKM dan pelaku UKM untuk giat mengurus perizinan baik usaha dan produksi.
 - d. Aspek pemasaran: strategi yang dapat dilakukan dengan cara membentuk kawasan pasar, membentuk koperasi pemasaran, menciptakan wadah promosi dan meningkatkan melek teknologi bagi pelaku UKM.
3. Strategi *Strength and Threat* (ST)
- a. Pada aspek permodalan: strategi yang dapat dilakukan dengan cara mendorong UKM untuk bisa dinyatakan layak dan "bankable, meningkatkan daya beli masyarakat, meningkatkan pendampingan akan pemahaman tentang digitalisasi, dan potensi media sosial sebagai sarana promosi.
 - b. Pada aspek tenaga kerja: strategi yang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas tenaga kerja, Mendorong pelaksanaan ketentuan upah minimum bagi UKM berdasarkan UU Cipta Kerja.
 - c. Pada aspek produksi: strategi yang dapat dilakukan dengan cara Meningkatkan pengetahuan pelaku UKM untuk dapat mengelola bahan baku dengan tepat dan bijaksana, Mendorong konsistensi proses pembuatan izin edar suatu produk menjadi lebih mudah karena menggunakan sistem daring (online).
 - d. Aspek pemasaran: strategi yang dapat dilakukan dengan cara menyediakan lokasi usaha yang strategis karena ketepatan pemilihan lokasi, meningkatkan sinergi antara Pemerintah dengan pelaku UKM, mendorong UKM menggunakan *e-Commerce* dalam operasional bisnisnya, mendorong agar digitalisasi UKM lebih banyak diisi oleh pengusaha milenial.
4. Strategi *Weakness and Threat* (WT)
- a. Pada aspek permodalan: strategi yang dapat dilakukan dengan cara mendukung kebijakan BI dalam memberdayakan UKM, Untuk meningkatkan daya beli masyarakat, mendorong usaha UKM agar terus berjalan, meningkatkan jumlah pendampingan dan pembinaan terkait pengelolaan usaha.
 - b. Pada aspek tenaga kerja: strategi yang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kesiaptrampilan angkatan kerja dalam jangka menengah dan panjang dan meningkatkan peran UKM dalam pengentasan pengangguran.
 - c. Pada aspek produksi: strategi yang dapat dilakukan dengan cara mendorong UKM untuk dapat melakukan efisiensi usaha dalam mengatasi harga bahan baku yang berfluktuasi dan mendorong UKM untuk membuat izin usaha melalui OSS.
 - d. Aspek pemasaran: strategi yang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan upaya pemerintah untuk menyiapkan sejumlah fasilitas untuk mendukung keberlanjutan UKM, meningkatkan peran pemerintah dalam mempersiapkan UKM agar tetap dapat ber daya saing dan mendorong UKM untuk mengembangkan bisnis digital secara berkesinambungan.

Simpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa permasalahan pada pelaku UMKM di Kota Jambi diantaranya dari aspek permodalan diantaranya minimnya modal, modal tidak berputar dan daya beli masyarakat menurun. Aspek tenaga kerja diantaranya sulitnya mencari tenaga kerja terampil. Aspek produksi diantaranya kelangkaan bahan baku kualitas bahan baku berubah ubah, kesulitan dalam pengurusan perizinan; Aspek pemasaran kesulitan dalam memperluas pasngsa pasar dan pengembangan usaha. Strategi kebijakan untuk meningkatkan UMKM di Kota Jambi dilakukan dengan mempertimbangkan dari aspek pemasaran, tenaga kerja, produksi dan pemasaran dan kemudian dilanjutkan dengan dukungan pengembangan inovasi.

Daftar Pustaka

Ariani & Utomo, M.N. 2017 Kajian Strategi Pengembangan UMKM di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 13(2), 99-188.

- Baiti, N. 2019. Strategi Daya Saing Transportasi Pada PT. Jaya Prima Utama Lestari Bandung, *Doctoral dissertation*, Perpustakaan Pascasarjana.
- Dewanti, R., Melati, I., & Simbolon, F. 2013. Pengembangan Model Daya Saing UMKM Batik Melalui ECS. *Binus Business Review*, 4(1), 41-57.
- Hisyam, I., Suprijanto, H., Wesiani, N.A., Hartanto, D., & Prasetyewan, Y. 2015. Model Perencanaan Kerja Sama Triple Helix Pengembagnan Industri Skala UMKM Peresaan di Jawa Timur. *Simposium Nasional RAPI XIV*, 1-146.
- Lantu, D.C., Triady, M, S., Utami, A. F., & Ghazali, A. 2016. Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77-93.
- Porter, M.E., 1990, *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Scott, B.R., & Lodge, G.C. 1985 *U.S. Competitiveness in the World Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Sari, R.P., & Deri, T.S. 2019, Pengembangan model kesiapan UMKM di Era Revolusi Idustri 4.0. *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*, 3(1), 37-42.
- Tambunan, T. 2015, *Ukuran Daya Saing koperasi dan UKM*. RPJM Nasional Tahun 2010-2014 Bidang Pemberdayaan Koperasi dan UKM.
- Wiyadi, W. 2009. Pengukuran Indeks Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) Di Jawa Tengah. *Jurnal Fakultas Hukum UII*, 13(1).