

**PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN UMKM KOTA TANGERANG SELATAN
(LAPORAN PENELITIAN DOSEN PEMULA UNIVERSITAS RESPATI INDONESIA)**

Djaja Sampoerna (Ketua Peneliti), Sakti Brata I., (Anggota 1), Titus Indrajaya, (Anggota 2)

ABSTRAK

Salah satu usaha yang penting perekonomian negara/daerah adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan, Yang mendorong banyak negara termasuk Indonesia mengembangkan UMKMnya, karena 3(tiga) alasan, yakni : 1) kinerjanya lebih baik dan produktif; (2) dinamikanya meningkatkan produktivitas melalui investasi dan teknologi; (3) keunggulannya fleksibel dari usaha besar (Berry dalam Rahayu 2001). Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pengembangan produk unggulan UMKM, menggunakan survey, analisis deskriptif sederhana, data primer, data sekunder dan sampel 16 responden. (dari Dinas Koperasi UKM, dan Dewan Koperasi Indonesia Daerah (Dekopinda) **Tangerang Selatan**. Hasil penelitian: 1). Direkomendasikannya UMKM dalam seminar ilmiah berskala nasional sehingga berkontribusi pada ilmu pengetahuan, 2). diwujudkan: kampung IKM (Industri Kecil Menengah), KSU (Koperasi Serba Usaha) Cipta Boga, koperasi UMKM Mandiri, kampung UKM Digital dan program pembinaan usaha kecil oleh BNI. Dengan pengembangan produk unggulan 892 usaha tahun 2014 didominasi industri makanan: 335 usaha (51.8%) dan industri pakaian jadi = 263 usaha. Kecamatan dengan UMKM terbanyak adalah Pondok Aren = 278 usaha, berkembang menjadi 1708 tahun 2017, didominasi usaha makanan.

Kata Kunci: produk, UMKM

ABSTRACT

Micro small and Medium Enterprises (*MSME*) is an important part of country economy which are encourage many country including Indonesia to develop the UMKM, cause 3(three) reasons that are: 1) the performance is better and productif; (2) the dynamics are increase productivity through investment and technology; (3) the superiority is flexible than the big company (Berry in Rahayu 2001). The aim research to explain a superior product development of MSME use survey, simple analysis descriptive, primary data, secondary data, and the amount sampel are 16 respondent. (from Dinas Koperasi UKM, and Dewan Koperasi Indonesia Daerah (Dekopinda) of **Tangerang Selatan**. The result of this research such as be recommended MSNE in the scientific seminar on national scale, so these are contribute on the scientific; realization: the villages of : Small and Medium Industries (SMI), Multipurpose Cooperative (MC). *Cipta Boga*, Independent micro, small and medium business cooperatives, *MSM Digital* and the program for coaching of small business by BNI. By development of superior product of business 892 on 2014 which were dominated by food industry: 335 business (51,8%) and clothes industry 263 business. Sub district with the most MSME was reported in Pondok Aren 278 business, develop tobe come 1708 on 2017, were dominated by food business

Key words: MSME, product.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berdasarkan perundang-undangan no. 32 tahun 2004 tentang ekonomi daerah, peran dan kewenangan daerah dalam mengurus rumah tangganya sendiri termasuk UMKM yang telah berkontribusi besar bagi perekonomian nasional (1), termasuk upaya pemerintah daerah dalam percepatan pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UMKM yang keberhasilannya dirasakan di berbagai Negara seperti Indonesia, maka usaha mikro (UMKM) yang Perkembangannya menjadi faktor pendukung peningkatan berbagai usaha kategori mikro, kecil dan menengah di Indonesia pada umumnya dan di Tangerang Selatan pada khususnya menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan dan untuk mengurangi masalah kemiskinan yang mana pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi serta dapat memberi kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Ditengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM, harus mampu untuk terus bersaing meningkatkan baik produk-produk terobosan baru maupun jasa, dengan mengembangkan SDMnya dan teknologi serta perluasan area pemasaran untuk menambah nilai jual UMKM dan agar dapat bersaing dengan produk asing yang membanjiri sentra industri dan manufaktur Indonesia. Mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).(2)

2. TUJUAN PENELITIAN

Untuk menjelaskan upaya pengembangan potensi unggulan

produk, pengembangannya dan alternatif yang dijadikan produk unggulan serta pemahaman keunggulan produk UMKM di kota Tangsel.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu

Tempat : kota Tangerang Selatan

Waktu : Agustus 2017

Penelitian ini menggunakan metode survey, dengan analisis deskriptif sederhana, menggunakan data primer, data sekunder dan sampel berjumlah 16 responden. (diambil dari Dinas Koperasi UKM Kota Tangerang Selatan dan *Stakeholder* UMKM yang meliputi: Asosiasi Industri Pelaku Usaha, Dewan Koperasi Indonesia Daerah (Dekopinda) Kota Tangerang Selatan, dengan alat bantu berupa kuesioner.

4. HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini akan dijadikan rekomendasi bagi Walikota Tangerang Selatan dengan dukungan dari Koperasi UKM KotaTangerang Selatan serta akan diajukan dalam seminar ilmiah yang berskala nasional sehingga memiliki kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, bagaimana sebuah produk dapat tercipta dengan baik dan dapat berdampak langsung bagi kesejahteraan masyarakat.

4.1. HASIL PENELITIAN dari DINAS

KOPERASI adalah Diwujudkannya:

1) **upaya pengembangan potensi unggulan produk** UMKM oleh Pemkot Tangsel, dengan mendirikan : kampung IKM, KSU Cipta Boga, koperasi UMKM Mandiri, kampung UKM Digital dan program pembinaan usaha kecil (PKBL);
2) **Potensi pengembangan produk unggulan** UMKM di TangSel berpeluang besar (dari banyaknya jumlah UMKM) sebanyak 892 buah tahun 2014 yang didominasi usaha industri makanan

sebanyak: 335 usaha dan industri pakaian jadi : 263 usaha, dimana kecamatan yang mempunyai UMKM terbanyak adalah kecamatan Pondok Aren sebanyak 278 usaha, selanjutnya berkembang menjadi 1708 UMKM tahun 2017, dan tetap didominasi usaha makanan terbanyak di kecamatan Pondok Aren sebesar 51,8% ; 3) **Alternatif produk UMKM yang akan menjadi produk unggulan** berikutnya adalah: Sambal Spesial “Hj. Lina,” Abon Ikan Tongkol dan Abon Ikan Lele Siti Rahmawati, Kacang Sangrai Ma’Kita, Madu Pahit asli Quantum, Rengginang Vee, Sambal Ikan Cakalang, Sagon Bakar, Kue Ketawa, Bir Pletok, Keripik Jengkol, Sate Maringgih, Black Coffee, Nasi Bakar, Kebab Sosis; 4) **Sosialisasi pemahaman keunggulan produk** UMKMNya dilakukan melalui Pameran-pameran: *Handycraft* Nusantara, HUT Tangsel ke-8, Hari Koperasi Daerah Tangsel, Festival di Moskow tahun 2017 dan kepada calon Jemaah Haji Tangsel bekerjasama dengan ASIPA, serta pada pameran pembangun. Perkembangan UMKMNya menjadi faktor pendukung peningkatan berbagai macam usaha kategori mikro, kecil dan menengah, khususnya di kota Tangerang Selatan adalah merupakan: Asosiasi Industri Pelaku Usaha, Dewan Koperasi Indonesia Daerah (Dekopinda) Kota Tangerang Selatan. Dukungan pengembangan UMKMNya di daerah dapat dijadikan momentum untuk berkomitmen meningkatkan pertumbuhan ekonomi di kota Tangsel, melalui koperasi dan usaha kecil menengah,” Pemerintah Kota Tangerang Selatan (Tangsel) melalui Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Dinkop & UKM) menggelar forum diskusi koperasi bagi pengurus koperasi se-Kota Tangsel, pada Kamis (2/3/2017). Hal ini dilakukan untuk membenahan kualitas dan kuantitas

struktur koperasi yang ada di Kota Tangsel.

Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangsel Firdaus mengatakan bahwa koperasi dapat terus berkembang dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi khususnya ekonomi kerakyatan. dan “Koperasi harus memberikan pembenahan baik dari segi mutu dan kualitas produk yang dihasilkan sampai dengan Sumber Daya Manusia yang cerdas dan berinovasi yang ada didalam Internal koperasi,” kata Firdaus.

Firdaus menambahkan, forum diskusi pengurus koperasi ini diadakan sebagai ajang mensosialisasikan program kerja para pengurus koperasi dan sarana diskusi bagi seluruh pengurus koperasi serta menyampaikan permasalahan yang dihadapi.

“Saya berharap adanya forum ini dapat dijadikan momentum untuk berkomitmen meningkatkan pertumbuhan ekonomi di kota Tangsel melalui koperasi dan usaha kecil menengah,” ujarnya.(fid/Kabar Tangsel)

4.2. HASIL PENELITIAN dari PEMPROV TANGERANG SELATAN adalah :

1) Upaya pengembangan potensi unggulan produk UMKM, yaitu didirikannya kampung IKM (Industri Kecil Menengah), KSU (Koperasi Serba Usaha) Cipta Boga, koperasi UMKM Mandiri, kampung UKM Digital dan program pembinaan usaha kecil (PKBL) oleh BNI.

2) Potensi pengembangan produk unggulan UMKM adalah berpeluang besar dilihat dari jumlah UMKM sebanyak 892 buah tahun 2014 dengan usaha terbesar yaitu industri: makanan: 335 usaha dan pakaian jadi: 263 usaha, dengan UMKM terbanyak adalah di kecamatan Pondok Aren sebanyak 278 usaha, yang berkembang menjadi 1708 UMKM tahun 2017 dan didominasi oleh

usaha makanan sebesar 51,8% di kecamatan Pondok Aren.

3) Alternatif produk UMKM yang menjadi produk unggulan antara lain: Sambal Spesial "Hj. Lina," Abon Ikan Tongkol dan Ikan Lele Siti Rahmawati, Kacang Sangrai Ma'Kita, Madu Pahit Quantum, Rengginang Vee, Sambal Ikan Cakalang, Sagon Bakar, Kue Ketawa, Bir Pletok, Keripik Jengkol, Sate Maringgih, Black Coffee, Nasi Bakar, dan Kebab Sosis.

4) Sosialisasi pemahaman keunggulan produk UMKM Tangerang Selatan dilakukan melalui Pameran-pameran: *Handycraft* Nusantara, HUT Tangsel ke-8, Hari Koperasi Daerah Tangsel, Festival di Moskow tahun 2017, dan kepada calon Jemaah Haji Tangsel bekerjasama dengan ASIPA, dan pada pameran pembangunan dalam HUT ke-9 Tangsel, serta digelarnya event akbar Tangerang Selatan *Global Innovation* (TGIF) 2016.

4.3. HASIL PENELITIAN di LAPANGAN (EMPIRIS).

kota Tangsel telah memiliki unggulan produk UMKM, yang pembinaan, pengelolaan dan pengembangannya oleh pemerintah kota Tangsel menggunakan program:

- 1) program pembinaan, pengelolaan dan pengembangan potensi unggulan
- 2) program evaluasi kinerja,
- 3) strategi promosi (dengan brosur, spanduk, majalah, website dan event-event berskala

lokal, nasional dan internasional), dimana produk-produk berpotensi dikembangkan

menjadi produk unggulan seperti: dari makanan, minuman, pakaian, cemilan (*snack*)

dan kerajinan (*handicraft*), yang ragamnya antara lain:

- a). dari makanan dan minuman : sagon bakar, kue ketawa, bir pletok, keripik jengkol,

sate maranggih, kebab sosis, rendang nona, minuman anin amino coffe, sari kacang

kedelai, bunda zu dimsum, sosis babe, serta pempek cik tuti, O dontis, dan mama

ryan nasi jinggo. Monalita bakso iga,

- b). dari kerajinan (*handicraft*) tas kailey, craft decoupage, sahra sendok dan keramik,

laricha sepatu, hay muslimah, Yulia hijab, arsha collection.

Disini alternatif yang bisa menjadi produk unggulan adalah: baju, sepatu, tas, kerajinan tangan, makanan (dodol, keripik pisang, rengginang, sambal Hj. Lina, abon siti rahmawati, kacang sangrai ma'kita, dan madu pahit). Pemerintah selain melakukan penyuluhan, sosialisasi dan mendorong kerjasama dengan kios, gerai yang memfasilitasi penjual produk UMKM. Juga memfasilitasi terjadinya sinergi dan kerjasama secara baik dengan pihak terkait (Dinas Perdagangan dan Industri, Dinas Koperasi dan UMKM, Hotel, Resto, Perbankan), dan mendirikan asosiasi serta tempat usaha yang representatif. Namun untuk permodalan, masih memerlukan peningkatan permodalan ke perbankan karena belum semua pengusaha UMKM mendapat bantuan permodalan dari pihak perbankan. Warman Syainudin, Kepala Dinas Koperasi dan UKM kota Tangsel berharap koperasi dapat menyejahterakan anggotanya dan mampu membina dan mengembangkan UKM di wilayahnya masing-masing (beritatangsel.com). Data BPS 2013 menunjukkan bahwa 18,20 % penduduk Tangsel adalah pengusaha yang terdiri dari :

- a). berusaha sendiri sebesar: 13.87%,
- b). dibantu pekerja tak dibayar 1.99%
- c). mempekerjakan orang lain sebesar 2.34%.

kelompok terakhir c). ini telah mengalahkan total presentase pengusaha nasional yang masih di bawah 2%. Riset oleh Smith and Wills (2012) menemukan bahwa organisasi koperasi mampu menyatukan solidaritas dan menyediakan networking dalam menghadapi hambatan-hambatan dalam aktivitas ekonomi para anggotanya.

Dinas koperasi UKM kota Tangsel saat ini sedang melakukan kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan inovatif yang dapat menciptakan peluang dan produk yang masuk binaan SKPD terkait yang meliputi :

1. Jahe segar → Jager asal kecamatan Ciputat Timur.

2. Kacang Sangrai, Keripik Pisang & Keripik Singkong → asal ds. Keranggan, Kecamatan Setu

3. Minuman Lidah Buaya → asal Serpong,

4). Lele Sele → asal Muncul, dan produk Cireng Tangerang Selatan (Cisel) dari Al Bantani, Perigi Baru, kecamatan Pondok Aren dan lainnya. Keanekaragaman produk UMKM ini merupakan potensi luar biasa perkembangan industri kreatif di Kota Tangerang Selatan yang mulai maju pesat. Industri kreatif menjadi pilihan utama calon wirausaha/wirausahawan memulai bisnis, mengembangkan produknya. Bahkan, industri kreatif merupakan bisnis yang sangat menjanjikan.

4.4. HASIL dari PENYEBARAN KUESIONER adalah:

1). untuk **“Kepemilikan program unggulan”** terdapat 10 responden (62%) menyatakan S, dan 4 (25%) menyatakan SS. 2). Untuk **“produk unggulan”** : 14 responden (87,5%) menyatakan S, 2 responden (12,5%) menyatakan SS, 3). Untuk **“program pembinaan dan pengembangan potensi produk unggulan”**: 10 responden (62%)

menyatakan S, 5 responden (31%) SS dan 1 responden (7%) menyatakan TS. 4). Untuk **“evaluasi terhadap produk yang akan menjadi produk unggulan (program evaluasi prestasi)”**: 9 responden (56,25%) menyatakan S, 6 responden (37,5%) menyatakan SS, dan 1 responden (6,25%) menyatakan TS. 5). Untuk **“program percepatan promosi”**: 8 responden (50%) menyatakan S, 6 responden (37,5%) menyatakan SS, dan 2 responden (12,5%) menyatakan TS. 6). Untuk **“Strategi pemasaran rutin”**: 9 responden (56%) menyatakan S, 5 responden (31%) menyatakan SS dan 2 responden (13%) menyatakan TS. 7). Untuk **“Strategi pemasaran melalui web site”**: 10 responden (62,5%) menyatakan S, 6 responden (37,5%) menyatakan SS, 8). Untuk **“Program Pemda memiliki koordinasi event-event”**: 10 (62,5%) menyatakan S, 5 responden (31%) menyatakan SS dan 1 responden (6,25%) menyatakan TS. 9). Untuk **“kerja sama promosi dengan stakeholder”**: 13 responden (81%) menyatakan S, dan 3 responden (18,75%) menyatakan SS, 10). Untuk **“adanya sosialisasi dan penyuluhan kepada pemuda dan masyarakat”**: 11 responden (64,7%) menyatakan S dan 5 responden (31,25%) menyatakan SS, 11). Untuk **“Program branding produk UMKM”**: 8 responden (50%) menyatakan S dan 8 responden (50%) menyatakan SS. 12). Untuk **“promosi ke pasar nasional dan internasional”**: 10 responden (62,5%) menyatakan S dan 6 responden (37,5%) menyatakan SS. 13). Untuk **“Tidak ada program peningkatan dari asosiasi”**: 10 (62,5%) menyatakan S dan 6 (37,5%) menyatakan SS. 14). Untuk **“tidak adanya permintaan produk dari konsumen”**: 9 (56%) menyatakan TS, dan 7 (43,75%) S (jadi dengan online). 15). Untuk **“tanpa asosiasi, konsumen dapat menikmati produk”**: 8 (50%) menyatakan TS dan 8 (50%) menyatakan S. 16). Untuk **“ada**

kesadaran masyarakat mengembangkan produk” (dengan branding dan pameran): 14 (87,5%) menyatakan S dan 2 (12,5%) menyatakan SS. 17). Untuk **“masyarakat terlibat dalam promosi keunggulan produk”:** 12 responden (75%) menyatakan S, 2 responden (12,5%) menyatakan SS dan 2 responden lagi (12,5%) menyatakan TS. 18). Untuk **“adanya toko yang menjual produk UMKM lengkap”:** 12 (75%) menyatakan S, 3 responden (18,75%) menyatakan SS dan 1 (6,25%) responden menyatakan TS. 19). Untuk **“perlunya perbaikan produk UMKM”:** 12 responden (75%) menyatakan S dan 4 responden (25%) menyatakan SS. 20). Untuk **“ada kelengkapan fasilitas di kantor pengelola toko”:** 13 (18,25%) menyatakan S, 2 (12,5%) menyatakan SS dan 1 (6,25%) menyatakan TS. 21). Untuk **“ketersediaan laporan keuangan”:** 11 (68,75%) menyatakan S, 5 responden (31%) menyatakan TS. 22). Untuk **“koordinasi usaha saat ini “:** 12 responden (75%) menyatakan **baik** dan 4 responden (4%) menyatakan **tidak baik**. untuk **“kemudahan akses permodalan ke perbankan”:** 12 responden (75%) menyatakan **tidak mudah** dan 4 (25%) menyatakan **dapat dengan agunan**.

Pembahasan

Hal ini sesuai dengan penelitian Sudaryanto (2), dimana produk-produk umkm harus dipasarkan secara professional dan melakukan difersikasi pasar ke Negara baru seperti rusia.

5. KESIMPULAN dan SARAN

KESIMPULAN :

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tersebar di Indonesia pada umumnya dan wilayah Tangerang

Selatan khususnya, pada Tahun 2012, (data Badan Pusat Statistik (BPS)) telah mencapai pertumbuhan ekonomi hingga 8,7%. Sementara pertumbuhan ekonomi nasional baru 6%, hal ini telah menjadikan pertumbuhan UMKM menjadi lebih baik, dan UKM (Usaha Kecil Menengah) dapat berekspansi di Asean. Pengembangan UKM di Tangerang selatan

DAFTAR PUSTAKA

1. Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia KDN. Undang-undang No. 32 Tahun 2004. Jakarta: Dewan Perwakilan Rakyat RI; 2004.
2. Sudaryanto1 R dan RRW 3. Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. Kementerian Keuang RI [Internet]. 2011; Available from: https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/strategi_pemberdayaan_umkm.pdf