



# JKBM

## (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)

ISSN 2407-2648 (Print) ISSN 2407-263X (Online), DOI ; 10.31289/jkbm.v6i2.3736

Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/bisman>

### Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar

#### *Development Strategy for Micro, Small and Medium Enterprise (MSMEs) in Pematangsiantar City*

Robert Tua Siregar<sup>1,\*</sup>, Hery Pandapotan Silitonga<sup>2</sup>, Juan Anastasia Putri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, Indonesia

\*Corresponding Email: [tuasir@gmail.com](mailto:tuasir@gmail.com)

#### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar. Model penelitian pendekatan kualitatif. Desain penelitian adalah studi lapangan dan studi kepustakaan. Fokus penelitian yang ingin dicapai adalah strategi pengembangan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah di Kota Pematangsiantar. Teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian bahwa pengusaha UMKM mendapatkan kendala dalam pengembangan usaha yang dijalaninya. Strategi pengembangan UMKM di Kota Pematangsiantar tidak lepas dari peran serta pemerintah dan para pelaku UMKM. Pemerintah sebaiknya dapat melakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM, serta sosialisasi dan pelatihan-pelatihan, dan para pelaku UMKM sebaiknya lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi barang.

**Kata Kunci:** Strategi Pengembangan, UMKM

#### Abstract

*The purpose of this study was to determine the development strategy of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Pematangsiantar City. The research model is a qualitative approach. The research design is field study and literature study. The focus of research to be achieved is the development strategy of Small, Micro and Medium Enterprises in Pematangsiantar City. The data analysis technique used is descriptive qualitative analysis. The results of the study show that UMKM entrepreneurs face obstacles in developing their businesses. The strategy of developing MSMEs in Pematangsiantar City is inseparable from the participation of the government and UMKM actors. The government should be able to provide assistance to UMKM actors, as well as socialization and training, and UMKM actors should be more creative and innovative in producing goods.*

**Keywords:** Development Strategy, MSMEs

How to Cite: Siregar, R. T., Silitongan, H. P., Putri J., A., Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar, JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen), 6 (2): 133-142

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi menunjukkan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang tercermin pada semakin meningkatnya daya beli masyarakat. Ekonomi masyarakat berkembang sebagai tanda terjadi peningkatan ekonomi masyarakat. Ekonomi masyarakat saat ini membutuhkan konsep yang jelas dan terutang secara sistematis sehingga diharapkan dapat menghasilkan pelaku-pelaku ekonomi yang memiliki daya juang yang tinggi dalam menjalankan usahanya pada berbagai situasi ekonomi.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki andil dalam pengembangan perekonomian suatu daerah dengan meningkatkan usaha yang mengakibatkan menurunkan tingkat pengangguran (Kusdiana dan Ardi, 2014). Penyebab pelaku UMKM dalam suatu daerah tidak mengalami perkembangan tidak terlaksananya secara optimal peran serta pemerintah khususnya pemerintah daerah dalam menumbuhkan, mengembangkan dan melakukan pemetaan sektor-sektor ekonomi yang potensial dalam mengembangkan kemajuan ekonomi daerah.

UMKM memerlukan strategi agar dapat mencapai suatu sasaran sehingga semua dapat terkontrol dengan baik. Strategi tersebut dirancang dengan baik

maka dapat membantu perkembangan UMKM sesuai yang diinginkan. Kota Pematangsiantar, kota terbesar kedua, dan salah satu kota di Provinsi Sumatera Utara setelah Medan. Letak Kota Pematangsiantar sangat strategis, dilintasi Jalan Raya Lintas Sumatera. Kota ini memiliki luas wilayah 79,97 km<sup>2</sup> dan berpenduduk sebanyak 253.500 jiwa. Kota Pematangsiantar terdiri dari delapan kecamatan dan 53 kelurahan dengan luas wilayah 79,9706 km<sup>2</sup> (BPS Kota Pematangsiantar, 2018).

Studi awal yang ditemukan di lapangan kepada beberapa pelaku usaha yang dikategorikan sebagai UMKM seperti minimnya pengetahuan pelaku usaha mengenai cara membesarkan usaha mereka, kesulitan mendistribusikan produk, kurangnya inovasi produk, belum memiliki *branding* dan kurang maksimalnya pemasaran secara online tidak di atasi secara maksimal.

Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 7 ayat (1), mengatakan bahwa Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha bagi pelaku UMKM. Untuk memenuhi amanat Undang-Undang tersebut maka perlu melaksanakan pengkajian berkaitan dengan strategi pengembangan UMKM di Kota Pematangsiantar.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengem-

bangun Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar. Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar.

#### **Pembangunan Ekonomi Daerah**

Pembangunan daerah memiliki tujuan meningkatkan taraf hidup dengan elaborasi setiap sektor baik antara pembangunan sektoral dengan perencanaan pembangunan daerah yang efektif dan efisien. Salah satu indikator keberhasilan pertumbuhan ekonomi di beberapa negara di topang oleh UMKM yang dianggap memiliki kontribusi terhadap penyediaan lapangan pekerjaan, bertindak sebagai sebagai penyuplai kepada usaha yang lebih besar (Singh et al., 2008).

Pengembangan potensi ekonomi daerah dinilai sangat berguna dalam mengurangi ketimpangan pembangunan antar wilayah yang dilakukan secara bertahap dan memiliki dampak terhadap kemajuan ekonomi di daerah tersebut.

#### **Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

UMKM memegang peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional terdapat. UMKM merupakan unit usaha yang produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perseorangan atau badan

usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2012).

Dengan melahirkan banyak wira-usaha sukses Indonesia dapat mengurangi ketergantungan terhadap bangsa lain, menciptakan lapangan kerja baru, serta dapat membantu pemerintah dalam rangka mengurangi angka pengangguran.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria UMKM sebagai berikut:

1. Usaha mikro yaitu: adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan kriteria:
  - a. Kekayaan bersih yang dimiliki sebesar Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) selain dari aset yang dimilikinya;
  - b. Penjualan tahunan yang diperoleh paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Kekayaan bersih serendah-rendahnya sebanyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan

- bangunan tempat usaha;
- b. Penjualan tahunan yang dihasilkan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) s/d paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang per-orangan atau badan usaha kriteria sebagai berikut:
- a. Memiliki Kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) selain aset tetap yang dimiliki organisasi;
  - b. Penjualan tahunan yang didapatkan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

#### **Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Pengembangan merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan sesuatu yang sudah ada secara teratur untuk menjadi lebih baik. Menurut Kartasmita (1996), pengembangan UMKM meliputi aspek-aspek sebagai berikut, peningkatan kepada asset produktif, terutama modal,

di samping teknologi, manajemen, dan segi lainnya, akses pasar, yang informasi pasar, bantuan produksi, serta sarana dan prasarana pemasaran.

Khususnya bagi usaha kecil di pedesaan, prasarana mendasar akan sangat membantu adalah sarana perhubungan. Melakukan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting. Namun, bersamaan juga perlu ditanamkan semangat jiwa wirausaha, dan penguatan tentang kelembagaan ekonomi agar proses berjalannya pasar tidak keluar dari apa yang diinginkan yang nantinya justru mengakibatkan kesenjangan.

Untuk itu diperlukan intervensi-intervensi yang tepat dan tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah yang mendasar dalam suatu ekonomi bebas, tetapi tetap menjamin terjadinya pemerataan sosial (*social equity*). Menjalin kemitraan usaha merupakan telah terbukti berhasil bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Langkah awal yang perlu dilakukan dalam mengembangkan UMKM adalah mengenali kendala-kendala yang dihadapi, merencanakan rencana yang jelas yang mencakup tujuan, strategi untuk mengembangkan UMKM. Meningkatkan kreatifitas dan inovatif agar kita lebih unggul dari pada pesaing.

## **METODE PENELITIAN**

Model penelitian ini adalah model pendekatan kualitatif, dengan studi lapangan dan studi kepustakaan. Fokus penelitian yang ingin dicapai adalah strategi pengembangan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah di Kota Pematangsiantar. Lokasi penelitian adalah Kota Pematangsiantar. Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan teknik ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan deskriptif kualitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

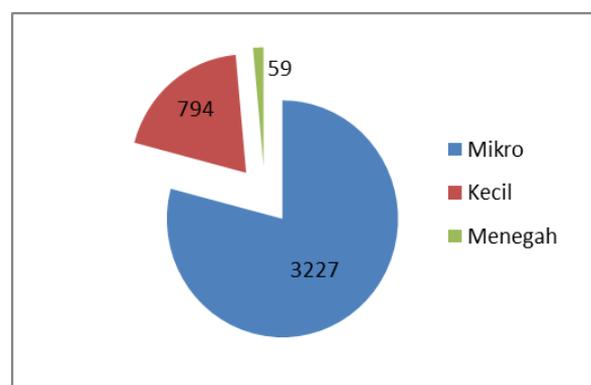
### **Kondisi UMKM di Kota Pematangsiantar**

Upaya untuk mencapai pembangunan ekonomi yang merata diperlukan kebijakan yang tendensinya semaksimal mungkin berpatokan pada potensi pembangunan yang dimiliki setiap daerah (Herdhiansyah, dkk, 2013). Peran serta pemerintah untuk mengawal eksistensi UMKM sangat krusial mengingat UMKM di beberapa kota ataupun daerah sangat mempengaruhi perekonomian daerah tersebut.

Seiring dengan membaiknya perekonomian regional dan nasional, pertumbuhan ekonomi Kota Pematangsiantar juga semakin baik. Pelaku usaha yang berkembang di Kota Pematangsiantar mayoritas adalah berskala mikro dan kecil. Beberapa usaha mikro dan kecil

yang terdapat di seluruh kecamatan masih belum optimal dalam berwirausaha sehingga tidak jarang dari beberapa pelaku usaha tersebut sering mengalami kemunduran dalam berwirausaha dan akhirnya menutup usaha mereka.

Pelaku usaha di Kota Pematangsiantar terdiri dari usaha mikro, kecil dan menengah yang tersebar di 8 kecamatan yaitu kecamatan Siantar Timur, Siantar Barat, Siantar Utara, Siantar Selatan, Siantar Marihat, Siantar Martoba, Siantar Sitalasari, dan Siantar Marimbun (BPS. 2019). Jumlah UMKM di Kota Pematangsiantar disajikan gambar di bawah ini:



Gambar 1  
Populasi UMKM Kota Pematangsiantar  
Sumber: Kota Pematangsiantar Dalam Angka 2019

Berdasarkan gambar 1 di atas, diketahui sebanyak 3227 usaha jenis mikro, 794 jenis usaha kecil dan 59 jenis usaha menengah. Hal ini menunjukkan dominasi usaha mikro yang tersebar di 8 kecamatan lebih dominan jumlahnya.

### **Permasalahan UMKM di Kota Pematangsiantar**

Keberadaan UMKM tidak dapat dipungkiri memberikan dampak yang positif terhadap pendistribusian pendapatan masyarakat saat ini. Selain memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mandiri dalam mengembangkan usahanya (Bappeda, 2019). UMKM dinilai mampu meningkatkan kearifan lokal sehingga menghasilkan serta produk yang sesuai dengan ciri khas suatu daerah. Pengembangan UMKM juga tidak terlepas dari beberapa permasalahan yang sering kali menjadi hambatan bagi para pelaku UMKM.

Adapun masalah yang sering terjadi pada umumnya meliputi masalah:

### 1. Modal

Keberhasilan UMKM akan diperoleh ketika memperoleh informasi mengenai arus kas dari bisnis/usahanya, kebanyakan mengandalkan permodalan dari finansial dan asset sendiri. Hal ini selaras dari temuan OJK dimana 70% dari total 60 juta UMKM di Indonesia tidak mendapatkan akses permodalan dari perbankan. Minimnya penyaluran pembiayaan bagi UMKM dikarenakan terdapat kendala di administratif serta manajemen keuangan yang umumnya masih dikelola dengan manual dan kurang jaminan dari pengusaha di mana memiliki risiko gagal kredit yang tinggi

### 2. Akses Pasar

Akses Pasar merupakan hal penting yang diperhatikan dalam menjalankan sebuah usaha. Usaha perlu mendapatkan sebanyak mungkin informasi dan mempelajari, dan memahami pasar. Usaha yang memiliki akses pasar yang luas, maka usaha tersebut memiliki pangsa pasar besar yang lebih luas di mana memungkinkan untuk meningkatkan volume penjualannya.

UMKM di Pematangsiantar akses pasar yang dimiliki masih terbatas di mana produk yang dihasilkan mayoritas masih ditawarkan di pasar lokal.

### 3. Bahan Baku

Kota Pematangsiantar memiliki potensi budaya, dan sejarah. Yang menjadi unggulan merupakan wisata kuliner karena Kota Pematangsiantar sebagai peringgahan. Terdapat kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha industri kuliner mengenai bahan baku.

Seperti kenaikan harga bahan baku pada waktu-waktu tertentu seperti menjelang hari raya dimana harga bahan pokok cenderung naik. Kenaikan harga tersebut meningkatkan harga penjualan produk. Dan pada UMKM penun ulos di mana bahan baku pembuatan ulos sudah di mana supplier menjual benang ulos tersebut dengan sistem kredit dan bagi hasil antar pengusaha tenun dan penjual benang, namun supplier sebagai penentu

harga benang ulos tersebut sehingga dapat juga mengancam keberlangsungan dari usaha ini

#### 4. Manajemen Administrasi UMKM

Minimalnya pengetahuan tentang manajemen usaha yang baik yang dimiliki pelaku UMKM di Kota Pematangsiantar. Sering kali pelaku UMKM terfokus didalam hal memproduksi produk, namun tidak memikirkan yang unik, ciri khas tersendiri, dan berbeda dengan pesaing barang. Hal tersebut mengakibatkan terhambat dalam pengembangan usaha dalam jangka panjang. Untuk dapat memahami dan menjalankan aspek manajemen dengan baik, maka setiap pelaku usaha kecil, mikro, maupun menengah wajib memahami fungsi-fungsi manajemen yang meliputi:

Perencanaan adalah cara seorang pelaku usaha menentukan tujuan serta strategi dalam mencapainya. Sedangkan pembuat keputusan merancang berbagai metode - metode yang harus dikerjakan untuk mencapai sasaran usaha.

Pengorganisasian umumnya pada usaha mikro dan kecil masih dijalankan secara mandiri sehingga dalam hal pendelegasian pekerjaan masih mustahil dilakukan. Pelaku usaha memiliki peran ganda karena melakukan segala pekerjaan secara mandiri. Tentunya hal tersebut kurang dari segi efektivitas dan produk-

tivitas yang dihasilkan rendah. Fungsi ketiga manajemen adalah kepemimpinan atau pengarahan. Seorang pelaku usaha harus mampu membimbing, memotivasi, dan memengaruhi setiap anggotanya untuk dapat bekerja sesuai peran masing-masing.

Fungsi ketiga manajemen adalah pengendalian, para pelaku UMKM di Kota Pematangsiantar masih tidak melakukan proses pengendalian ini secara konsisten dan cenderung merasa tidak perlu. Hal tersebut berdampak pada ketidakefektifan mengenai kelemahan serta kekurangan yang terjadi sehingga tidak memungkinkan untuk diadakan evaluasi.

#### 5. Tekanan Persaingan Pasar Domestik

Persaingan merupakan hal yang tidak terhindarkan dalam bisnis baik bagi usaha besar, menengah, maupun kecil. Persaingan ini bisa saja datang dari mana saja baik dalam maupun luar daerah pemasarannya.

Hal ini terjadi disebabkan adanya fenomena pengusaha yang kurang fokus terhadap jenis usaha yang dijalankan dan terkesan "*bandwagon effect* (ikut-ikutan)" terhadap jenis usaha yang dianggap sedang ngetrend di masyarakat, misalnya seperti usaha ponsel dan cafe yang sedang menjamur di Pematangsiantar. Dampak dari hal tersebut yaitu berkurangnya pangsa pasar yang dimiliki, sehingga

banyak pengusaha yang kurang modal tidak mampu menghadapi persaingan yang terjadi dan terpaksa gulung tikar.

#### **Strategi Pengembangan UMKM di Kota Pematangsiantar**

Untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan UMKM di Pematangsiantar dibutuhkan strategi pengembangan antara lain:

1. Pada permasalahan modal untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi pelaku UMKM terkait dengan sumber modal adalah pemerintah sebaiknya menyelaraskan dinas terkait dengan Akseleran yang merupakan salah satu platform P2P dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dimana mampu memberikan akses inklusi keuangan bagi UMKM yang membutuhkan dana untuk menjaga dan mengembangkan usahanya. Pemerintah juga sebaiknya membangun koneksi dengan Perusahaan Digital yang berteknologi *blockchains* yang menerapkan bisnis melalui *Digital Business Identity* dan *Digital Ledger* yang mampu merekam data transaksi sebagai *valuable asset*, dan memperkenalkan pada usaha-usaha percontohan yang sudah dinilai layak untuk meningkatkan usahanya ke jenjang digital transformasi.
2. Pengusaha UMKM dapat memperluas akses pasarnya dengan menjalankan pemasaran online seperti melalui

*market place*. Dalam penerapannya, pengusaha UMKM harus mampu memilih saluran pemasaran online yang tepat agar hasilnya optimal. Hal ini masih jarang dilakukan oleh pengusaha UMKM dikarenakan minimnya pengetahuan mereka mengenai cara pemanfaatan *e-commerce* tersebut. Oleh karena itu, diharapkan agar Pemerintah dapat melakukan pendampingan kepada para pengusaha UMKM mengenai cara pemanfaatan aplikasi dan *e-commerce* yang ada mulai dari pendaftaran sampai kepada cara pengoperasiannya sehingga memudahkan mereka dalam penggunaannya. Serta pemerintah dapat mendukung berupa kegiatan pameran atau bazar yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan, dan lain sebagainya.

3. Pemerintah Kota Pematangsiantar turut campur dalam pengadaan bahan baku ulos dengan cara membentuk koperasi untuk pengusaha tenun ulos, sehingga setiap anggotanya dapat saling mendukung dalam hal pengadaan bahan baku terkait dengan modal usaha dan juga menjalin kerja sama dengan supplier baik lokal maupun luar daerah yang dapat memenuhi kebutuhan pasokan benang

untuk anggota koperasi. Selanjutnya untuk bahan baku kuliner, hendaknya para pengusaha kuliner melaksanakan ikatan kerja sama dengan pemasok sehingga pada saat-saat tertentu harga bahan baku tetap bisa sama. Peran pemerintah kota juga sangat berperan dalam ketersediaan bahan pokok ini untuk menjaga kestabilan harga bahan baku di pasar.

4. Dalam hal manajemen administrasi UMKM pemerintah memberi pendampingan kepada pelaku UMKM melalui akademisi dari lembaga pendidikan dalam membuat perencanaan usaha melalui penetapan target usaha, menjalin kemitraan atau membangun mata rantai baik dari pihak pemasok, pelanggan, masyarakat, maupun pesaing untuk mengoptimalkan kegiatan produksinya, melakukan pelatihan tentang kepemimpinan, penerapan pengendalian terhadap usahanya melalui Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) dengan memilih tokoh-tokoh yang memiliki kapasitas sebagai narasumber.
5. Untuk mengatasi persaingan domestik yang terjadi diharapkan Pemerintah serius dalam membina UMKM dan terus mendorong agar pelaku UMKM harus memiliki perijinan IUMK (Ijin Usaha Mikro Kecil), dimana IUMK ini

akan menjadi legalitas atau pengakuan atas usahanya. Pemerintah diharapkan membantu pengurusan IUMK ini agar gratis dan mudah melalui OSS (*online single submissions*). Dengan adanya UMKM tersebut, akan lebih mudah dalam melakukan pengurusan peminjaman. Pengusaha UMKM akan memiliki modal yang memadai untuk melakukan pengembangan usahanya dan menciptakan produk yang kuantitas serta kualitas yang baik sehingga mereka mampu bersaing dengan pengusaha sejenis lainnya. Pengusaha UMKM juga harus melakukan inovasi produk agar dapat meningkatkan ciri khas tersendiri, dan berbeda dengan pesaing. Kreatifitas dan inovatif membuat bisnis/usaha kita lebih unggul dari pada pesaing. Tanpa hal tersebut, bisnis atau usaha kita akan mudah jatuh atau membuat tingkat keuntungan kita semakin kecil.

Pelaku UMKM memikirkan tentang sumber daya yang dapat dimiliki dan tidak dapat ditiru pesaing (Purnomo, Agung, *et.al* , 2020). Mengikuti pelatihan peningkatan mengenai UMKM agar semakin memiliki pengetahuan mengenai strategi dalam mengembangkan usaha yang dijalankan. Sesuai hasil penelitian Apulu dan Latham (2011), perlu adanya upaya adopsi teknologi informasi yang dipadukan

dengan inovasi sehingga menghasilkan produk-produk yang memiliki kualitas sehingga berimplikasi terhadap pelayanan produk yang baik dan menjadi ciri khas tersendiri. Memikirkan tentang sumber daya yang dapat dimiliki dan tidak dapat ditiru pesaing (Purnomo, Agung, et.al , 2020).

## SIMPULAN

Dalam strategi pengembangan UMKM di Kota Pematangsiantar tidak lepas dari peran serta pemerintah dan para pelaku UMKM. Pemerintah sebaiknya dapat melakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM, serta sosialisasi dan pelatihan-pelatihan kepada pelaku UMKM tentang pengetahuan tentang aspek-aspek dalam berwirausaha.

Pemerintah dapat bermitra atau berkolaborasi dengan lembaga pendidikan tinggi (misalnya perguruan tinggi) sebagai perpanjangan tangan untuk menggali informasi terkait kebutuhan pasar. Para pelaku UMKM sebaiknya melakukan inovasi produk agar dapat meningkatkan ciri khas tersendiri, dan berbeda dengan pesaing. Selain itu, pelaku UMKM juga sebaiknya membuka diri dan bergabung dengan pelatihan-pelatihan berkaitan dengan cara menganalisis produk dan pengetahuan mengenai strategi dalam mengembangkan usaha yang dijalankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apulu, Idisemi dan Ann Lathan. 2011. *Drivers for Information and Communication Technology Adoption: A Case Study of Nigerian Small and Medium Sized Enterprises*. International Journal of Business and Management. Vol 6, No. 5
- Badan Pusat Statistik Kota Pematangsiantar. 2019. Jumlah Penduduk Kota Pematangsiantar Per Kecamatan 2010-2018. Tersedia di: <https://siantarkota.bps.go.id/dynamictable/2015/09/25/2/jumlah-penduduk-pematangsiantar-per-kecamatan-2010-2018.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Pematangsiantar. 2019. Pematangsiantar Dalam Angka 2019.
- Badan Perencanaan Pembangunan Kota Pematangsiantar. 2019. Penataan UMKM Dalam Pengembangan Usaha di Kota Pematangsiantar.
- Herdhiansyah, Dhian, dkk. 2013. Kriteria Kualitatif Penentuan Produk Unggulan Komoditas Perkebunan Dengan Metode Delphi di Kabupaten Kolaka Sulawesi Tenggara. Jurnal Agritech. Vol. 33, No. 1: 60-69
- Kartasasmita, G. 1996. *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Cides: Jakarta.
- Kusdiana, Dikdik dan Ardi Gunardi. 2014. Pengembangan Produk Unggulan UMKM Kabupaten Sukabumi. Jurnal Trikonomika. Vol. 13, No.2: 153-171
- Purnomo, Agung, et al., 2020. *Dasar-Dasar Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Singh, et al., 2008. *Strategy Development by SMEs for Competitiveness: a Review*. Benchmarking: An International Journal. Vol. 15, No.5: 525-547.
- Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES
- Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah