

**Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)
di Kota Jambi**

Oleh:

***) Hario Tamtomo, S.El., M.M.**

***) Nor Qomariyah, S.HI.**

****Dosen Tetap STIE Muhammadiyah Jambi**

Abstract

This research aims to arrange the correct and operational strategies for developing small and medium enterprises (SMEs) in Jambi District. It also needs to be known and analyzed the SMEs profile. Data used is primary and secondary data. Primary data obtained through field surveys, while secondary data obtained from various publication sources. Method of analysis used is descriptive approach. Associated with the various problems faced by SMEs, there are some strategies needed to overcome them. To develop the SMEs is not only charged to the SMEs themselves but also supported by all stakeholders. The support expected to come from business associations, colleges, related agencies in the area of regency/city governments in Jambi. Moreover, government policy is needed to encourage SMEs development. The SMEs development in Jambi district basically is the acceleration of the SMEs transformation from formation phase to stabilization phase.

Keywords: *development strategy, SMEs, stakeholder, small industry*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menyusun strategi yang operasional dan tepat untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Jambi. Profil UMKM juga perlu dikenali dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari survei lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya. Pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua stakeholder. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di kabupaten/kota di Jambi. Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM di Jambi merupakan percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilisasi.

Kata kunci: *strategi pengembangan, UMKM, stakeholder, industri kecil*

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi juga merupakan usaha-usaha untuk meningkatkan taraf hidup suatu bangsa yang sering kali diukur dengan tinggi rendahnya pendapatan riil per kapita. Pembangunan ekonomi dapat memberikan kepada masyarakat kemampuan yang lebih besar untuk menguasai alam sekitarnya dan mempertinggi tingkat kebebasannya dalam mengadakan suatu tindakan tertentu. Pembangunan ekonomi tak dapat lepas dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*). Pembangunan ekonomi mendorong pertumbuhan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi memperlancar proses pembangunan ekonomi. Oleh karena itu pembangunan ekonomi harus dilaksanakan (Irawan dan Suparmoko, 2001).

Pada tahun 2013, kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap pendapatan devisa nasional melalui ekspor nonmigas mengalami peningkatan sebesar Rp 208.067.00 triliun atau 11,00 persen dari total nilai ekspor nonmigas nasional (www.bps.go.id).

Selanjutnya pada tahun 2013, produk domestik bruto (PDB) nasional atas harga konstan tahun 2000 sebesar Rp 145.194,4 triliun, kontribusi UMKM sebesar Rp 85.458,5 triliun atau 5,89 persen dari total PDB. Kemudian pada tahun 2013, UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 6.873.09 orang atau 6,20 persen dari total penyerapan tenaga kerja yang ada. Jumlah ini meningkat sebesar 6,03 persen atau 6.486.573 orang dibandingkan tahun 2012 (www.depkop.go.id).

Pembangunan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kemiskinan atau penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pembangunan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian Kota Jambi menuju “Pusat Perdagangan dan Jasa” (Renstra Diskop UMKM 2013-2018).

Berdasarkan data tahun 2013, jumlah UMKM di Kota Jambi sebanyak 10.024 unit atau sebesar 2,56 persen dari total unit usaha yang ada di wilayah tersebut (Renstra Diskop UMKM 2013-2018). Jumlah tenaga kerja yang diserap oleh UMKM sebanyak 28.898 orang atau sebesar 2,5 persen dari total tenaga kerja yang diserap oleh unit usaha di Kota Jambi. Selanjutnya pada tahun 2016, jumlah UMKM di Kota Jambi menjadi 10.868 unit usaha, namun persentasenya tetap sebesar 3,16 persen. Jumlah tenaga kerja yang terserap oleh UMKM pada tahun 2016 sebanyak 32.452 orang atau sebesar 3,00 persen dari total tenaga kerja. Kenaikan jumlah unit usaha dan tenaga kerja secara absolut tersebut terkait dengan

berbagai pelatihan peningkatan kualitas, manajemen, kinerja dan fasilitasi kemitraan yang dibangun oleh pemerintah Kota Jambi (Renstra Diskop UMKM 2013-2018). Berdasarkan data jumlah unit usaha dan tenaga kerja tersebut, maka UMKM di Kota Jambi mempunyai kontribusi yang penting dan strategis dalam perekonomian daerah.

Sehubungan dengan kontribusi UMKM tersebut, maka pemberdayaan dan pengembangan UMKM menjadi hal yang perlu dilakukan secara berkesinambungan. Bagaimanakah strategi pengembangan UMKM di Kota Jambi yang seharusnya dilakukan? Jawaban dari pertanyaan tersebut menjadi fokus penelitian ini. Untuk menjawab, perlu ditelusuri terlebih dahulu berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM di Kota Jambi. Demikian pula perlu dilihat strategi survival yang telah dilakukan oleh UMKM agar tetap mampu bertahan menjalankan usahanya.

Jaka Sriyana (2010) mencatat bahwa usaha kecil dan menengah (UKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian lokal daerah. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan UKM dalam menggerakkan aktivitas ekonomi regional dan penyediaan lapangan kerja di Kabupaten Bantul. Namun, UKM masih menghadapi berbagai masalah mendasar, yaitu masalah kualitas produk, pemasaran dan sustainability usaha. Diperlukan berbagai kebijakan terobosan untuk memotong mata rantai masalah yang dihadapi UKM, khususnya untuk mengatasi beberapa hal yang menjadi hambatan dalam bidang pengembangan produk dan pemasaran. Adapun regulasi dari pemerintah yang diperlukan untuk memberikan peluang berkembangnya UKM meliputi perbaikan sarana dan prasarana, akses perbankan dan perbaikan iklim ekonomi yang lebih baik untuk mendukung dan meningkatkan daya saing mereka serta untuk meningkatkan pangsa pasar.

Edy Suandi Hamid dan Y. Sri Susilo (2011) menggali berbagai informasi yang berkaitan dengan UMKM dalam rangka memberi rekomendasi pengambilan kebijakan pengembangannya di Provinsi DIY. Permasalahan yang diperoleh diantaranya yaitu kesulitan dalam memperluas pangsa pasar, terbatasnya ketersediaan sumber dana untuk pengembangan usaha, kurangnya kemampuan SDM dalam melakukan inovasi serta keterbatasan teknologi, kelemahan dalam membeli bahan baku serta peralatan produksi, kondisi ekonomi dan infrastruktur yang buruk

Adapun Profil dan Pengembangan UMKM di Provinsi Jambi, oleh Haryadi (2009) telah dilakukan *Kajian Pemanfaatan Bantuan Pemerintah Untuk Pengembangan UMKM*. Besar sampel mencakup 32 unit usaha yang mencakup industri pengolahan makanan, industri

kerajinan kulit, industri Kerajinan batik, dan industri kerajinan lainnya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survei lapangan, wawancara mendalam, dan *focus group discussion* (FGD). Permasalahan yang dihadapi industri kecil antar kelompok industri mempunyai persamaan dan perbedaan. Persamaan yang menonjol adalah kenaikan harga produksi yang memaksa mereka menaikkan harga jual produk. Masalah yang lain adalah menurunnya tingkat produksi dan *employment*.

Selain itu, yang membuat UMKM tidak bisa bertahan saat terjadinya krisis ekonomi dan menurunnya pendapatan masyarakat menurut Haryadi (2009) adalah:

Pertama, sebagian besar usaha kecil menghasilkan barang-barang konsumsi (*consumer goods*), khususnya yang tidak tahan lama (*non-durable consumer goods*). Kelompok barang ini dicirikan oleh keanjalan permintaan terhadap perubahan pendapatan (*income elasticity of demand*) yang relatif rendah. Artinya, seandainya terjadi peningkatan pendapatan masyarakat, permintaan atas kelompok barang ini tak akan meningkat banyak; sebaliknya, jika pendapatan masyarakat merosot-sebagai akibat dari krisis maka permintaan tak akan banyak berkurang.

Kedua, mayoritas usaha kecil lebih mengandalkan pada *non-banking financing* dalam aspek pendanaan usaha. Hal ini terjadi karena akses usaha kecil pada fasilitas perbankan sangat terbatas. Oleh karena itu, meski perannya dalam penyerapan tenaga kerja cukup besar, namun kontribusinya terhadap ekspor nasional hanya sekitar 14 persen.

Ketiga, pada umumnya usaha kecil memiliki modal yang terbatas. Di lain pihak, mengingat struktur pasar yang dihadapi UMKM mengarah pada persaingan sempurna (banyak produsen dan banyak konsumen), tingkat persaingan sangatlah ketat. Akibatnya, yang bangkrut atau keluar dari arena usaha relatif banyak, namun pemain baru yang masuk pun cukup banyak pula. Sehingga pada saat krisis ekonomi terjadi, jumlah UMKM tidak mengalami penurunan yang signifikan.

Keempat, terbentuknya usaha-usaha kecil baru, terutama di sektor informal, sebagai akibat dari banyaknya pemutusan hubungan kerja di sektor formal karena krisis ekonomi yang berkepanjangan.

Dalam hal perbedaan, masalah yang dihadapi UMKM menurut Sri Susilo dan Sutarta (2004) tergantung dari jenis dan karakteristik industri kecil. Ada yang menyatakan masalah pokok yang dihadapi adalah kemampuan bersaing di pasar, pemasaran produk, dan ketersediaan tenaga kerja terampil. Dalam hal dinamika usaha, persamaan di antara mereka

terutama dalam diversifikasi produk. Pengusaha industri kecil melakukan diversifikasi dari sisi bahan baku dan hasil produksi. Perbedaan dinamika usaha terjadi dalam hal diversifikasi usaha. Pengusaha industri kecil melakukan diversifikasi usaha yang berbeda sama sekali dengan usaha sebelumnya, namun juga ada yang melakukan diversifikasi usaha yang terkait dengan usaha sebelumnya.

Agar peran dari UMKM bisa optimal dan dapat memenuhi harapan pemerintah, maka harus dilakukan studi yang mampu memberikan gambaran tentang sejauh mana strategi pengembangan UMKM dengan pemanfaatan bantuan pemerintah oleh koperasi dan UMKM di Kota Jambi, sehingga aktivitas produksi akan lebih lancar, dan pada gilirannya pasar akan dapat dilayani dengan baik.

METODE PENELITIAN

Studi ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bertujuan untuk menggali berbagai informasi berkaitan dengan UMKM dalam rangka memberikan rekomendasi pengambilan kebijakan pengembangannya. Berbagai hal berkaitan lokasi, metode sampling, tahapan kerja, dan metode analisis dijelaskan sebagai berikut.

Lokasi Penelitian

Riset mencakup wilayah 3 Kecamatan (Kota Baru, Telanaipura dan Pelayangan) khususnya pada Daerah sentra industri. Survei lapangan dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Agustus 2016.

Jenis dan Sumber Data

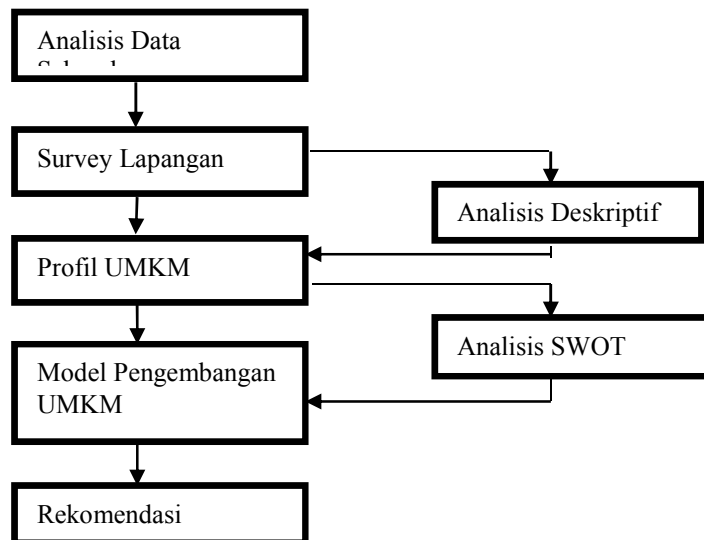
Jenis data yang dibutuhkan dalam studi ini berdasarkan sumbernya adalah data: (1) primer; dan (2) sekunder. Data primer biasanya diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal (Hanke dan Reitsch, 1998). Selanjutnya data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli (Kuncoro, 2009). Dalam riset ini data primer dikumpulkan hasil wawancara dengan pengusaha/pengrajin industri kecil dan berbagai pihak yang telah dipilih menjadi sampel atau responden. Pengertian data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat (Hanke dan Reitsch, 1998).

Secara singkat dapat dikatakan bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain (Kuncoro, 2009). Dalam riset ini data sekunder diperoleh dari instansi atau dinas terkait di lingkungan Pemerintah Kota Jambi.

Langkah/Tahapan Kerja

Studi ini dilakukan secara *cross sectional* melalui analisis data sekunder dan survei kepada para pelaku UMKM yang berlokasi di Kota Jambi yang meliputi tiga Kecamatan. Studi ini dilakukan dalam beberapa langkah kerja sebagaimana terlihat dalam

Gambar 1.



Gambar 1. Langkah Kerja

Responden dalam studi adalah para pelaku dari berbagai jenis UMKM unggulan produktif yang muncul dari tahap analisis data sekunder. Dalam survei ini jumlah responden yang dijadikan responden adalah 115 yang terdiri atas 3 Kecamatan, yaitu Kecamatan Kota Baru, Telanaipura dan Pelayangan. Sampel diambil secara *purposive sampling* (Sekaran and Bougie, 2010).

Metode Analisis

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif. Analisis deskriptif memberikan gambaran pola-pola yang konsisten dalam data, sehingga hasilnya dapat dipelajari dan ditafsirkan secara singkat dan penuh makna (Kuncoro, 2009). Dalam analisis deskriptif, dilakukan interpretasi atas data dan hubungan yang ada dalam penelitian tersebut. Di samping itu juga dilakukan komparasi antara hasil penelitian dengan hasil-hasil penelitian terkait dan dilakukan korelasi antara hasil-hasil penelitian tersebut dengan teori atau konsep yang relevan (Singarimbun dan Effendi, 1989). Selanjutnya analisis secara deskriptif dapat juga dilakukan dengan teknik statistik yang relatif sederhana, seperti misalnya menggunakan tabel, grafik, dan ukuran tendensi sentral yaitu nilai rata-rata, nilai

tengah, dan modus (Kountur, 2003). Dengan mengacu pada pengertian analisis deskriptif tersebut maka sekalipun metode analisis yang digunakan dalam riset ini relatif sederhana, namun dapat memberikan informasi yang memadai sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Besar Sampel/Jumlah Responden

Berbagai informasi tentang UMKM di Kota Jambi ditampilkan pada berbagai grafik berikut ini. Pada *Tabel 1* dipaparkan komposisi sebanyak 115 unit usaha.

Tabel 1. Besar Sampel

No	Wilayah	Frekuensi UMKM
1	Kota Baru	50
2	Telanaipura	62
3	Pelayangan	3
Total		115

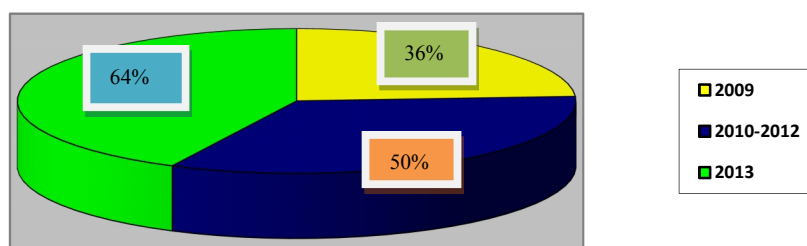
Sumber: Data Primer (Diolah)

Besar sampel dari Kota Baru merupakan jumlah terbesar (50 unit usaha), diikuti Telanaipura (62 unit usaha), dan Pelayangan (3 unit usaha). Distribusi ini sesuai dengan jumlah UMKM yang menjadi responden di masing-masing daerah tersebut.

Tahun Berdiri UMKM

Berdasarkan hasil survei, mayoritas UMKM di Kota Jambi berdiri pada tahun 2009 yaitu sebanyak 36 persen, sedangkan UMKM yang berdiri sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2013 sebanyak 64 persen. Melihat kondisi objektif tersebut maka UMKM di Kota Jambi berkembang sejak setelah era reformasi yaitu 2009 (Gambar 2). Pada periode satu dasawarsa terakhir, perkembangan UMKM juga menggembirakan. Hal ini terbukti pada periode tersebut cukup banyak UMKM yang memulai usahanya bahkan lebih mengarah pada industri kreatif.

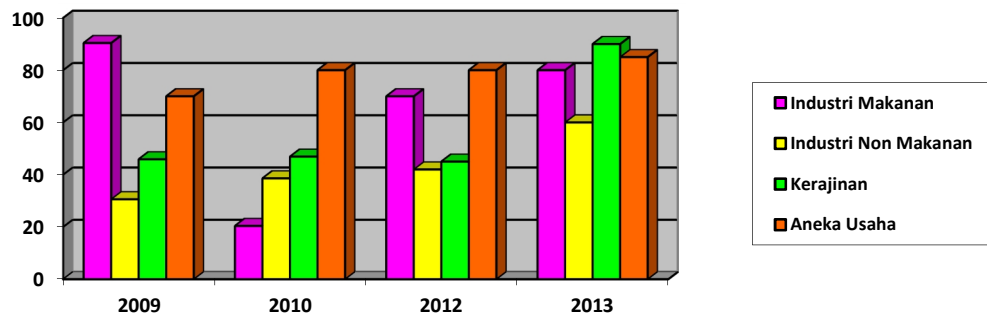
Gambar 2. Tahun berdiri UMKM di Kota Jambi



Sumber: Data Primer (Diolah)

Bidang Usaha Utama Perusahaan

Deksripsi UMKM menurut lapangan usahanya, sesuai dengan klasifikasi yang dikeluarkan oleh Diskop dan UKM Kota Jambi pada tahun 2009 dapat dibagi dalam kelompok industri pertanian, industri nonpertanian, kerajinan, dan aneka usaha (Gambar 3).



Gambar 3. Komposisi kelompok UMKM menurut bidang usaha

Dari berbagai kelompok tersebut, maka UMKM di Kota Jambi terbanyak beroperasi pada bidang usaha industri pada komoditas yang berkaitan dengan produk ekonomi kreatif, baik industry makanan maupun kerajinan (Handicraft). Hal ini tentu sangat dipengaruhi oleh berbagai hal, yaitu ketersediaan bahan baku, ketersediaan SDM yang sesuai serta skala usaha yang cocok bagi pasar lokal dan regional. Predikat Kota Jambi sebagai kota Adipura dan tujuan pariwisata masyarakat, baik regional maupun global memiliki peran besar bagi berkembangnya UMKM yang bergerak pada bidang kerajinan.

Masalah UMKM Kota Jambi

Untuk menentukan strategi pengembangan UMKM di Kota Jambi secara tepat, maka atas dasar hasil survei dapat diketahui berbagai masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Berbagai masalah tersebut dapat diklasifikasikan dalam dua aspek, yaitu aspek internal yang dihadapi dalam UMKM, dan aspek eksternal yang berasal dari luar UMKM. Deskripsi ringkas hasil survei tentang kedua aspek tersebut dipaparkan pada Tabel 2. Temuan ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Haryadi (2009) di Provinsi Jambi maupun Sri Susilo dan Sutarta (2004), Sri Susilo (2007), Sri Susilo *et.al.*, (2008), dan Tarigan dan Sri Susilo (2008) yang juga melakukan *research study* pada UMKM di Provinsi DIY.

Tabel 2. Masalah UMKM di Kota Jambi

No	Aspek Internal	Aspek Eksternal
1	Kurangnya kemampuan dalam inovasi produk	Tingkat harga produk yang relatif tinggi sebagai akibat biaya produksi yang mahal
2	Keterbatasan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pada waktu yang singkat (kasus-kasus tertentu)	Ancaman produk-produk sejenis yang berasal dari impor, khususnya produk dari China maupun import lokal dari pulau Jawa
3	Terbatasnya ketersediaan sumber dana untuk pengembangan usaha	Kondisi ekonomi yang kurang stabil sehingga sangat mempengaruhi harga bahan baku dan harga produk
4	Keterbatasan teknologi proses produksi sehingga kualitas produk belum mampu memenuhi permintaan pasar	Kondisi perbankan dengan tingkat bunga tinggi dan proses kredit yang berbelit
5	Kualitas SDM yang belum memiliki skill/ keterampilan yang diperlukan sehingga kualitas produk belum optimal	Infrastruktur yang buruk sehingga menambah biaya distribusi
6	Kelemahan dalam membeli bahan baku, khususnya untuk memenuhi pembeli skala besar (<i>big buyer</i>)	Kurangnya kontribusi pihak eksternal, seperti asosiasi, investor, dan pihak swasta lainnya dalam mendukung pengembangan UMKM
7	Tingkat harga produk yang relatif tinggi sebagai akibat biaya produksi yang mahal	Kebijakan pemerintah yang kurang kondusif, khususnya dalam perpajakan
8	Tidak menggunakan sistem komputer maupun internet acses/manual	Cuaca
9	Ketidakmampuan menegosiasikan harga pada buyer/ lemahnya bargaining position	Harga yang tidak stabil
10	Kurangnya kemampuan mempromosikan produk	Masyarakat lebih memilih produk import yang murah

Sumber: Data Primer (diolah)

Strategi Pengembangan UMKM di Kota Jambi

Berdasarkan masalah yang ditemukan dari hasil survei, yaitu aspek internal yang dihadapi dalam UMKM, dan aspek eksternal yang berasal dari luar UMKM, maka dilakukan analisis berdasarkan pendekatan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) sehingga akan ditemukan kebijakan yang perlu dilakukan oleh pemerintah serta strategi pengembangan yang perlu dilakukan oleh UMKM.

Berikut ini dipaparkan hasil analisis SWOT dan arah kebijakan pengembangan dan strategi pengembangan yang perlu dilakukan oleh pelaku UMKM di Kota Jambi.

Untuk menemukan rancangan strategi pengembangan UMKM yang perlu dilakukan, maka dapat diderivasikan dari hasil analisis SWOT seperti dipaparkan pada tabel 3.

Table 3: Rumusan *Grand Strategy* berdasarkan Analisis SWOT

Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk UMKM bersifat khas dan unik 2. Ketersediaan bahan baku local 3. Ketersediaan tenaga kerja yang memadai 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain produk yang relatif sederhana 2. Mesin dan peralatan produksi yang relative tua dan manual 3. Kurangnya kontribusi pihak eksternal 	
Peluang (O)	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terbukanya peluang pasar ekspor dan domestic 2. Peningkatan permintaan produk yang variatif dan berorientasi kualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferensiasi dan pengembangan produk yang beorientasi kualitas 2. Segmentasi pasar, khususnya pada pasar domestik 3. Pengembangan produksi berbasis sumber daya local 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan desain produk yang lebih variatif 2. Pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern 	
Ancaman (T)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ancaman liberalisasi produk perdagangan, khususnya dari China. 2. Lingkungan makro, perbankan dan infrastruktur yang tidak kondusif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas local 2. Kebijakan kredit dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun non fisik 2. Pengembangan promosi ke pasar ekspor dengan media yang lebih Modern 3. Pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern 	

Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut, maka strategi pengembangan UMKM sesuai referensi analisis Rangkuti (2002) dan Pickton and Wright (1998), yang meliputi: (1) Diferensiasi dan pengembangan produk yang beorientasi kualitas; (2) Segmentasi pasar, khususnya pada pasar domestik; (3) Pengembangan produksi berbasis sumber daya local; (4) Pengembangan desain produk yang lebih variatif; (5) Pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern; (6) Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal; (7) Kebijakan kredit dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana; (8) Peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun nonfisik; (9) Pengembangan promosi ke pasar ekspor dengan media yang lebih modern; (10) Peningkatan peran lembaga eksternal, asosiasi pengusaha besar dalam pengembangan usaha UMKM.

Rincian Strategi Pengembangan UMKM di Kota Jambi

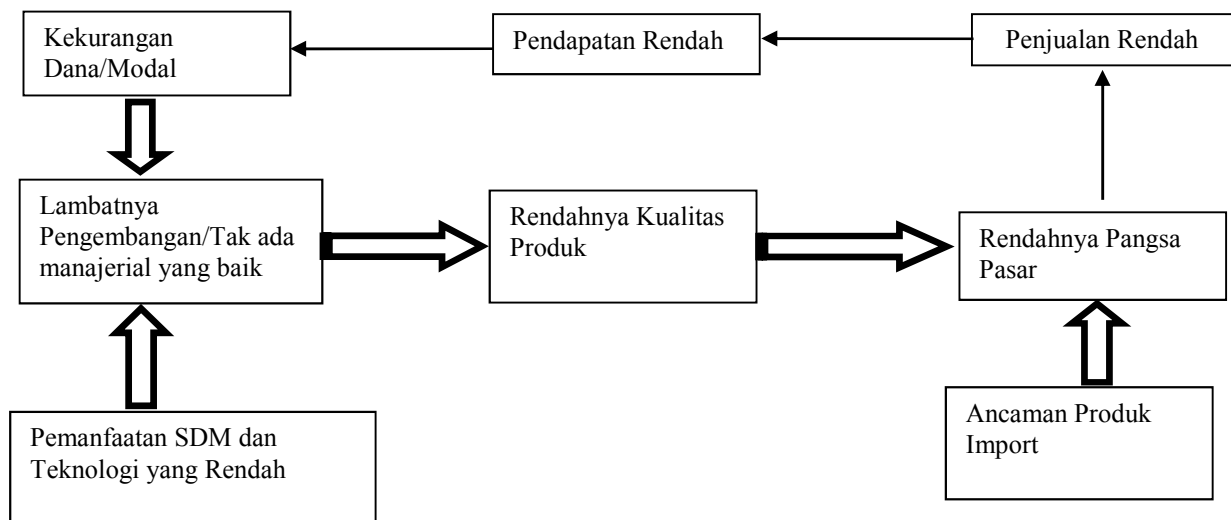
Dalam menangani setiap proyek ataupun objek pengembangan industri, baik yang bersifat pemecahan masalah (problem solving) maupun yang bersifat pengembangan ke depan (development oriented), strategi pengembangan yang ditempuh didasarkan kepada pola pendekatan logis dan komprehensif melalui penguatan faktor-faktor pendorong bagi semua sektor/kelompok industri, dalam program pengembangan UMKM oleh pemerintah. Meskipun pendekatan pengembangan seperti di atas dapat diterapkan di semua skala satuan obyek pembinaan, namun atas pertimbangan efisiensi sebagai akibat dari terbatasnya sumber daya pembangunan dibandingkan dengan luasnya obyek binaan, maka ditempuh penetapan prioritas pembinaan UMKM atau fokus pengembangan. Penerapan strategi pengembangan untuk setiap jenis industri-industri yang diprioritaskan maksimal hanya akan mampu menjangkau tingkat sentra industri kecil.

Pendekatan sentra UMKM ditempuh sehubungan dengan kecenderungan era persaingan yang semakin menuntut bergesernya pola persaingan individual ke arah pola persaingan secara kolektif (*collective competitiveness*) menuju daya saing nasional dan global. Sebelum sesuatu obyek (misalnya sentra atau calon sentra industri kecil) ditetapkan untuk dijadikan proyek pengembangan, perlu terlebih dahulu dinilai bahwa obyek tersebut layak dikembangkan untuk dijadikan proyek ataupun sasaran kegiatan.

Kriteria kelayakan utamanya didasarkan kepada pertimbangan-pertimbangan (Edi Suandi Hamid dan Y. Susilo, 2011): (1) Kegiatan produksinya berakar dari terdapatnya sebagai akibat dari terbatasnya sumber daya pembangunan dibandingkan dengan luasnya obyek binaan, maka ditempuh penetapan prioritas pembinaan UMKM atau fokus pengembangan SDA dan talenta masyarakat setempat misalnya aset budaya kerajinan/seni tradisional; (2) Melibatkan tenaga kerja yang banyak khususnya pada penduduk setempat; (3) Menghasilkan nilai tambah agregat yang besar; (4) Dapat memicu pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor terkait, khususnya di daerah yang bersangkutan; (5) Mempunyai prospek pasar yang potensial dan berkelanjutan, apalagi pasar ekspor; (6) Komponen-komponen kegiatan industri di dalamnya mempunyai prospek kelayakan finansial yang menjanjikan, sehingga hasil kegiatan pembinaan akan dapat mewujudkan kegiatan usaha industri kecil menengah yang secara komersial dapat berjalan dan tumbuh berkembang secara mandiri dan sehat (tanpa membebani pemerintah dengan subsidi maupun biaya pembinaan terus menerus).

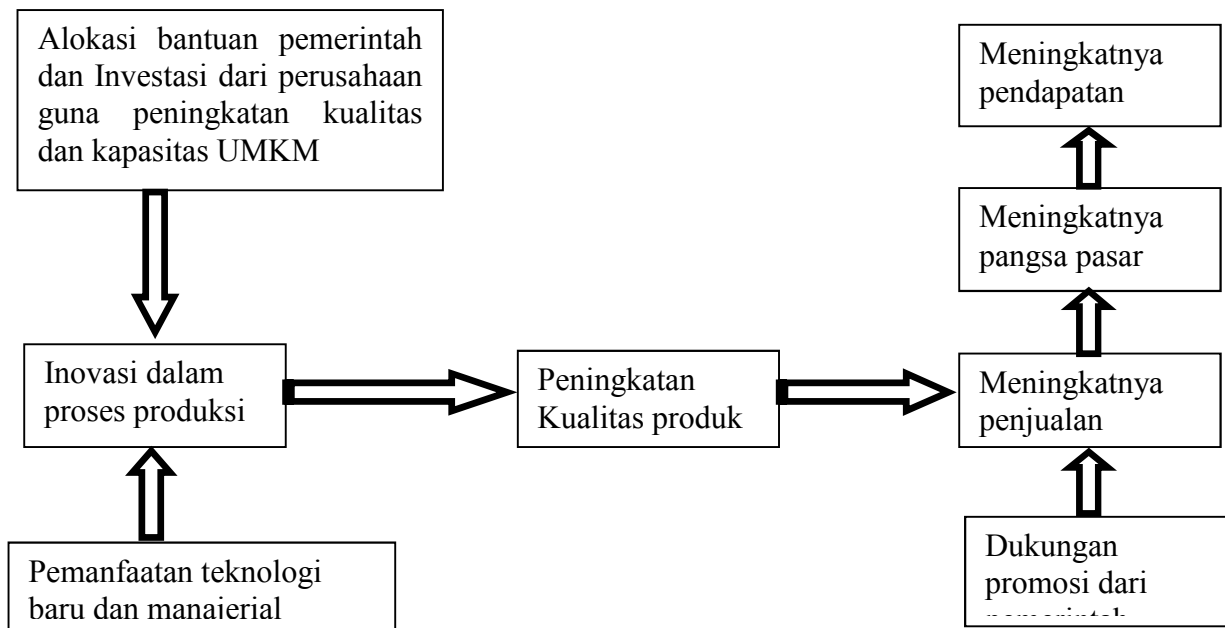
Berdasarkan uraian secara garis besar kebijakan dan strategi pengembangan tersebut, baik dari aspek internal maupun eksternal, maka dapat diklasifikasikan ke dalam masing-masing aspek mikro yang dihadapi oleh UMKM. Aspek-aspek tersebut meliputi aspek pemasaran, ketersediaan modal, inovasi, bahan baku, peralatan produksi, tenaga kerja, pengembangan usaha dan kesiapan menghadapi lingkungan eksternal.

Selanjutnya berdasarkan masalah yang ditemukan dari hasil survei dan telah disajikan di muka, maka dapat digambarkan rangkuman secara garis besar keterkaitan masalah yang dihadapi oleh UMKM di Kota Jambi, secara singkat dijelaskan pada **Gambar 4**.



Gambar 4. Deskripsi Gambaran UMKM Berdasarkan Survei

Untuk mengatasi siklus masalah yang dihadapi oleh UMKM maka harus dilakukan pemutusan siklus tersebut. Untuk UMKM di Kota Jambi yang sebagian besar bergerak pada bidang industri pengolahan nonpertanian, untuk menciptakan produk baru, maka kunci strategi untuk mengatasi siklus masalah tersebut adalah dengan memulai melakukan inovasi produk. Strategi ini bertujuan untuk, *Pertama*, meningkatkan kualitas produk sehingga akan menciptakan pasar baru. *Kedua*, untuk menurunkan biaya produksi sehingga akan menurunkan harga jual produk. *Ketiga*, memanfaatkan alokasi bantuan yang telah diberikan oleh pemerintah lokal dan juga investasi dari berbagai perusahaan sesuai dengan kebutuhan internal UMKM guna menambah skill SDM dan memperbaiki kualitas kerja. Ketiga tujuan tersebut akan berimplikasi pada peningkatan daya saing produk yang berujung pada peningkatan penjualan dan pangsa pasar sehingga pendapatan akan meningkat. Secara singkat mekanisme tersebut dipaparkan pada **Gambar 5**.



Gambar 5. Strategi Umum Pengembangan UMKM

Rekomendasi Strategi pengembangan UMKM Kota Jambi

1. Kemudahan Akses Permodalan

Pola pemberdayaan UKM melalui aspek permodalan ini adalah: (1) bagaimana pemberian bantuan modal ini tidak menimbulkan ketergantungan; (2) bagaimana pemecahan aspek modal ini dilakukan melalui penciptaan sistem yang kondusif baru usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah untuk mendapatkan akses di lembaga keuangan; (3) bagaimana skema penggunaan atau kebijakan pengalokasian modal ini tidak terjebak pada perekonomian subsisten. Inti pemberdayaan adalah kemandirian masyarakat. Pemberian hibah modal kepada masyarakat, selain kurang mendidik masyarakat untuk bertanggungjawab kepada dirinya sendiri, juga akan dapat mendistorsi pasar uang. Oleh sebab itu, cara yang cukup elegan dalam memfasilitasi pemecahan masalah permodalan untuk usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, adalah dengan menjamin kredit mereka di lembaga keuangan yang ada, dan atau memberi subsidi bunga atas pinjaman mereka di lembaga keuangan. Cara ini selain mendidik mereka untuk bertanggung jawab terhadap pengembalian kredit, juga dapat menjadi wahana bagi mereka untuk terbiasa bekerjasama dengan lembaga keuangan yang ada, serta membuktikan kepada lembaga keuangan bahwa tidak ada alasan untuk diskriminatif dalam pemberian pinjaman.

2. Bantuan Pembangunan Fasilitas Infrastruktur

Hal penting lain dalam pengembangan UMKM adalah bagaimana proses pemasaran dari produksi dapat berjalan dengan lancar, yaitu tersedianya prasarana pemasaran dan atau transportasi dari lokasi produksi ke pasar, akan mengurangi rantai pemasaran dan pada akhirnya akan meningkatkan penerimaan pengusaha UMKM.

3. Pengembangan Skala Usaha

Pengembangan ini melalui pemberdayaan kelompok lokal pada wilayah usaha yang sama. Pembentukan ini diyakini mampu membentuk kelompok secara kerjasama guna mengembangkan usaha bersama dalam strategi pemberdayaan ekonomi dan juga akses permodalan secara terorganisir.

4. Pengembangan Jaringan Usaha, Pemasaran dan Kemitraan Usaha

Jaringan usaha ini dapat dilakukan dengan berbagai macam pola jaringan misalnya dalam bentuk jaringan sub kontrak maupun pengembangan kluster. Pola-pola jaringan semacam ini sudah terbentuk akan tetapi dalam realitasnya masih belum berjalan optimal. Pola jaringan usaha melalui sub kontrak dapat dijadikan sebagai alternatif bagi eksistensi UKM di Indonesia. Meskipun sayangnya banyak industri kecil yang justru tidak memiliki jaringan sub kontrak dan keterkaitan dengan perusahaan-perusahaan besar sehingga eksistensinya pun menjadi sangat rentan.

Sedangkan pola pengembangan jaringan melalui pendekatan kluster, diharapkan menghasilkan produk oleh produsen yang berada di dalam kluster bisnis sehingga mempunyai peluang untuk menjadi produk yang mempunyai keunggulan kompetitif dan dapat bersaing di pasar global. Upaya pengembangan jaringan pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai macam strategi misalnya kontak dengan berbagai pusat-pusat informasi bisnis, asosiasi-asosiasi dagang baik di dalam maupun di luar negeri, pendirian dan pembentukan pusat-pusat data bisnis UKM serta pengembangan situs-situs UKM di seluruh kantor perwakilan pemerintah di luar negeri.

Penguatan ekonomi rakyat melalui pemberdayaan UKM, tidak berarti mengalienasi pengusaha besar atau kelompok ekonomi kuat. Karena pemberdayaan memang bukan menegasikan yang lain, tetapi *give power to everybody*. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah penguatan bersama, dimana yang besar hanya akan berkembang kalau ada yang kecil dan menengah, dan yang kecil akan berkembang

kalau ada yang besar dan menengah. Karena masing-masing pihak dapat menjadi mitra bagi pihak lain guna membangun kekuatan daya saing bersama.

5. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Peningkatan kualitas SDM dilakukan melalui berbagai cara seperti pendidikan dan pelatihan, seminar dan lokakarya, *on the job training*, pemagangan dan kerja sama usaha. Selain itu, juga perlu diberi kesempatan untuk menerapkan hasil pelatihan di lapangan untuk mempraktekkan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan (Hafsah, 2004). Selain itu, salah satu bentuk pengembangan sumber daya manusia di sektor UKM adalah Pendampingan. Pendampingan dilakukan dalam rangka memfasilitasi proses belajar atau refleksi dan menjadi mediator untuk penguatan kemitraan baik antara usaha mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah dengan usaha besar.

6. Peningkatan Akses Teknologi

Perlu memotivasi berbagai lembaga penelitian teknologi yang lebih berorientasi untuk peningkatan teknologi sesuai kebutuhan UMKM, pengembangan pusat inovasi desain sesuai dengan kebutuhan pasar, pengembangan pusat penyuluhan dan difusi teknologi yang lebih tersebar ke lokasi-lokasi Usaha Kecil Menengah dan peningkatan kerjasama antara asosiasi-asosiasi UMKM dengan perguruan Tinggi atau pusat-pusat penelitian untuk pengembangan teknologi UMKM.

7. Mewujudkan Iklim Bisnis yang Lebih Kondusif

Mewujudkan iklim bisnis yang lebih kondusif dengan melakukan reformasi dan deregulasi perijinan bagi UMKM merupakan salah satu strategi yang tepat untuk mengembangkan UMKM. Dalam hal ini perlu ada upaya untuk memfasilitasi terselenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan dan non diskriminatif bagi keberlangsungan dan peningkatan kinerja UKM. Selain itu perlu ada tindakan untuk melakukan penghapusan berbagai pungutan yang tidak tepat, keterpaduan kebijakan lintas sektoral, serta pengawasan dan pembelaan terhadap praktek-praktek persaingan usahah yang tidak sehat dan didukung penyempurnaan perundang-undangan serta pengembangan kelembagaan.

KESIMPULAN

Dari kajian ini dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peranan penting dalam perkeonomian daerah, khususnya dalam menggerakkan aktivitas ekonomi regional dan penyediaan lapangan kerja di Kota Jambi.

Namun demikian industri UMKM masih menghadapi berbagai masalah mendasar, yaitu masalah (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan mtenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; (8) *sustainability* usaha dan (9) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal.

Untuk mengembangkan UMKM tentu saja tidak hanya dibebankan pada UMKM sendiri, namun harus memperoleh dukungan seluruh *stake-holders*. Dukungan termaksud diharapkan datang dari asosiasi pengusaha, perguruan tinggi, dan atau dinas/instansi terkait di lingkungan pemerintah kabupaten/kota bahkan Prosvinsi.

Diperlukan juga berbagai kebijakan yang bersifat terobosan untuk memotong mata rantai masalah yang dihadapi UMKM, khususnya untuk mengatasi beberapa hal yang menjadi hambatan dalam bidnag pengembangan produk dan pemasaran. Adapun regulasi dari pemerintah yang diperlukan untuk memberikan peluang berkembangnya UMKM meliputi: (1) Berbagai pelatihan dalam pengembangan produk yang lebih variatif dan beorientasi kualitas dengan berbasis sumber daya lokal; (2) Dukungan pemerintah pada pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern; (3) Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas local; (4) Kebijakan kredit oleh perbankan dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana sehingga akan mendukung percepatan proses revitalisasi proses produksi; (5) Peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun nonfisik untuk menurunkan biaya distribusi sehingga produk UMKM akan memiliki daya saing lebih tinggi; (6) Dukungan kebijakan pengembangan promosi ke pasar ekspor maupun domestik dengan berbagai media yang lebih modern dan bervariasi; (7) Perbaikan iklim ekonomi yang lebih baik untuk mendukung dan meningkatkan daya saing mereka serta untuk meningkatkan pangsa pasar.



Daftar Pustaka

- DisKop dan UMKM Kota Jambi, (2013), *Rencana Strategik Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Jambi Tahun 2009-2013*, Yogyakarta.
- Hanke, J.E. and Reitsch, A.G. 1998. *Business Forecasting*. Sixth Edition. London: Prentice-Hall International Ltd.
- Haryadi. (2009). *Profil dan Permasalahan UMKM di Provinsi Jambi*. Disertasi: *Kajian Pemanfaatan Bantuan Pemerintah Untuk Pengembangan UMKM*. Jambi: UNJA
- Jaka Sriyana. (2010). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Studi Kasus: di Kabupaten Bantul. Dalam *Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif*.
- Krisnadewara, P.D., dan Sri Susilo, Y. 2006. Permasalahan *Industri Kecil Pascagempa Bumi: Survei pada Beberapa Industri di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah*. *Kinerja*, Vol. 10, No. 2, hal. 162-171.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, Edisi 3, Cetakan 1. Jakarta: Erlangga.
- Pickton, D.W., and Wright, S. 1998. What's SWOT in Strategic Analysis?, *Strategic Change*, 7 (1998), pp. 101-109.
- Rangkuti, F., (2002), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan III, PT. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, U., and Bougie, R. 2010. *Research Method for Business: A Skill Building Approach*, 5th Edition. USA: John Wiley and Sons Inc.
- Singarimbun, M., dan Effendi, S., (Editor). 1989. *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Cetakan 1. Jakarta: LP3ES.
- Sri Susilo, Y., dan Sutarta, A.E. 2004. Masalah dan Dinamika Industri Kecil Pasca Krisis Ekonomi, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 9 No. 1, Juni 2004, hal. 65-78.
- Sri Susilo, Y. 2005. Strategi Survival Usaha Mikro-Kecil (Studi Empiris Pedagang Warung Angkringan di Kota Yogyakarta), *Telaah Bisnis*, Vol. 6 No. 2, Desember 2005, 161-178.
- Sri Susilo, Y., dan Krisnadewara, P.D. 2007. Strategi Bertahan Industri Kecil Pasca gempa Bumi di Yogyakarta, *Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9 No. 2, Juni 2007, hal. 127-146.
- Sri Susilo, Y. 2007. Masalah dan Dinamika Usaha Kecil: Studi Empiris Pedagang Klithikan di Alun-alun Selatan Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12 No. 01 Maret 2007, hal. 64-77.

Sri Susilo, Y., Krisnadewara, P.D., dan Soeroso, A. 2008. Masalah dan Kinerja Industri kecil Pascagempa: Kasus di Kabupaten Klaten (Jateng) dan Kabupaten Bantul (DIY), *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 15 No. 2, Agustus 2008, hal. 271-280.

Tarigan, Y.P., dan Sri Susilo, Y. 2008. Masalah dan Kinerja Industri Kecil Pascagempa: Kasus pada Industri Kerajinan Perak Kotagede Yogyakarta, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 8 No. 2, Mei 2008, hal. 188-199.

Todaro., M. P, (2000), *Economic Development*, Sevent Edition, Massachusetts UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.