

## PEMBERDAYAAN UMKM DALAM RANGKA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI KABUPATEN GOWA

Buyung Romadhoni<sup>1\*</sup>; Akhmad<sup>2</sup>; Idham Khalid<sup>3</sup>; Arief Muhsin<sup>4</sup>

Universitas Muhammadiyah Makassar, Sulawesi Selatan<sup>1,2,3,4</sup>

Email Koresponden : buyung@unismuh.ac.id

### ABSTRAK

UMKM di Kabupaten Gowa memegang peranan yang sangat penting dan menjadi basis pembangunan ekonomi kerakyatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengkaji pengembangan UMKM dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Gowa. Penelitian ini di pusatkan di Kabupaten Gowa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Data dapat di peroleh melalui, observasi, wawancara, rekaman, dan lain sebagainya. Metode Analisis yang digunakan adalah analisis matriks SWOT. Metode analisis SWOT terdiri dari pengambungan unsure kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats). Hasil penelitian menemukan bahwa UMKM dapat menerapkan strategi pemasaran S-O dengan melakukan inovasi pada produk, membuat ciri khas produk berdasarkan klaster wilayah dan memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi juga penjualan produk agar lebih dikenal oleh konsumen diluar klaster wilayah. Strategi W-O meliputi pelaku UMKM untuk senantiasa memperhatikan keinginan pasar dan keinginan konsumen, keinginan pasar dan konsumen yang berubah-ubah menuntut pelaku UMKM untuk melakukan inovasi pada jangka waktu tertentu. Strategi pemasaran S-T memberikan ciri khas yang menonjol pada produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM dan juga melakukan proteksi pada produk dengan membuat merk dagang agar produk tidak diplagiat oleh pelaku UMKM lainnya. Pemasaran dengan strategi W-T menuntut bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan hasil produk pada daerah lain diluar kalsterisasi agar kiranya produk dikenal tidak hanya pada lingkungan klaster tersebut.

Kata Kunci : Pengembangan UMKM; Perekonomian Masyarakat; Analisis SWOT

### ABSTRACT

*MSMEs in Gowa Regency play a very important role and become the basis of people's economic development. This study aims to analyze and examine the development of MSMEs in order to improve the economy of the community in Gowa Regency. This research is centered in Gowa Regency. The method used in this research is descriptive qualitative method. Data can be obtained through observation, interviews, recordings, and so on. The analytical method used is SWOT matrix analysis. The SWOT analysis method consists of connecting elements of strength (Strengths), weaknesses (Weaknesses), opportunities (Opportunities), and threats (Threats). The results of the study found that MSMEs can implement the S-O marketing strategy by innovating products, creating product characteristics based on regional clusters and utilizing technology to promote and sell products to be better known by consumers outside the regional cluster. The W-O strategy includes MSME actors to always pay attention to market desires and consumer desires, changing market and consumer desires require MSME actors to innovate within a certain period of time. The S-T marketing strategy provides a prominent characteristic of the products produced by MSME actors and also*

*protects the product by creating a trademark so that the product is not plagiarized by other MSME actors. Marketing with the W-T strategy requires MSME actors to introduce their products to other areas outside the cluster so that the product is known not only in the cluster environment.*

*Keyword : the development of MSMEs; people's economic development; SWOT analysis*

## LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sendiri memiliki peran dan jumlah yang cukup besar pada penciptaan lapangan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja juga memiliki kontribusi pembentukan produk domestik bruto (PDB) (Halim, 2020). Peranan UMKM yang besar memberikan penjelasan bahwa UMKM harus bisa ditingkatkan lebih baik lagi untuk kedepannya, UMKM dapat bertahan juga bersaing jika mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik, terkhususnya manajemen pemasaran (Djakasaputra et al., 2021).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) saat ini menjalani keadaan yang cukup sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis. Persaingan semakin ketat sehubungan dengan besarnya arus perdagangan bebas berskala nasional ataupun internasional yang secara tidak langsung menciptakan persaingan dagang datang dari segala aspek. Tantangan bagi UMKM untuk memasuki pasar global yakni, pertama yang harus kita ketahui bahwa bisnis kedepannya akan semakin kompleks, dimana persaingan akan semakin ketat dan tinggi, perubahan yang sangat cepat dan dinamis karna kemajuan era teknologi (Hastuti et al., 2020). Suatu jenis usaha/perusahaan bisa dikatakan berhasil ketika ia dapat beradaptasi dengan waktu (perkembangan zaman), yang disitu melibatkan teknologi, permintaan konsumen, dan inovasi lainnya yang terus berkembang. Perusahaan yang tidak memiliki kesiapan strategi dan mampu bersaing dalam menghadapi pasar global, akan tergerus dan terpinggirkan. Disisi lain, perkembangan UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai persoalan sehingga menyebabkan lemahnya daya saing terhadap produk impor. Persoalan utama yang dihadapi UMKM, antara lain keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan. Dengan segala persoalan yang ada, potensi UMKM yang besar itu menjadi terhambat.

Strategi manajemen pemasaran untuk mengatasi perubahan lingkungan eksternal juga internal dapat dilihat dengan kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang (Sianturi, 2020). Analisis SWOT merupakan cara yang tepat untuk mengatasi

permasalahan dalam manajemen pemasaran tersebut. Patricia & Elliyana (2019) mengemukakan bahwa Analisis SWOT didalam menghadapi permasalahan lingkungan membagi atas 2 tahap yakni Lingkungan Eksternal dengan mengetahui ancaman (Threats) apa saja dan peluang (Oppurtunities) yang dihadapi oleh pelaksana UMKM, Lingkungan Internal mengetahui kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) yang dimiliki oleh pelaksana UMKM tersebut. Dengan menggunakan analisis swot, mengetahui faktor-faktor lingkungan eksternal maupun lingkungan internal dapat sebagai acuan bagi UMKM untuk menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan guna mamajukan daya saing pada UMKM. Strategi pemberdayaan UMKM tersebut merupakan hal yang sangat penting dengan berbagai isu strategis dan tantangan kedepan yang lebih kompleks. Sehingga UMKM harus mampu untuk berkompetisi dengan cara meningkatkan daya saingnya. Adapun peningkatan daya saing itu sendiri, selain dilihat dari aspek harga, juga dilihat dari sisi kualitas dan kreatifitas (Sopandi, 2017).

UMKM di Kabupaten Gowa memegang peranan yang sangat penting dan menjadi basis pembangunan ekonomi kerakyatan. Kondisi ini ditunjukkan melalui sensus BPS pada tahun 2020 menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Gowa mencapai 56.490 unit. Jumlah UMKM tersebut dapat menjadi potensi sekaligus ancaman bagi perekonomian Kabupaten Gowa. Dikatakan demikian karena berkembang atau tidaknya UMKM tersebut akan berdampak pada perekonomian Kabupaten Gowa dan kesejahteraan masyarakat pada khususnya. Pemerintah Kabupaten Gowa melalui Dinas Koperasi dan UMKM melihat besarnya jumlah UMKM ini sebagai peluang untuk memperkuat perekonomian dengan berbasis pada ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu, maka dinilai sangat penting untuk menjabarkan strategi-strategi pemberdayaan UMKM di Kabupaten Gowa dalam beberapa tahun yang datang.

Strategi pemberdayaan koperasi dan UMKM tersebut merupakan hal yang sangat penting dengan berbagai isu strategis dan tantangan kedepan yang lebih kompleks. Sehingga UMKM harus mampu untuk berkompetisi dengan cara meningkatkan daya saingnya. Adapun peningkatan daya saing itu sendiri, selain dilihat dari aspek harga, juga dilihat dari sisi kualitas dan kreatifitas. Pembangunan Kabupaten Gowa dewasa ini diarahkan pada usaha pengembangan kegiatan ekonomi yang dapat memberikan kesejahteraan kepada masyarakat Kabupaten Gowa. Salah satu diantaranya adalah meningkatkan peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Perkembangan

Usaha Mikro, kecil dan menengah Kabupaten Gowa yang semakin pesat membawa implikasi terhadap iklim kompetisi yang semakin ketat. Akibatnya, usaha mikro, kecil dan menengah yang tidak mampu berkompetisi akan tergusur dari persaingan usaha dan terancam bangkrut. Upaya untuk menjadikan usaha mikro, kecil dan menengah agar mampu berkompetisi, mandiri dan dapat memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian Kabupaten Gowa tidak cukup hanya melalui kebijakan pemerintah pusat saja. Oleh karena itu perlu diupayakan langkah-langkah strategis dari pemerintah daerah dalam mengembangkan usaha mikro, kecil dan menengah yang ada di Kabupaten Gowa.

Penelitian-penelitian sebelumnya terkait pemberdayaan UMKM yang menjadi rujukan penelitian ini yaitu Puspaningtyas & Suprayitno (2021) yang meneliti tentang Pemberdayaan Umkm Untuk Meningkatkan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 Di Tuban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum adanya bantuan maupun pendampingan dari pemerintah Desa Mojomalang. Belum adanya produk unggulan yang menjadi ciri khas Desa Mojomalang. Dari segi konsep ACTORS, ada 5 konsep yaitu Authority, Confidence and competence, Trust, Opportunities, Responsibilities dan Support. Kelompok masyarakat/pelaku UMKM diberikan kewenangan untuk merubah pendirian atau semangat (etos kerja) menjadi sesuatu yang milik mereka sendiri. Dengan demikian mereka merasa perubahan yang dilakukan adalah hasil produk dari keinginan mereka untuk menuju perubahan yang lebih baik. Dengan melihat kondisi di atas dan merujuk penelitian sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengkaji pengembangan UMKM dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Gowa.

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

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

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dan strategis dalam perekonomian di Indonesia. Peran penting UMKM tidak hanya berarti bagi pertumbuhan di kota-kota besar tetapi berarti juga bagi pertumbuhan ekonomi di pedesaan (Idayu et al., 2021). Pemberdayaan UMKM sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional (Sedyastuti, 2018). Menurut Tambunan (2018) bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi.

Sektor UMKM merupakan salah satu kekuatan utama dan vital yang mampu mendorong pembangunan ekonomi dan lapangan pekerjaan (Wahyunti, 2020). Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian sehingga perlu lebih diperhatikan karena mengemban misi menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan berusaha, melestarikan budaya, dan mendukung ekspor nasional (Amin et al., 2022). Dengan demikian UMKM merupakan salah satu indikator utama yang dianggap mampu berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan (Amien, NN., et.al. 2022).

### **Fokus Pembangunan Kesejahteraan Sosial**

Kesejahteraan merupakan titik ukur bagi suatu masyarakat telah berada pada kondisi sejahtera. Kesejahteraan dapat diartikan persamaan hidup yang setingkat lebih dari kehidupan (Kadeni, 2020). Seseorang akan merasa hidupnya sejahtera apabila merasa senang, tidak kurangan sesuatu apapun dalam batas yang mungkin dicapainya, ia terlepas dari kemiskinan serta bahaya yang mengancamnya. Menurut Andersen memastikan setiap warga negara beserta keluarganya memperoleh pendapatan minimum sesuai dengan standar kelayakan, dan memberikan layanan sosial bagi setiap permasalahan yang dialami warga (baik dalam keadaan sakit, tua atau menganggur) serta kondisi lain misalnya krisis ekonomi, dan memastikan setiap warga negara mendapatkan hak-hak nya tanpa memandang perbedaan status, kelas ekonomi, dan perbedaan lainnya.

Merujuk pada definisi welfare dari Howard Jones (1990) dalam Misztal, (2018), tujuan utama pembangunan kesejahteraan sosial adalah penanggulangan kemiskinan dalam berbagai manifestasinya. Makna kemiskinan dalam berbagai manifestasinya menekankan bahwa masalah kemiskinan di sini tidak hanya merujuk pada “kemiskinan fisik”, seperti rendahnya pendapatan (income poverty) atau rumah tidak layak huni melainkan pula mencakup berbagai bentuk masalah sosial lain yang terkait dengannya, seperti anak jalanan, pekerja anak, perdagangan manusia, pelacuran, pekerja migran, termasuk di dalamnya menyangkut masalah kebodohan, keterbelakangan, serta

kapasitas dan efektivitas lembaga-lembaga pelayanan sosial pemerintah dan swasta (LSM, Orsos, institusi lokal) yang terlibat dalam penanggulangan kemiskinan.

Usaha mikro berperan penting untuk membangun perekonomian negara terkhususnya terhadap ekonomi masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari terlebih masa yang akan mendatang. Dalam hal ini peran usaha mikro sangat besar terhadap kegiatan ekonomi masyarakat. Menurut Siwu (2019) secara umum strategi pembangunan ekonomi adalah mengembangkan kesempatan kerja bagi penduduk yang ada sekarang dan upaya untuk mencapai stabilitas ekonomi, serta mengembangkan basis ekonomi dan kesempatan kerja yang beragam. Pembangunan ekonomi akan berhasil bila mampu memenuhi kebutuhan dunia usaha. Hal ini untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya fluktuasi ekonomi sektoral, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kesempatan kerja (Rohedi, 2015).

#### **METODE PENELITIAN**

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018). Penelitian ini di pusatkan di Kabupaten Gowa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Data dapat di peroleh melalui, observasi, wawancara, rekaman, dan lain sebagainya. Metode Analisis yang digunakan adalah analisis matriks SWOT. Metode analisis SWOT terdiri dari pengembangan unsure kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang mampu menghasilkan suatu strategi yang didasarkan pada situasi lingkungan internal dan eksternal (Lusiana & Novitaningtyas, 2020). Penggunaan analisis SWOT diproyeksikan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Kabupaten Gowa terkait pengembangan keberadaan UMKM dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat.

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Komposisi UMKM di Kabupaten Gowa didominasi oleh Usaha Mikro sebesar 43.179 atau 94 persen, disusul oleh Usaha kecil sebesar 9.600 usaha atau 6 persen dan sisanya atau 266 usaha atau kurang dari 1 persen. Kondisi ini menunjukkan bahwa UMKM di Kabupaten terutama Usaha Mikro perlu mendapat dukungan dari pemerintah daerah untuk dapat naik kelas menjadi Usaha mikro, demikian juga usaha mikro perlu

didorong meningkat menjadi usaha menengah. Namun, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM menjadi perhatian utama dalam proses pembangunan inklusif yang dicanangkan oleh pemerintah Kabupaten Gowa diantaranya :

#### **Rendahnya produktivitas**

Perkembangan yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi dengan peningkatan kualitas UMKM yang memadai khususnya skala usaha mikro. Masalah yang masih dihadapi adalah rendahnya produktivitas, sehingga menimbulkan kesenjangan yang sangat lebar antar pelaku usaha kecil, menengah, dan besar. Kinerja seperti itu berkaitan dengan: (a) rendahnya kualitas sumber daya manusia yang terlibat dalam UMKM terutama dalam penguasaan teknologi, pemasaran, manajemen, dan organisasi, dan (b) rendahnya kompetensi kewirausahaan para pelaku UMKM. Peningkatan produktivitas UMKM sangat diperlukan untuk mengatasi ketimpangan antar pelaku, antargolongan dan pendapatan antardaerah, termasuk penanggulangan kemiskinan, selain sekaligus mendorong peningkatan daya saing baik secara lokal maupun nasional.

#### **Terbatasnya akses UMKM kepada sumberdaya produktif**

Akses kepada sumber daya produktif terutama terhadap teknologi, informasi, pasar, dan permodalan. Untuk usaha memperoleh dana, jasa lembaga keuangan sebagian besar masih berupa kredit modal kerja dan jumlahnya sangat terbatas, sedangkan untuk kredit investasi sangat terbatas. Untuk Koperasi dan UMKM keadaan ini sulit untuk meningkatkan kapasitas usaha ataupun mengembangkan produk-produk yang bersaing. Hal tersebut disebabkan karena di samping persyaratan untuk memperoleh pinjamannya juga tidak mudah dipenuhi, seperti jumlah jaminan, walaupun usahanya layak, perbankan yang ada sebagai sumber pendanaan terbesar umumnya memandang koperasi dan UMKM sebagai kegiatan yang beresiko tinggi

Pada sisi lain penguasaan teknologi, manajemen, informasi dan pasar masih jauh dari memadai dan relatif memerlukan biaya yang besar untuk dikelola secara mandiri oleh para pelaku Koperasi dan UMKM. Sementara peran lembaga pendidikan tinggi, masyarakat dan dunia usaha dalam pelayanan kepada koperasi dan UMKM juga belum berkembang, karena pelayanan kepada UMKM masih dipandang kurang menguntungkan.

#### **Kurang kondusifnya iklim usaha**

UMKM pada umumnya juga masih menghadapi berbagai masalah yang terkait dengan iklim usaha yang kurang kondusif, diantaranya adalah: (a) prosedur perizinan yang mengakibatkan besarnya biaya transaksi, perlu dilakukan penataan baik dari sisi biaya maupun waktu; (b) praktik bisnis dan persaingan usaha belum tertata dengan baik; dan (c) lemahnya koordinasi lintas instansi dalam pemberdayaan UMKM.

UMKM pada umumnya membentuk klaster sendiri berdasarkan turun temurun yang dilakukan oleh keluarga pendahulunya. Pembentukan tempat lokasi usaha UMKM berdasarkan kemudahan didalam memperoleh bahan baku. Sebagai contoh pengrajin anyaman tikar dan bamboo berada diwilayah yang banyak memiliki perkebunan. Jenis usaha konveksi, border, perajin sepatu ataupun lainnya banyak berada dikota-kota besar, dikarenakan dekat dengan sumber bahan baku. Secara umum UMKM tidak menggunakan sistem juga manajemen pemasaran secara khusus, Pemasaran yang dilaksanakan selama ini dilakukan dengan metode konvensional dengan hanya memajang produk pada toko yang dimiliki atau sesekali pada acara pameran yang dilakukan oleh dinas ataupun instansi yang membina UMKM. Hal tersebut dapat dimaklumi dikarenakan kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Selain itu pembinaan yang dilakukan oleh instansi terhadap pelaku UMKM juga tidak merata, karena masih banyaknya UMKM yang tidak membuka diri juga sedikitnya informasi yang mereka dapatkan.

Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menganalisis strategi apa yang tepat dilakukan dalam mengembangkan UMKM khususnya pada Sektor Pengembangan di Kabupaten Gowa menggunakan analisis SWOT(Strength, Weakness, Opportunities, Threats). Analisis SWOT dirasa tepat digunakan karena disamping melihat kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh UMKM, dalam menentukan strategi juga dilihat kelemahan dan ancaman yang akan dihadapi oleh UMKM. Identifikasi masing-masing aspek dikelompokkan dalam analisis SWOT untuk kemudian didapatkan matrik SWOT. Berikut matriks SWOT yang disajikan pada tabel 1 (lampiran). Berdasarkan matriks SWOT, dapat dirumuskan strategi S-O yang dapat direkomendasikan:

#### 1. Meningkatkan standarisasi produk UMKM

Produk UMKM dapat berdaya saing global dengan memerlukan pengembangan kemasan produk, standardisasi dan sertifikasi sehingga produk-produk UMKM nasional bisa mempunyai nilai jual tinggi. Dengan demikian peran Standar Nasional

Indonesia (SNI) perlu disosialisasikan kepada UMKM yang ada di Kabupaten Gowa, agar produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM yang bernilai ekonomi tinggi dan memiliki daya saing baik di dalam negeri maupun di mancanegara.

## 2. Meningkatkan penguatan manajemen usaha koperasi berstandar internasional

Kita tahu problem di UMKM itu banyak, seperti perluasan akses pasar, kemampuan daya saing usaha, akses pembiayaan dan investasi. Bagaimana mendorong UMKM lebih maju dan berkembang. Untuk menghadapi tersebut, Perlu Kabupaten Gowa perlu melakukan (1) peningkatan Kapasitas usaha dan kompetensi pada pelaku UMKM, (2), lembaga keuangan yang ramah bagi UMKM, dan (3) melakukan koordinasi lintas sektor untuk mendukung ekosistem KUKM.

Strategi W-O yang dapat direkomendasikan:

### 1. Meningkatkan kemampuan SDM dibidang UMKM

Berkaitan dengan ketenagakerjaan di Kabupaten Gowa. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Gowa dari 368.615 jiwa tenaga kerja yang ada di kabupaten Gowa 141.812 pekerja atau 38,47 persen yang ada hanya berpendidikan SD ke bawah, disusul; sekolah menengah atas dan sederajat sebesar 105.681 atau 28,67 persen, selanjutnya akademi dan perguruan tinggi sebesar 62994 atau 17,09 persen dan SMP sederajat sebesar 58128 jiwa atau 15,77 persen. Oleh karena itu peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang koperasi dan UMKM, perlu senantiasa dilakukan. Penguatan SDM ini diperlukan untuk meningkatkan daya saing sebagai modal mengembangkan usaha.

### 2. Meningkatkan penguatan manajemen usaha UMKM

Kunci sukses koperasi adalah pada pemahaman dan penanaman jatidiri koperasi untuk mewujudkan asas kekeluargaan dan gotong royong pada koperasi. Namun, koperasi juga harus tetap mengikuti perkembangan era ekonomi kompetitif revolusi industri 4.0 dengan mulai melaksanakan sistem kepranataan yang lebih modern dan inovatif terhadap tata laksana dan pelayanan koperasi. Oleh karena itu perlu terus mendukung usaha-usaha berbasis kerakyatan, karena koperasi adalah akselerator pertumbuhan ekonomi dan harus mampu menjadi rumah yang nyaman serta menaungi pelaku-pelaku UMKM yang menjadi anggotanya. Dengan demikian, sekarang saatnya mengubah paradigma dalam dunia koperasi di Kabupaten Gowa. Untuk mewujudkan koperasi menjadi badan usaha yang modern, berkualitas serta berdaya saing.

Strategi S-T yang dapat direkomendasikan adalah:

1. Meningkatkan jiwa kewirausahaan

Ketidakmampuan dalam persaingan serta rendahnya tingkat pengelolaan perilaku kewirausahaan merupakan tantangan bagi para pelaku Koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk mampu tumbuh dan berkembang menuju kemandirian usaha. Pada sisi lain diperlukan adanya pertumbuhan koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah yang didasari pada nilai-nilai kewirausahaan dan jiwa kewirausahaan dengan harapan mampu membentuk perilaku usaha kecil dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu perlu adanya strategi pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah menuju kemandirian usaha dengan pendekatan jiwa kewirausahaan, nilai kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan. Oleh karena itu pelatihan kewirausahaan terhadap pelaku koperasi, pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Gowa perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing Koperasi, Usaha mikro kecil dan menengah yang ada di kabupaten Gowa di masa yang akan datang.

2. Meningkatkan produktivitas UMKM

Usaha mikro, kecil dan menengah yang di Kabupaten Gowa umum memiliki produktivitas yang masing rendah dibanding dengan UMKM yang di Pulau Jawa, terlebih apabila dibanding dengan usaha besar. Oleh karena itu pemerintah Kabupaten Gowa perlu mendorong peningkatan produktivitas UMKM yang di Kabupaten Gowa. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi di masa yang akan datang. Usaha peningkatan produktivitas dalam dilakukan dengan cara melakukan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan keterampilan pada pelaku UMKM yang ada.

3. Meningkatkan daya saing produk UMKM

Menghadapi persaingan perusahaan lokal maupun internasional perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Gowa saat ini semakin meningkat. Peningkatan UMKM dalam dunia bisnis memperlihatkan bahwa usaha ini mampu mempertahankan bisnisnya dalam situasi krisis. Pengembangan UMKM digalakkan oleh Pemerintah Indonesia karena sektor ini berhasil membuka lapangan pekerjaan. Keberhasilan pengembangan UMKM berguna untuk menghadapi tingginya persaingan di arus nasional dan global sehingga UMKM harus mampu menghadapi

tantangan global. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM. Usaha Mikro Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca pandemi, di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. UMKM merupakan suatu bentuk usaha mikro, kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada.

Strategi W-T yang dapat direkomendasikan meliputi:

1. Meningkatkan jaringan kerjasama UMKM.

Dengan dibukanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) beserta kesepakatan perdagangan bebas (Free Trade Agreement) antar negaranegara di ASEAN, telah membuka kesempatan bagi UMKM untuk memasuki pasar baru. Namun UMKM Indonesia harus memperbaiki mutu produk untuk mampu bersaing di pasar ASEAN dan lebih luas lagi di pasar dunia. UMKM juga harus membuat persiapan yang matang bagi para penggerak UMKM di Indonesia. Daya saing secara konsep dibagi menjadi dua, yakni keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif. Kedua konsep ini pada dasarnya merupakan konsep keunggulan berdasarkan kemampuan untuk menggeser kurva penawaran ke kanan sebagai cara menurunkan harga. Hanya saja konsep keunggulan kompetitif dan kemampuan untuk menurunkan harga bukanlah satusatunya cara, melainkan harus diikuti dengan berbagai aspek strategi lain yang terkait, baik dari segi produksi, konsumsi, struktur pasar dan kondisi industri itu sendiri. Untuk menghasilkan UMKM yang berdaya saing, ada lima komponen competitive priority, yaitu Cost (Biaya), Quality (Mutu), Flexibilitas (Fleksibilitas), Delivery (Pengiriman) dan Inovation (Inovasi). (a) Biaya, meliputi empat indikator, yaitu produksi, produktifitas tenaga kerja, penggunaan kapasitas produksi dan persediaan. (b) Mutu, meliputi indikator seperti tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan konsumen dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain. (c) Waktu, meliputi ketetapan

waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi dan ketetapan waktu penyampaian produk. (d) Fleksibilitas meliputi berbagai indikator seperti macam produk yang dihasilkan, kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan. (e) Inovasi bisa menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan bisa membuat improvisasi terhadap proses dan produk yang tersedia

## 2. Meningkatkan standar kualitas produk UMKM

Pada umumnya permasalahan penerapan standar kualitas yang dilakukan oleh para pelaku UMKM adalah; mereka melakukan pengendalian kualitas hanya berdasarkan pengalaman, proses kerja yang tidak terstruktur, kemudian tidak adanya pedoman kerja yang terdokumentasi. Hal tersebut juga ditemukan di beberapa UMKM yang berada di Kabupaten Gowa. Dalam rangka menghadapi persaingan UMKM yang semakin ketat, maka diharapkan para pelaku UMKM yang berada di Kabupaten Gowa mampu terus berkembang, salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah melalui penerapan standar kualitas yang baik. Pengendalian kualitas pada usaha kecil menengah umumnya masih sangat sederhana. Kegiatan pemeriksaan lebih ditekankan pada pengamatan visual, itu pun dilakukan oleh pembuat produk sendiri tidak ada bagian pemeriksaan khusus, sehingga hasil pemeriksaan sangat subjektif.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan diatas, sehingga dapat dirumuskan kesimpulan untuk menentukan strategi pemasaran bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing UMKM tersebut, antara lain:

1. Analisis SWOT dapat dilakukan untuk melakukan analisis terhadap faktor-faktor lingkungan Eksternal juga Lingkungan Internal bagi pelaku UMKM. Selain itu, Analisis SWOT juga dapat digunakan untuk menentukan strategi pemasaran pada UMKM.
2. UMKM dapat menerapkan strategi pemasaran S-O dengan melakukan inovasi pada produk, membuat ciri khas produk berdasarkan klaster wilayah dan memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi juga penjualan produk agar lebih dikenal oleh konsumen diluar klaster wilayah.
3. Strategi W-O meliputi pelaku UMKM untuk senantiasa memperhatikan keinginan pasar dan keinginan konsumen, keinginan pasar dan konsumen yang berubah-ubah menuntut pelaku UMKM untuk melakukan inovasi pada jangka waktu tertentu. Tidak

terdapat inovasi pada produk akan menyebabkan nilai jual pada UMKM tersebut akan menurun dan bahkan tidak memiliki nilai.

4. Melakukan strategi pemasaran S-T memberikan ciri khas yang menonjol pada produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM dan juga melakukan proteksi pada produk dengan membuat merk dagang agar produk tidak diplagiat oleh pelaku UMKM lainnya.
5. Pemasaran dengan strategi W-T menuntut bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan hasil produk pada daerah lain diluar kalsterisasi agar kiranya produk dikenal tidak hanya pada lingkungan klaster tersebut. Kemudian kemasan produk yang inovatif akan membuat produk lebih memiliki nilai.

#### REFERENSI

- Amin, A., Mispa, S., Nuramal, N., Rinaldy, S., Kanji, L., Wiyana, A., & Nurhasanah, N. (2022). Sosialisasi Perhitungan Dan Pelaporan Pajak Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Pinrang. *Nobel Community Services Journal*, 2(1), 1–4.
- Amien, NN., Zulkarnaen, W. (2022). The Role Of Sharia Banking On MSMEs That Implied On Indonesian Economic Growth. *KOMITMEN : Jurnal Ilmiah Manajemen* 3(1). 29-35. DOI: <https://doi.org/10.15575/jim.v3i1.19557>.
- Djakasaputra, A., Wijaya, O., Utama, A., Yohana, C., Romadhoni, B., & Fahlevi, M. (2021). Empirical study of Indonesian SMEs sales performance in digital era: The role of quality service and digital marketing. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 303–310.
- Patricia, R. S., & Elliyana, D. (2019). PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY IN MSME DEFIA OYSTER MUSHROOM IN JAMBI. *Journal of Business Studies and Management Review*, 3(1), 76–81.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, Ta., Sudarso, A., Soetijono, I. K., & Saputra, D. H. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Yayasan Kita Menulis.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73–85.
- Kadeni, N. S. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191–200.
- Lusiana, I., & Novitaningtyas, I. (2020). Strategi Promosi Aplikasi Motorku Express Berdasarkan Analisis SWOT. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 1–14.
- Misztal, P. (2018). Universal basic income. Theory and practice. *Managerial Economics*, 19(1), 103.
- Puspaningtyas, A., & Suprayitno, A. A. (2021). Pemberdayaan UMKM Untuk

Meningkatkan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 Di Tuban. *Reformasi*, 11(2), 217–225.

Rohedi, M. (2015). Strategi Pengembangan usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Study: Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Sumenep). *PUBLIC CORNER*, 10(1).

Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.

Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50.

Siwu, H. F. D. (2019). Strategi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi daerah. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 18(6).

Sopandi, E. (2017). Analisis Keunikan Sumberdaya Dan Strategi Keunggulan Bersaing Produk Kreatif Bambu (Studi pada Saung Angklung Udjo Bandung Jawa Barat). *Journal of Management and Business Review*, 14(2), 176–205.

Tambunan, T. T. H. (2018). MSMEs and access to financing in a developing economy: The Indonesian experience. In *Financial entrepreneurship for economic growth in emerging nations* (pp. 148–172). IGI Global.

Wahyunti, S. (2020). Peran Strategis UMKM Dalam Menopang Perekonomian Indonesia Di Tengah Pandemi Covid-19. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(2), 280–302.

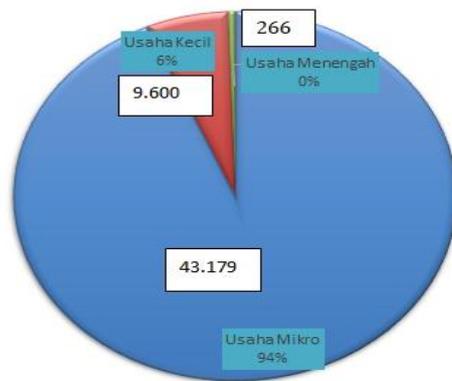
Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 2(1), 106-128.

**TABLE, PICTURE AND GRAPHIC**

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<p><i>Kekuatan (Strength/S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatnya jumlah UMKM</li> <li>Dukungan Pemerintah Daerah terhadap pengembangan Koperasi dan UMKM sangat tinggi</li> </ol>	<p><i>Kelemahan (weakness/W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Database UMKM masih belum sepenuhnya update dan detail</li> <li>Koordinasi Pembinaan UMKM oleh masing-masing OPD belum terkoordinasi dengan baik</li> <li>Masih terbatasnya sumberdaya dalam memfasilitasi dan mengembangkan LKM</li> <li>Belum adanya pusat pelatihan UMKM</li> </ol>
Faktor Eksternal	<p><i>Peluang/Opportunity (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Kebijakan dan dukungan pemerintah kabupaten yang sangat mendukung pengembangan UMKM</li> <li>Sumberdaya alam yang ada cukup sangat potensial untuk di kembangkan</li> </ol>	<p><i>Strategi SO</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan standarisasi produk UMKM</li> <li>Meningkatkan keterampilan dan Manajemen Usaha UMKM</li> </ol>
	<p><i>Strategi WO</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan kemampuan SDM dibidang UMKM</li> <li>Meningkatkan penguatan manajemen usaha koperasi dan UMKM</li> <li>meningkatkan standar prosedur dan kesehatan</li> </ol>	

3. Standarisasi produk nasional 4. Posisi Kabupaten Gowa sebagai bagian dari daerah pengembangan Mamminasata		koperasi simpan pinjam
Tantangan/Ancaman (Threat/T) 1. Struktur dan Persaingan usaha yang tidak seimbang 2. Regulasi dari pemerintah pusat yang sering berubah 3. Masuknya produk dari Pulau Jawa dan luar negeri yang lebih kompetitif 4. Ketergantungan bahan baku dari Pulau dan impor	Strategi ST 2. Meningkatkan jiwa kewirausahaan 3. Meningkatkan produktivitas UMKM 4. Meningkatkan daya saing produk UMKM	Strategi WT 2. Meningkatkan jaringan kerjasama UMKM. 3. Meningkatkan standar kualitas produk UMKM



Gambar 1. Komposisi UMKM Kab. Gowa Tahun 2021.  
 Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Gowa, diolah