

Strategi Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Umkm) di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo

Dzulhijjah Yetti¹, Rahmad Akbar²

*Administrasi Bisnis Internasional Politeknik Kampar
Jln. Tengku Muhammad KM 2 Bangkinang INDONESIA
Dzulhijjahyetti14@gmail.com, rahmadakbar1995@gmail.com*

Intisari— Usaha Mikro, Kecil, Menengah atau UMKM merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian kabupaten kampar. UMKM sebagai sarana untuk menciptakan sektor swasta sehingga pengembangan dari UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi. Menurut UU No.9 tahun 1995, pembinaan dan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis perkembangan UMKM di Kabupaten Kampar. Populasi adalah pelaku UMKM dan konsumen UMKM, sampel penelitian sebanyak 98 pelaku UMKM dan 96 konsumen UMKM penelitian ini menggunakan metode SWOT. Hasil penelitian menunjukkan strategi SWOT sangat membantu untuk mengembangkan UMKM.

Kata kunci— UMKM, Pengembangan, SWOT

Abstract— Micro, Small, Medium Enterprises or UMKM are a category of small-scale businesses that are believed to be able to contribute to the economy of Kampar Regency. UMKM as a means to create the private sector so that the development of UMKM plays an important role in economic development. According to Law No. 9 of 1995, coaching and development is an effort made by the government, the business world and the community through the provision of guidance and reinforcement assistance to grow and improve the ability of small businesses to become strong and independent businesses and can develop into medium-sized businesses. The purpose of this study was to analyze the development of UMKM in Kampar Regency. The population is UMKM actors and UMKM consumers, the research sample is 98 UMKM actors and 96 UMKM consumers. This research uses the SWOT method. The results show that the SWOT strategy is very helpful for developing UMKM.

Keywords— UMKM, Development, SWOT

I. PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka dibutuhkan lapangan pekerjaan yang mampu menyerap setiap angkatan yang ada. Masyarakat dituntut untuk lebih mengembangkan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat, dengan adanya peluang usaha tersebut, diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik sehingga mampu mengurangi tingkat urbanisasi yang tinggi. Selain itu, dengan adanya usaha yang menitik beratkan pada peluang yang ada di daerah sekitar, diharapkan mampu menjadi ikon atau ciri khas dari daerah tersebut. (anwargandi 2019).

Salah satu pemegang saran penting dalam perekonomian Indonesia adalah usaha kecil dan menengah (UKM), biasanya diikuti maupun ditinjau dari segi penciptaan lapangan kerja. Pentingnya UKM lebih dikaitkan dengan upaya pemerintah untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi maupun sosial, yaitu menyediakan lapangan pekerjaan, pemberantasan kemiskinan, pemerataan pendapatan. UMKM diindonesia di gambarkan sebagai kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern.

Usaha Mikro, Kecil, Menengah atau UMKM merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian. UMKM sebagai sarana untuk menciptakan sektor swasta sehingga pengembangan dari UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi (siska pratiwi harahap 2019). Dan untuk melihat perkembangan UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1 Jumlah UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo

No	Kecamatan	Tahun					Jumlah
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Bangkinang Kota	319	338	369	1476	2176	4678
2	Salo	162	163	163	306	606	1400
Jumlah Total							6078

Sumber: Dinas Perdagangan Koperasi UMK Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo.

penggunaan alat komunikasi yang memiliki fasilitas pendukung dalam mengembangkan UMKM. (anwargandi 2019).

II. METODOLOGI PENELITIAN

Tempat penelitian ini di UMKM sebagai bisnis yang dijalankan baik individu, keluarga, atau badan usaha ukuran kecil, menengah, dan badan usaha ukuran besar yang berada di Kecamatan Bangkinang dan Kecamatan Salo yang telah terdaftar secara resmi di Dinas Perdagangan Koperasi UMK Kecamatan Bangkinang dan Kecamatan Salo, ini dilaksanakan mulai September-Februari Penelitian dilakukan di UMKM Kecamatan Bangkinang dan Kecamatan Salo.

Obejek penelitian ini di UMKM yang ada di Kecamatan Bangkinang dan Kecamatan Salo, dimana UMKM adalah salah satu sumber mata pencarian masyarakat yang memiliki peluang sangat besar.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder.

Menurut para ahli Sugiono (2016:81) Populasi penelitian merupakan keseluruhan objek penelitian yang terdiri atas manusia, hewan, benda-benda, tumbuh-tumbuhan, peristiwa, udara, gejala, ataupun nilai tes sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu dalam suatu penelitian yang dilakukan. Populasi internal dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kecamatan bangkinang dan kecamatan salo Kecamatan Bangkinang dan Kecamatan Salo yang berjumlah 6078 pelaku UMKM. Menurut para ahli Sugiono (2016:81) “ sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, dalam hal ini dengan menggunakan teknik purposive sampling. penelitian ini saya mengambil sampel internal sebanyak 98 UMKM dan sampel eksternal sebanyak 98 konsumen.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel yaitu menggunakan teknik slovin (Sugiyono, 2016:81) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = sampel

N = Populasi

e = Perkiraan Tingkat Kesalahan

Dalam penelitian ini, digunakan persentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel dari populasi sebanyak:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{6078}{1 + 6078(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6078}{61,78}$$

$$n = 98,4$$

Tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa kegiatan UMKM Bangkinang Kota dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang begitu besar. selama priode lima tahun yang sudah dilewati, dengan nilai perkembangan tertinggi terjadi pada tahun 2021 dengan nilai perkembangan sebesar 2176 unit UMKM, sedangkan jumlah UMKM yang terkecil selama periode penelitian ini terjadi pada tahun 2017 dengan jumlah 319 unit UMKM.

Dalam melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

A. Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber, Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

B. Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

C. Pengembangan Rencana Usaha (Business Plan)

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (business plan), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.

D. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

Dalam penelitian yang dilakukan ini banyak faktor yang dapat membawa kegiatan UMKM dapat berkembang, banyak strategi yang dapat di lakukan dan dijalankan, salah satunya adalah dapat mengandalkan peran teknologi terbaru seperti

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan jumlah populasi 6078 UMKM maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 98,4 namun karena subjek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 98 responden.

Dalam penelitian data ini menggunakan metode/teknik pengumpulan data sebagai berikut:

A. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi menurut para ahli (sugiyono dalam susilo 2018) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang,

B. Metode Interview (Wawancara)

Metode interview menurut sugiyono 2018 mengatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

C. Metode Angket/Kuesioner

Metode angket/kuesioner menurut Sugiyono (2019) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pada penelitian ini, angket/kuesioner akan dibagikan secara langsung pada sampel yang ditetapkan oleh peneliti. Pertanyaan yang disajikan di dalam kuesioner akan disertai dengan alternatif jawaban yang dipilih oleh responden dan diukur menggunakan skala likert yaitu kuesioner tertutup, yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.

Adapun pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah Pengolahan data dengan SWOT. Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Uji Validitas Menurut Sugiyono (2017, hlm. 173) mengatakan “Instrumen yang valid berarti alat yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”, Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan antara r hitung terhadap rtabel, yang diolah dengan bantuan software SPSS 22. Sebelum kuesioner ditanyakan valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji terlebih dahulu, yaitu dengan metode pre test responden yang diuji adalah sebanyak 98 untuk pelaku UMKM dan 98 untuk konsumen UMKM.

Validitas merupakan alat ukur untuk melihat atau mengetahui apakah kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden sebenarnya. Data dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari pada r tabel.

Tabel 2 uji validitas kuesioner internal dan eksternal UMKM Kabupaten Kampar.

Pernyataan	Internal
-------------------	-----------------

	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	.600	0.198	Valid
2	.277	0.198	Valid
3	.352	0.198	Valid
4	.509	0.198	Valid
5	.352	0.198	Valid
6	.548	0.198	Valid
7	.210	0.198	Valid
8	.476	0.198	Valid
9	.548	0.198	Valid
10	.600	0.198	Valid
11	.548	0.198	Valid
12	.295	0.198	Valid
13	.600	0.198	Valid
14	.600	0.198	Valid
15	.600	0.198	Valid
16	.548	0.198	Valid
17	.509	0.198	Valid
18	.295	0.198	Valid
19	.277	0.198	Valid
20	.600	0.198	Valid
21	.352	0.198	Valid
22	.525	0.198	Valid
23	.277	0.198	Valid
24	.548	0.198	Valid

Sumber: Data primer diolah 2021

Uji Reliabilitas Sugiyono (2017, hlm 173) mengatakan bahwa “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Dari uraian diatas, hal yang tepat untuk melakukan uji reabilitas adalah tes, karena tes mempunyai taraf tinggi bila tes menunjukkan hasil yang tetap dan benar.

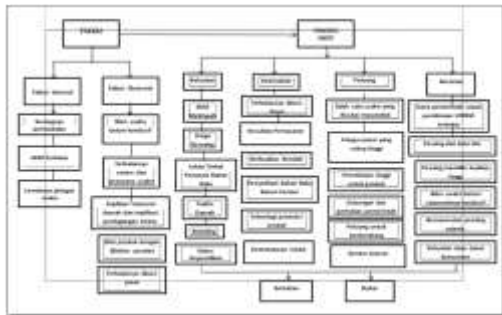
Tabel 3 uji reabilitas internal

INTERNAL		
Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.841	24	Erat

Tabel 4 uji reabilitas eksternal

EKSTERNAL		
Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan

Adapun model penelitian dapat dilihat pada gambar 3.1 sebagai berikut :



Gambar 1 Model Penelitian

Menurut Freddy Rangkuti (2018) Analisis swot adalah indifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Sedangkan menurut Sondang P. Siagian ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

A. Faktor berupa kekuatan seperti SDM yang melimpah, harga bersaing, lokasi dekat pemasok bahan baku, tradisi daerah, branding, status kepemilikan.

B. Faktor kelemahan seperti Terbatasnya akses pasar, kesulitan pemasaran, berkualitas rendah, penyediaan bahan baku belum teratur, keterbatasan modal, teknologi produksi rendah.

C. Faktor peluang seperti kebijakan pemerintah, salah satu usaha yang disukai masyarakat, permintaan tinggi, pertumbuhan penduduk, sentra industri, peluang untuk berkembang.

D. Faktor ancaman seperti pesaing dari kota lain, dana pemerintah untuk pembinaan UMKM terbatas, pesaing memiliki kualitas tinggi, iklim usaha belum sepenuhnya kondusif, bermunculan pesaing sejenis, kekuatan daya tawar konsumen.

Sehingga strategi SWOT sangat signifikan dalam mengembangkan UMKM yang ada di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Pariyem 2019).

Usaha Mikro, Kecil, Menengah atau UMKM merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo. UMKM sebagai sarana untuk menciptakan sektor swasta sehingga pengembangan dari UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi (siska pratiwi harahap 2019).

UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo cukup potensial karena berkontribusi menyerap tenaga kerja dan mengurangi jumlah pengangguran. Jumlah UMKM yang diteliti untuk penelitian ini adalah sebanyak 98 UMKM.

Karakteristik responden adalah profil terhadap objek penelitian, Responden pada penelitian ini terbagi atas 2 kelompok yaitu responden untuk lingkungan internal dan Eksternal. Lingkungan Internal yaitu pemilik pengusaha UMKM sebanyak 98 pelaku UMKM dan lingkungan Eksternal yaitu 98 responden yang merupakan konsumen yang membeli produk UMKM

A. Kuesioner Internal Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pertanyaan yang di ajukan dalam kusioner internal yaitu:

1)Jenis Kelamin UMKM:

Berdasarkan hasil penelitian, jenis kelamin pengusaha UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Jenis kelamin pengusaha UMKM

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	38	39
Perempuan	60	61
Total	98	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Jenis kelamin pengusaha UMKM laki-laki sebanyak 38 orang (39%) dan perempuan sebanyak 60 orang (61%). Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa sebagian besar jenis kelamin pengusaha UMKM adalah perempuan.

2) Usia Pengusaha UMKM:

Tabel 6 usia pengusaha UMKM

Usia	Frekuensi	Persentase
25 - 40 Tahun	30	31
41 - 50 Tahun	42	43
51 - 60 Tahun	22	22
>60 Tahun	4	4
Total	98	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Pada tabel 3 dapat diterangkan bahwa pengusaha dengan usia antara 25-40 tahun sebanyak 30 orang (31%). Selanjutnya usia antara 41-51 tahun sebanyak 42 orang (43%) dan usia antara 51-60 tahun sebanyak 22 orang (22%), usia >60 tahun sebanyak 4 orang (4%). Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa sebagian besar pengusaha UMKM berusia 41-51 tahun yaitu sebesar 42 orang (43%).

3) *Lama Usaha UMKM:*

Berdasarkan hasil penelitian, lama usaha UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo sebagai berikut :

Tabel 7 Lama usaha UMKM

Lama Usaha	Frekuensi	Persentase
<10 Tahun	47	61
11-20 Tahun	39	31
21-30 Tahun	8	7
31-40 Tahun	4	1
Total	98	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Lama usaha UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo sudah berdiri lama dengan lama usaha <10 tahun sebanyak 47 orang (61%), lama usaha 11-20 tahun sebanyak 39 orang (31%) , lama usaha 21-30 tahun sebanyak 8 orang (7%), lama usaha 31-40 tahun sebanyak 4 orang (1%). Berdasarkan data tabel 4 dapat diketahui bahwa sebagian besar lama usaha UMKM di bawah 10 tahun sebanyak 47 orang (61%).

4) *Status Kepemilikan:*

Berdasarkan hasil penelitian, Status Kepemilikan di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo sebagai berikut:

Tabel 8 satatus kepemilikan Usaha UMKM

Status Kepemilikan	Frekuensi	Persentase
Sendiri	75	77
Kongsi	23	23
Total	98	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Status kepemilikan usaha UMKM sendiri adalah sebanyak 75 orang (77%), sedangkan kongsi sebanyak 23 orang (23%). Berdasarkan data diatas (Tabel 5), status kepemilikan usaha UMKM di Kota Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo adalah kepemilikan sendiri sebanyak 75 orang (77%).

5) *Jenis Usaha UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo:*

Berdasarkan hasil penelitian jenis usaha UMKM yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 9 jenis usaha UMKM

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
Kuliner	35	36
Toko	55	56
Pabrik	8	8
Total	98	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Jenis usaha UMKM yang di teliti dalam penelitian ini yaitu jenis usaha kuliner sebanyak 35 (36%) usaha UMKM, jenis usaha toko sebanyak 55 (56%), jenis usaha pabrik sebanyak 8 (8%). Berdasarkan data tabel 6 jenis usaha UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo lebih unggul usaha toko sebanyak 55 usaha (56%).

6) *Penghasilan Pertahun UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo:*

Berdasarkan hasil penelitian penghasilan pertahun UMKM yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 10 Penghasilan pertahun UMKM

Penghasilan Pertahun	Frekuensi	Persentase
10-20 juta	90	92
>20 juta	8	8
300 juta	0	0
Total	98	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Penghasilan UMKM yang diteliti dalam penelitian ini, didapati bahwa penghasilan 10-20 juta sebanyak 90 (92%), untuk penghasilan >20 juta sebanyak (8%), untuk penghasilan >300 juta sebanyak 0 (0%).

7) *Jenis kelamin responden*

Berdasarkan hasil penelitian, jenis kelamin responden adalah sebagai berikut:

Tabel 11 Jenis Kelamin Responden di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo 2022

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	50	53
Perempuan	48	47
Total	98	100

Sumber: Data Primer diolah 2022

Jenis kelamin responden perempuan sebanyak 48 orang (47%) dan laki-laki sebanyak 50 orang (53%). Berdasarkan data diatas (Tabel 4.9) dapat diketahui bahwa sebagian besar jenis kelamin responden adalah laki-laki

8) *Usia Responden*

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat diperoleh data usia responden sebagai berikut:

Tabel 12 Usia Responden di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo 2022

Usia	Frekuensi	Persentase
<20 Tahun	48	50
>20 Tahun	35	34
>30 Tahun	15	16
Total	98	100

Sumber: Data Primer diolah 2022

Tabel 4.9 dapat diterangkan bahwa responden dengan usia <20 tahun sebanyak 48 orang (50%), usia >20 tahun sebanyak 35 orang (34%), usia >30 tahun sebanyak 15 orang (16%).

Berdasarkan data diatas (Tabel 4.10) dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berusia <20 tahun.

9) Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan hasil penelitian, latar belakang pendidikan responden adalah sebagai berikut :

Tabel 13 Tingkat pendidikan responden di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo 2022

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	0	0
SMP	10	10
SMA	35	37
Sarjana	53	53
Total	98	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Tingkat pendidikan responden adalah SD sebanyak 0 orang (0%), SMP sebanyak 10 orang (10%), SMA sebanyak 35 orang (37%), Sarjana sebanyak 53 orang (53%). Berdasarkan data di atas (Tabel 4.11) dapat diketahui bahwa sebagian besar tingkat pendidikan responden adalah tamat sarjana.

10) Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil penelitian, latar belakang pekerjaan responden adalah sebagai berikut :

Tabel 14 Tingkat pendidikan responden di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo 2022

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/mahasiwa	35	36
Guru/dosen	15	16
Pegawai negri	0	0
Karyawan	20	21
Petani	0	0
IRT	28	27
Total	98	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Pekerjaan responden yang di teliti dalam penelitian ini, didapati bahwa pekerjaan Pelajar/mahasiwa sebanyak 35 (36%), pekerjaan guru/dosen sebanyak 15 (16%), pekerjaan pegawai negri sebanyak 0 (0%). Selanjutnya pekerjaan karyawan sebanyak 20 (21%), pekerjaan petani sebanyak 0(0%), dan pekerjaan IRT sebanyak 28 (27%).

Berdasarkan Hasil pengujian Hipotesis yang telah diteliti dalam penelitian ini adalah:

A. Semakin banyak jumlah omzet UMKM semakin cepat perkembangan UMKM yang ada di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo

B. Semakin cepat perkembangan UMKM semakin tinggi pertumbuhan ekonomi daerah Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo

C. Dengan menggunakan strategi SWOT pelaku UMKM menjadi lebih terarah dalam mengembangkan usahanya

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, ada suatu gambaran lingkungan internal UMKM yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan UMKM. Adapun analisis yang menjadi kekuatan utama UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo adalah letak Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo dekat dengan kota penyedia bahan baku sehingga UMKM mendapatkan harga bahan baku yang lebih murah.

Adapun kelemahan utama yang dimiliki oleh UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo ini adalah Modal terbatas. Hal ini menyebabkan kesulitan bagi UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo dalam mengembangkan usaha yang ditekuninya.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, ada suatu gambaran lingkungan eksternal UMKM yang terdiri atas peluang dan ancaman UMKM di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo. Adapun analisis yang menjadi peluang jenis usaha toko di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo adalah letak usaha dekat dengan pusat produk sehingga memudahkan pelaku usaha toko untuk menambah variasi produk. Peluang jenis usaha kuliner memiliki cita rasa yang unik yang membuat konsumen berasal dari kota lain mengunjungi kuliner yang ada di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo.

Adapun Ancaman utama UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo ini adalah Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo berdekatan dengan kota Pekanbaru yang mana ibu kota provinsi yang UMKM nya lebih bisa bervariasi dalam berusaha yang terlihat dari banyaknya berbagai jenis produk yang telah menyesuaikan dengan selera konsumen yang variatif.

Analisis matrik IFE merupakan hasil dari identifikasi faktor internal berupa kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness) yang berpengaruh terhadap UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo. Penentuan rating dan bobot diperoleh dari 98 orang responden yaitu pemilik usaha UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo

Tabel 15 Hasil Rekapitulasi Matrik IFE

Faktor Intern I	Bobot		Rating		Total Skor Rata - Rata
	Jumlah Bobot Internal	Rata-rata	Jumlah Reting Internal	Rata-rata	
Kekuatan					
1	8,006	0,095	242	2,999	0,285
2	8,006	0,082	243	2,997	0,246
3	8,006	0,085	251	2,970	0,252
4	8,320	0,082	242	2,867	0,235
5	8,033	0,081	248	2,854	0,231
6	8,332	0,092	247	2,734	0,252
Kelemahan					
1	8,282	0,091	245	2,991	0,231
2	8,006	0,083	239	2,982	0,252
3	8,412	0,085	241	2,980	0,272
4	7,995	0,094	236	2,878	0,248
5	8,282	0,080	244	2,875	0,253
6	8,320	0,091	246	2,760	0,271
Total	98,000	1,00	2924	34,887	3,026

Sumber: Pengolahan Data 2022

Matrik ini disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal UMKM dalam kerangka strengths dan weakness. Dapat dilihat pada tabel 4.14 dibawah ini

Tabel 16 Hasil Analisis Matrik IFE UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo 2022

Faktor Internal			
Kekuatan (Strengths)	Bobot	Rating	Skor
1= Lokasi dekat dengan pemasok bahan baku	0,095	2,999	0,285
2= Toko yang dimiliki merupakan hak milik	0,082	2,997	0,246
3= Harga bersaing	0,085	2,970	0,252
4= Memakai Branding yang unik	0,082	2,867	0,235
5= Usaha UMKM sudah menjadi Tradisi	0,081	2,854	0,231
6= Pangsa pasar lebih besar di tengah masyarakat kebawah	0,092	2,734	0,252
Kelemahan (Weaknees)			
1= Keterbatasan modal	0,091	2,991	0,272
2= Terbatasnya Akses Pasar	0,083	2,982	0,248
3= Teknologi Produksi rendah	0,085	2,980	0,253
4= Kualitas Produk rendah	0,094	2,878	0,271
5= Kesulitan Pemasaran	0,080	2,875	0,230
6= Penyediaan bahan baku kurang teratur	0,091	2,760	0,251
Total	1.00	34,887	3,026

Tabel 8 dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matrik IFE diperoleh total skor yang dimiliki usaha UMKM sebesar 3,026. Skor bobot total yang berada diatas 2,5 mengindikasikan bahwa kuatnya posisi internal UMKM dalam mengatasi kelemahan yang ada dengan kekuatan yang dimilikinya.

Analisis matrik EFE merupakan hasil dari identifikasi faktor eksternal berupa peluang (opportunities) dan ancaman (treaths) yang berpengaruh terhadap UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo. Penentuan rating dan bobot diperoleh dari 98 responden merupakan konsumen yang membeli produk UMKM

Tabel 17 Hsil Rekapitulasi Matrik EFE

Faktor Eksternal	Bobot		Rating		Total skor Rata - Rata
	Jumlah Bobot Eksternal	Rata-rata	Jumlah Rating Eksternal	Rata-rata	
Peluang					
1	8,002	0,083	233	2,427	0,202
2	0,002	0,083	235	2,448	0,204
3	7,880	0,082	235	2,448	0,201
4	7,880	0,082	237	2,469	0,203
5	8,270	0,086	234	2,438	0,210
6	7,769	0,081	231	2,406	0,195
Ancaman					
1	8,130	0,083	236	2,458	0,209
2	8,002	0,083	242	2,521	0,210
3	8,134	0,083	235	2,448	0,207
4	7,880	0,082	234	2,438	0,200
5	8,130	0,083	231	2,406	0,204
6	7,880	0,082	220	2,292	0,188
Total	98,000	1,000	2803	29,198	2,433

Sumber: Pengolahan Data 2022

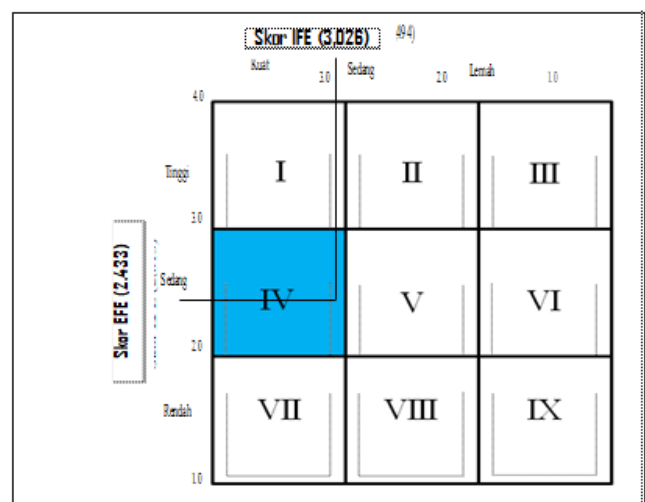
Matrik ini disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis eksternal UMKM dalam kerangka opportunities and threats dengan melihat berbagai kemungkinan adanya peluang dan ancaman yang akan dihadapi UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo dapat dilihat di tabel 4.16 dibawah ini

Tabel 18 Hasil Analisis Matrik EFE UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo 2022

Faktor Eksternal			
Peluang (opportunities)	Bobot	Rating	Skor
1= Dukungan dan Perhatian Pemerintah	0,082	2,469	0,203
2= Pangsa pasar cukup tinggi	0,083	2,448	0,204
3= Permintaan produk tinggi	0,082	2,448	0,201
4= Peluang untuk berkembang	0,086	2,438	0,210
5= Salah satu usaha yang disukai masyarakat	0,083	2,427	0,202
6= sentra industri	0,081	2,406	0,195
Ancaman (Threat)			
1= Dekat dengan pesaing ibu kota provinsi	0,083	2,521	0,210
2= Dana pemerintah untuk pembinaan UMKM terbatas	0,085	2,458	0,209
3= Pesaing memiliki kualitas tinggi	0,085	2,448	0,207
4= Iklim usaha belum kondusif	0,082	2,438	0,200
5= Bermunculan pesaing sejenis	0,085	2,406	0,204
6= Kekuatan daya tawar konsumen	0,082	2,292	0,188
Total	1.00	29,198	2,433

Tabel 9 dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matrik EFE diperoleh total skor yang dimiliki oleh usaha UMKM sebesar 2,433. Skor bobot total yang berada dibawah 2,5 mengindikasikan bahwa pengusaha UMKM tidak mampu merespon dengan baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matrik IFE dan matrik EFE maka dapat disusun selanjutnya dalam matrik internal-eksternal atau matrik IE.



Gambar 2 Hasil Matrik IE UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo

Tabel 8 dan 9 menunjukkan nilai skor IFE sebesar 3.026 dan skor EFE sebesar 2.433 menunjukkan posisi usaha UMKM berada pada kuadran IV yang digambarkan sebagai tumbuh dan berkembang. Strategi yang cocok untuk devisi ini adalah strategi intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk atau strategi terintegrasi mundur, integrasi maju, dan integrasi horizontal.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang menggunakan metode analisis SWOT terhadap pelaku UMKM Kecamatan Bangkinang Kota dan salo adalah.

A. Kekuatan.

Lokasi dekat dengan pemasok bahan baku, toko yang dimiliki merupakan hak milik, usaha UMKM sudah menjadi tradisi.

B. Kelemahan.

Keterbatasan modal, terbatasnya akses pasar, teknologi produksi rendah, dan kesulitan dalam pemasaran.

C. Peluang.

Dukungan dan perhatian pemerintah, pangsa pasar cukup tinggi, dan salah satu usaha yang disukai masyarakat.

D. Ancaman.

Dekat dengan pesaing ibu kota provinsi, pesaing memiliki kualitas tinggi, bermunculan pesaing sejenis, dan iklim usaha belum kondusif.

Implementasi dalam penelitian ini berupa Strategi untuk mengembangkan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) di Kecamatan Bangkinang Kota dan salo yang telah dibuat dengan baik secara tertulis. Telah diberikan pada pihak UMKM suatu strategi SWOT yang akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha dan juga telah diberikan berupa spanduk dan akun instagram dalam bentuk promosi usaha yang baik.

Dimana UMKM kecamatan Bangkinang Kota dan Salo menggunakan strategi SWOT untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM sehingga para pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya.

REFERENSI

Siregar Ulfa Annisaq (2018) *analisis perkembangan usaha mikro kecil dan menengah(UMKM) setelah memperoleh pembiayaan mudharabah*, Unineversitas Islam Negeri AR-Raniry Banda Aceh.diakses: 10 juni 2021

Gandi Anwar (2019) *Strategi untuk mengembangkan usaha mikro, kecil, menenga (UMKM) kota jambi menghadapi revolusi industri 4.0*, Universitas islam negeri sulthan thaha saifuddin jambi.diakses: 10 juni 2021

Enjel Sesi (2019) *peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat menurut prerspektif ekonomi islam*, Universitas islam negeri raden intan lampung. Diakses: 10 juni 2021

Rizkia Nailah (2018) *analisis perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebelum dan sesudah memperoleh pembiayaan dari bank umum syariah*, Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.diakses: 12 juni 2021

Aulia Rizka (2021) *pengaruh pertumbuhan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di ponogoro periode 2013-2017*, Institut Agama Islam Negri Ponogoro. Diakses: 12 juni 2021

Nasri Darma Al Fadilla (2020) *pengaruh penerapan E-Commerce terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah*, Institut Agama Islam Negri (IAIN) bengkulu. Diakses: 12 juni 2021

Maulina Kangen (2020) *pengaruh pertumbuhan pembiayaan UMKM terhadap laba bersih bank umum syariah diindonesia*, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan. Diakses: 12 juni 2021

Budiman Tri (2017) *analisis swot pada usaha kecil dan menengah*, Institut Agama Islam Negeri (Iain) metro lampung .diakses: 15 juni 2021

Harahap Pratiwi Siska (2019) *pengaruh pembiayaan mikro terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah*, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan. Diakses: 15 juni 2021

Tarigan Syawindra M.Fahrian (2020) *analisis perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) hasil olahan industri sebelum dan sesudah pemberian kredit usaha rakyat (KUR) di kecamatan pancur batu kabupaten deli serdang*, Universitas Sumatra Utara Medan. Diakses: 15 juni 2021

Raharjo Weda Tri (2018) *pengembangan ekonomi masyarakat melalui penguatan kemitraan usaha UMKM, koperasi dan korporasi*, surabaya. Diakses: 15 juni 2021

Abdurohim Dindin (2020) *strategi pengembangan kelembagaan UMKM*, Yogyakarta. Diakses: 15 juni 2021

- Budiarto Rachmawan (2015) *pengembangan umkm antara konseptual dan pengalaman praktis*, Yogyakarta. Diakses: 15 juni 2021
- Sumargo Bagus (2020) *teknik sampling*, Jakarta timur. Diakses: 15 juni 2021
- Wijayanti Hasna (2021) *panduan analisis swot untuk kesuksesan bisnis*, Yogyakarta. Diakses: 15 juni 2021.