

## Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19

Rannu Dyah Rahmadani

Program Studi S2 Pendidikan Ekonomi, PascaSarjana, Universitas Negeri Surabaya

Email: [rannu.21003@mhs.unesa.ac.id](mailto:rannu.21003@mhs.unesa.ac.id)

Waspodo Tjipto Subroto

Program Studi S2 Pendidikan Ekonomi, PascaSarjana, Universitas Negeri Surabaya

Email: [waspodosubroto@unesa.ac.id](mailto:waspodosubroto@unesa.ac.id)

### Abstract

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the sector that absorbs the largest workforce in Indonesia up to 97% and is the most important part of the country's economy. When Indonesia experienced the monetary crisis in 1998, MSMEs were able to restore the Indonesian economy. However, due to the Covid-19 pandemic that is currently hitting Indonesia, it causes a decline in production for MSMEs in Sidoarjo Regency and contributes to the country's weak economy. This study aims to analyze and identify the factors that cause the decline in the existence of MSMEs in Sidoarjo Regency using SWOT analysis and analysis of internal and external factors, as well as strategies for developing MSMEs in Sidoarjo Regency. This study uses the Systematic Literature Review (SLR) method, which uses literature in the form of journals, papers or seminar proceedings, and reports from government or private institutions, as a reference in data collection. The results of the research are in the form of development strategies according to the needs of MSMEs in Sidoarjo Regency. This study provides a contribution to the application of strategic development related to the determination (formulation) of strategy in MSMEs which are the driving force of the largest economic sector.*

**Keywords:** *Analysis of Internal and External Factors; MSMEs Development Strategy; SWOT Analysis.*

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia hingga 97%. UMKM merupakan bagian terpenting dari perekonomian negara karena UMKM lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja produktif melalui investasi dan perubahan teknologi, UMKM juga lebih fleksibel yang menjadi keunggulan dibandingkan perusahaan besar (Faqir, 2020; Mardiyono, 2013). Oleh karena itu, UMKM sangat berpengaruh dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat dan merupakan sektor yang harus diperhatikan.

Peningkatan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia terjadi selama 3 tahun berturut-turut, 2016-2019. Indonesia memiliki 65,5 juta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada 2019. Jumlah ini meningkat 1,98% dibandingkan tahun 2018 yang sebanyak 64,2 juta unit. Jika dirinci, jumlah usaha mikro pada 2019 mencapai 64,6 juta. Sebanyak 798,7 ribu unit adalah usaha kecil. Sedangkan ada 65,5 ribu unit berupa usaha menengah. Sedangkan jumlah UMKM setara dengan 99,99% dari total unit usaha di Indonesia. Sedangkan usaha besar hanya menyumbang 0,01% dari total unit usaha dalam negeri. UMKM juga menyerap 119,6 juta orang atau 96,92% dari total tenaga kerja Indonesia. Angka ini meningkat 2,21% dari tahun sebelumnya yang berjumlah 116,9 juta orang. Kemudian, UMKM berkontribusi sebesar 60,51% terhadap produk domestik bruto (PDB) dengan harga saat ini. Terhadap PDB dengan harga konstan, kontribusi UMKM mencapai 57,14%. Hal ini bisa menjadi potensi besar jika terus dikembangkan oleh pemerintah dan masyarakat. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memberikan banyak manfaat baik bagi negara maupun penduduk (Kementerian Koperasi & UKM RI, 2019).

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki UMKM terbesar dan paling terkenal di Provinsi Jawa Timur. Adapun penyaluran UMKM di Sidoarjo adalah sebagai berikut:

1. Intako pusat industri tas dan koper, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo memiliki 12 UMKM. UMKM memproduksi tas dan koper dengan bahan dasar kulit dan imitasi.
2. Sentra Kampoeng Sayangan di Kecamatan Candi memiliki 43 UMKM, yaitu 20 UMKM yang menghasilkan produk roti cetakan, 15 UMKM memproduksi spikul dan oven, 1 UMKM memproduksi kompor mini, 1 UMKM memproduksi toples dan 6 UMKM memproduksi loyang.
3. Pusat Makanan dan Minuman. (Kabupaten Sedati, Tanggulangin, Buduran, Tarik, dan Wonoayu) memiliki 14 UMKM, yaitu 10 UMKM yang memproduksi makanan dan 4 UMKM menghasilkan minuman.
4. Pusat Kerajinan Aksesoris (Kecamatan Gedangan, Buduran, Candi, Porong, dan Taman) memiliki 13 UMKM, yang semuanya merupakan UMKM yang memproduksi aksesoris (anting-anting, liontin, gelang, bros, sapatangan, kalung, pin, dll)
5. Pusat Kerajinan Perak Kabupaten Porong memiliki 1 UMKM, yaitu UMKM yang memproduksi perhiasan dari bahan baku perak.
6. Pusat Pakaian Batik – Lukis Sidoarjo memiliki 12 UMKM, yang semuanya merupakan UMKM yang menghasilkan Batik lukis.
7. Sentra Telur Asin Candi memiliki 1 UMKM, yaitu UMKM yang menghasilkan telur asin
8. Sentra Kerajinan Sepatu-Sandal Kecamatan Waru memiliki 29 UMKM, yaitu 21 UMKM yang memproduksi sepatu dan 8 UMKM memproduksi sandal.

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia pada awal tahun 2020 membuat sektor UMKM kembali merosot. Dampak negatif akibat wabah Covid-19 telah menghambat pertumbuhan bisnis UMKM akibat pembatasan sosial. Hal ini dapat menyebabkan masalah dalam distribusi bahan baku dan proses distribusi produk kepada konsumen.

UMKM di Kabupaten Sidoarjo juga mengalami dampak pandemi Covid-19. Omzet harian UMKM sebagian besar mengalami penurunan, ada beberapa UMKM yang mampu beradaptasi dengan situasi ini, namun ada juga beberapa UMKM yang terpaksa gulung tikar. Permasalahan nyata yang ada pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo antara lain terbatasnya modal usaha, akibat pelaku tidak mampu meningkatkan jumlah produksi untuk mencapai omzet yang lebih banyak. Distribusi dan pemasaran yang tidak tepat, karena pelaku UMKM hanya mengandalkan distribusi melalui pemasaran dari mulut ke mulut, banyak pelaku UMKM yang hanya berjalan di tempat dalam mengembangkan bisnisnya dan inovasinya masih sangat sedikit, pemasaran masih terbatas secara offline. Hal ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Y. Sumarni (2020) bahwa dampak pandemi Covid 19 terhadap UMKM merupakan penurunan daya beli konsumen. Hal ini didukung oleh riset Sugiri (2020) bahwa pandemi Covid-19 telah menyebabkan penurunan penjualan akibat berkurangnya aktivitas masyarakat sebagai konsumen dan menyulitkan UMKM untuk menyerahkan modalnya, sehingga menyulitkan UMKM untuk bertahan dan berkembang di masa pandemi ini. Selain itu, ada juga kendala distribusi produk akibat adanya pembatasan pergerakan distribusi produk di daerah tertentu, serta kesulitan dalam memperoleh bahan baku karena UMKM masih bergantung pada ketersediaan bahan baku dari sektor industri lainnya. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan analisis faktor internal dan eksternal untuk menganalisis keberadaan UMKM dan merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan keberadaan UMKM di Kabupaten Sidoarjo dengan menggunakan analisis SWOT dan analisis faktor internal dan eksternal, serta strategi pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Deskripsi UMKM**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki beberapa definisi yang berbeda dalam setiap literatur. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mendefinisikan UMKM sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria micro-enterprise sebagaimana diatur dalam law ini.
- 2) Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria usaha kecil seperti yang dimaksud dalam perundang-undangan ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan total aktiva bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam law ini.

Kriteria untuk usaha mikro adalah sebagai berikut:

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha mikro adalah:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan untuk tempat usaha; atau
- 2) Memiliki penjualan tahunan maksimal Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria untuk usaha kecil adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan maksimal Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan untuk usaha; atau
- 2) Memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) hingga maksimal Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan kriteria untuk usaha menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan untuk usaha; atau
- 2) Memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

UMKM di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM terdiri dari:

- 1) Kegiatan mata pencaharian adalah usaha kecil dan menengah yang digunakan sebagai peluang kerja untuk mencari nafkah, yang lebih dikenal dengan sektor informal. Misalnya penjual bakso, siomay mie ayam, somai, pentol dan cilok dikenal sebagai pedagang kaki lima.
- 2) Usaha mikro, merupakan usaha kecil dan menengah yang memiliki sifat pengrajin namun belum memiliki sifat wirausaha.
- 3) Usaha kecil yang dinamis, merupakan usaha kecil dan menengah yang memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 4) *Fast moving enterprise*, merupakan usaha kecil dan menengah yang sudah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi bisnis besar (industri/perusahaan).

Aspek Pengaruh terhadap UMKM menurut Sumantri &Permana (2017) adalah sebagai berikut:

- 1) Kepribadian, dipengaruhi oleh sikap dan perilaku, latar belakang pendidikan, kondisi lingkungan, bakat dan bawaan, iman seseorang, dll.

- 2) Motivasi, dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, tingkat kemampuan ekonomi, gaya hidup dan nilai-nilai yang diadopsi, tekanan dari pihak eksternal, persepsi individu, dll.
- 3) Fasilitas dan pertumbuhan didukung oleh tingkat kemajuan kehidupan, tren kebutuhan yang ada, peluang dan sumber daya yang terbatas, kepercayaan dari pihak eksternal, subsidi pemerintah, faktor lainnya.

Menurut Sofyan (2017) berdasarkan aspek komoditas yang dihasilkan, UMKM memiliki karakteristik tersendiri, antara lain:

- 1) Kualitas komoditas belum standar, karena sebagian besar UMKM belum memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Produk yang dihasilkan dalam bentuk handmade sehingga standar mutunya bervariasi.
- 2) Desain produk terbatas karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk. Mayoritas UMKM bekerja berdasarkan pesanan, tidak banyak yang berani mencoba membuat desain baru.
- 3) Jenis produknya terbatas karena UMKM hanya menghasilkan beberapa jenis produk. Jika ada permintaan untuk model baru, sulit bagi UMKM untuk memenuhinya dan jika mereka menerimanya, akan membutuhkan waktu lama untuk memprosesnya.
- 4) Kapasitas dan daftar harga produknya terbatas sehingga konsumen merasa kesulitan.
- 5) Bahan baku kurang standar, karena bahan baku diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.
- 6) Kontinuitas produk tidak dijamin dan tidak sempurna, karena produksi tidak teratur dan biasanya produk yang dihasilkan seringkali tidak ada.

Berdasarkan beberapa uraian UMKM di atas, menurut beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan usaha yang dilakukan oleh perorangan, kelompok, badan usaha kecil, dan rumah tangga yang memenuhi kriteria usaha mikro dan diklasifikasikan berdasarkan nominal perputaran tahunan, total kekayaan atau aset, dan jumlah karyawan.

### **Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM**

Covid-19 menjadi perhatian besar bagi masyarakat Indonesia karena masalah yang terus ditimbulkannya. Ada banyak kerugian akibat Covid-19 yang berdampak pada Perekonomian Indonesia. UMKM merupakan salah satu sektor yang terpuak langsung oleh dampak pandemi Covid-19. Hal ini disebabkan oleh penurunan daya beli masyarakat yang signifikan, terutama di level terendah (Y. Sumarni, 2020). Menurut Sugiri (2020), kesulitan yang dialami UMKM selama pandemi terbagi menjadi empat permasalahan:

- 1) Terjadi penurunan penjualan akibat berkurangnya aktivitas masyarakat di luar sebagai pelaku konsumen.
- 2) Kesulitan modal karena menurunnya tingkat penjualan sehingga perputaran modal menjadi sulit.
- 3) Adanya pembatasan pergerakan distribusi produk di daerah-daerah tertentu menjadi kendala distribusi produk.
- 4) Karena itu tergantung ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain, sehingga membuat UMKM menjadi sulit.

### **Faktor Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal**

Lingkungan bisnis adalah faktor-faktor yang ada di sekitar atau di luar bisnis. Faktor-faktor ini dapat membantu atau menghambat perkembangan bisnis yang ada. Lingkungan bisnis dibagi menjadi dua, yang pertama adalah lingkungan internal yang terdiri dari struktur bisnis, budaya dan sumber daya. Hasil analisis faktor internal yang dilakukan Ernawati (2021) menyatakan bahwa kondisi internal ukm M tenun di Kota Bima cukup kuat untuk dapat mengembangkan dan mengatasi kelemahannya dengan terus melakukan inovasi produk, kreativitas produk, memperluas jaringan pemasaran dan dukungan dari Pemerintah Kota Bima untuk terus mendukung dan membantu M UKM menenun agar dapat terus berkembang. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdiputra (2019) menunjukkan bahwa bisnis roti bakery secara efektif memanfaatkan faktor kekuatan untuk

meminimalisir tingkat faktor kelemahan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tambunan dkk. (2019) pada UMKM Manis Bakery, hasilnya menunjukkan bahwa produk tanpa bahan pengawet dan tekstur yang lembut merupakan keunggulan internal. Meskipun tidak ada penelitian dan pengembangan produk, kemasan kurang menarik dan faktor promosi merupakan kelemahan faktor internal, sehingga dapat dikatakan bahwa analisis ini dapat mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan dan kelemahan yang diperoleh dari faktor internal perusahaan.

Yang kedua adalah lingkungan eksternal yang memiliki peran utama dalam mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial, proses dan struktur organisasi. Lingkungan eksternal adalah faktor-faktor di luar kendali yang mempengaruhi pilihan perusahaan mengenai arah dan tindakan, yang pada gilirannya juga mempengaruhi struktur organisasi dan proses internalnya. Menurut Aslamiyah (2021), lingkungan eksternal merupakan faktor di luar kendali yang mempengaruhi pilihan arah dan tindakan perusahaan, yang pada gilirannya juga mempengaruhi struktur organisasi dan proses internalnya. Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal dalam penelitian yang dilakukan oleh Aslamiyah, ditunjukkan bahwa perusahaan telah mampu secara efektif memanfaatkan peluang yang ada dan dapat meminimalisir pengaruh negatif dari potensi ancaman eksternal. Dalam proses perumusan strategi, matriks evaluasi faktor eksternal dapat membantu ahli strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi posisi ekonomi, sosial budaya, demografis, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan kompetitif. Hasil analisis pelaku eksternal terhadap UMKM Manies Bakery yang dilakukan oleh Tambunan dkk. (2019) menemukan bahwa kenaikan harga BBM dan bahan baku pendukung merupakan ancaman dari faktor eksternal. Peluang terbesar dari faktor eksternal adalah kebijakan Disperindagkop mengenai peningkatan kualitas institusi, fasilitas modal usaha bagi UMKM. Analisis ini dapat mengidentifikasi dan menganalisis ancaman dan peluang dari faktor-faktor yang ada di luar perusahaan.

#### **Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman)**

Menurut Solihin dalam (P. Anggraeni et al., 2017), analisis SWOT sendiri merupakan alat analisis yang bertahan paling lama dan banyak digunakan oleh perusahaan untuk melakukan analisis situasional dalam perumusan strategi. Menurut Amalia, Hidayat, & Budiatmo (2012), *The Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats Matrix* (SWOT Matrix) merupakan alat penting untuk membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi, yaitu SO (*strengths-opportunities*), WO (*weaknesses-opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weaknesses-ancaman*).

- 1) Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
- 2) Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
- 3) Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh ancaman eksternal.
- 4) Strategi WT adalah taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR). Metode SLR dipilih oleh peneliti karena mampu memberikan gambaran konkret tentang perbedaan atau hubungan antara satu literatur dengan literatur lainnya, sehingga dapat memberikan kesimpulan atau deskripsi kerangka tematik tertentu secara holistik, dan dapat memberikan arah atau ide baru untuk ditindaklanjuti secara empiris Pittaway & Cope (2007). Pemilihan metode SLR dilakukan dengan mengkaji dan mengidentifikasi melalui beberapa jurnal yang telah ditentukan sesuai dengan tema atau topik yang akan dikaji. Peneliti menggunakan buku, jurnal, dan sumber literatur lainnya untuk proses kompilasi ini, dan menggunakan metode induktif sebagai upaya untuk mendapatkan hasil yang lebih konkret. Objek penelitian ini adalah 8 Pusat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di kabupaten Sidoarjo dengan total 125 UMKM dengan alasan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting bagi perekonomian dan dapat bertahan selama krisis ekonomi di Indonesia. Tujuan penelitian SLR oleh Triandini, Jayanatha, Indrawan, Putra, & Iswara (2019) untuk mengidentifikasi, mengkaji, mengevaluasi dan menginterpretasikan seluruh penelitian yang telah dilakukan dengan tema diskusi tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) serta melalui perumusan permasalahan yang telah ditetapkan. Hasil identifikasi tersebut diharapkan dapat menambah literatur tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki peran bagi perekonomian Indonesia serta upaya pemerintah untuk memecahkan suatu masalah yang akan mempengaruhi perekonomian seperti kemiskinan dan pengangguran.

Metode SLR dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap pertama, memilih tema dan topik penelitian. Tema yang dipilih adalah "Pengembangan UMKM". Subtema yang dipilih adalah "Pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo". Dengan topik yang dipilih, "Analisis pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo". Tahap kedua adalah mengembangkan alternatif dan menentukan ide studi tematik. Targetnya adalah mencari solusi yang dapat mengembangkan UMKM di kabupaten Sidoarjo. Kajian tematik SLR yang diputuskan adalah 'pengembangan UMKM di kabupaten Sidoarjo'. Tahap ketiga, mencari dan menyortir literatur. Pencarian dilakukan menggunakan Google. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian bersama Google adalah 'perkembangan UMKM di Indonesia'. Hasil pencarian pada 25 September 2021 menghasilkan 115 literatur yang paling relevan dengan kata kunci versi Google dan cocok dengan studi tematik yang diputuskan. Tahap keempat, pengelompokan. Pada tahap ini, literatur karya ilmiah yang sesuai dibuat deskripsi umum dan dikelompokkan berdasarkan kesamaan fokus penelitian. Tahap kelima, diskusi. Tahap ini merupakan penjelasan dari temuan SLR.

Perumusan masalah atau pertanyaan penelitian dibuat dan dipilih berdasarkan kebutuhan topik penelitian yang akan dikaji. Berikut ini adalah pertanyaan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti:

- 1) Apa saja faktor analisis internal dan eksternal UKM M di Kabupaten Sidoarjo?
- 2) Bagaimana strategi analisis SWOT bagi UMKM di Kabupaten Sidoarjo?
- 3) Apa saja rekomendasi strategi yang tepat untuk mengembangkan UMKM di Kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19?

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menggunakan beberapa literatur yang cocok sebagai acuan penulisan jurnal terkait tema pengembangan UMKM di Indonesia. Sumber literatur yang digunakan dalam menganalisis dan menerbitkan karya ilmiah berupa jurnal, makalah atau prosiding seminar dan berupa laporan baik dari instansi pemerintah maupun swasta. Sumber literatur ilmiah terbatas dari tahun 2003-2021.

Untuk mempermudah pembahasan, penulis telah mengelompokkan tema Pengembangan UMKM menjadi 5 tema fokus, yaitu yang berkaitan dengan faktor-faktor yang menyebabkan penurunan keberadaan UMKM, faktor pengembangan UMKM, analisis faktor internal dan eksternal UMKM, analisis SWOT terhadap UMKM, dan strategi pengembangan UMKM berdasarkan literatur. Fokus Tema Penelitian adalah sebagai berikut:

1. Faktor penyebab menurunnya keberadaan UMKM di Kabupaten Sidoarjo menggunakan 10 jurnal dari U /Darwanto (2013); Niode (2009); Suci (2017); Soetjipto (2020); Suryani (2021); Widyaningtyas & Rahmawati (2021); Sedyastuti (2018); Hafni & Rozali (2015); Gunartin (2017); Sumarni & Harjanto (2019).
2. Faktor pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo menggunakan 4 jurnal Kirwani (2016); Hartono & Hartomo (2014); Avrizal, Haryadi, & Hidayat (2021); L & V (2019).
3. Analisis faktor internal dan eksternal UMKM di Kabupaten Sidoarjo menggunakan 17 jurnal dari Cahyawati (2019); Rosyafah (2017); Sofyan (2017); Ernawati (2021); Kristiyanti (2012); Oetarjo, Wachid, & Rizal (2019); Ariani & Utomo (2017); Abdiputra (2019); Anggrita, Aswara, & Hartini (2014); Alyas & Rakib (2017); Tambunan dkk. (2019); Yusup,

- Bakar, & Kurniawan (2015); Anggrita dkk. (2014); Purwanti & Suyanto (2021); Aslamiyah (2021); Sanjaya & Sari (2021); Margiono (2012); Mardiyono (2013).
4. Analisis SWOT terhadap UMKM di Kabupaten Sidoarjo menggunakan 8 jurnal dari Sianturi (2020); Dyson (2003); Amalia, Hidayat, & Budiatmo (2012); Prastika & Sadjiarto (2018); Inayati, Evianah, & Prasetya (2018); Ananda & Susilowati (2017); Istiqomah & Andriyanto (2017); P. Anggraeni, Sunarti, & Mawardi (2017).
  5. Strategi pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo menggunakan 26 jurnal dari Sedyastuti (2018); F. D. Anggraeni, Hardjanto, & Hayat (2013); Halim (2020); Umiyati & Achmad (2021); Pangestika, Santoso, & Astuti (2016); Rahmana (2009); Primadhita & Budiningsih (2020); Hamzah & Agustien (2019); Ramadhani & Arifin (2013); Ulza, Ferdiansyah, & Masri (2018); Falgenti (2011); Fawaid & Fatmala (2020); Hafiluddin, Suryadi, & Saleh (2014); Singgih, (2007); Soekiman, Baktiono, Damayanti, & Oetoro, (2018); Resmi (2011); Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti (2014); Suprayitno (2018); Andrianti & Oktafia, (2021); Hermanto, Tayibnapis, & Setyaningrum (2016); Hamid & Susilo (2011); Munir (2005); Tandy (2015); Imanudin dkk. (2016); Putra (2016); Sugiri (2020); Anggraini, Suwarsono, & Aisha (2020).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia hingga 97%. UMKM merupakan bagian terpenting dari perekonomian negara karena UMKM lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja produktif melalui investasi dan perubahan teknologi, UMKM juga lebih fleksibel yang menjadi keunggulan dibandingkan perusahaan besar (Faqir, 2020; Mardiyono, 2013). Oleh karena itu, UMKM sangat berpengaruh dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat dan merupakan sektor yang harus diperhatikan. Diakui bahwa keberadaan usaha kecil tidak lepas dari beberapa permasalahan. Hambatan dan permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha di UMKM umumnya disebabkan oleh faktor internal dan eksternal.

#### **Faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya keberadaan UMKM di Kabupaten Sidoarjo**

Modal Terbatas. Faktor internal yang menghambat pertumbuhan UMKM di Kabupaten Sidoarjo tak lain adalah terbatasnya modal. Keterbatasan modal bagi pemilik UMKM menyulitkan UMKM untuk berkembang. Modal untuk biaya produksi, sebagian besar UMKM menggunakan sarana swasta ini untuk mengurangi biaya produksi karena tidak dapat memenuhi permintaan konsumen. Dalam hal ini, pemilik UMKM menyebutkan kurangnya perhatian pemerintah terhadap perkembangan UMKM lokal. Pemilik UMKM mengaku, untuk mendapatkan dana dari pemerintah membutuhkan proses dan waktu yang sangat lama. Selain itu, mereka juga terkendala oleh administrasi atau kondisi yang diperlukan untuk mendapatkan dana tersebut. Intinya, mereka mengalami kesulitan selama proses pengajuan dana. Padahal seperti yang kita ketahui, keberadaan UMKM dapat memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar dan berdampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah.

Bahan Baku dan Peralatan Produksi. Bahan baku merupakan salah satu faktor penting dalam proses produksi. Ketersediaan bahan baku akan mempengaruhi kegiatan produksi pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo, terjadinya kelangkaan bahan produksi dapat menyebabkan melonjaknya harga bahan baku. Hal ini menjadi salah satu kendala bagi UMKM untuk berkembang. Kenaikan harga bahan baku akan mempengaruhi nilai jual produk UMKM dan berdampak langsung pada penjualan. Selain kelangkaan bahan baku, kurangnya mitra dan pemasok bahan baku juga mempengaruhi kemampuan UMKM untuk mendapatkan bahan baku. Selain itu, kenaikan harga dolar juga mempengaruhi harga bahan baku. Kondisi cuaca yang tidak menguntungkan juga menjadi penghalang bagi UMKM untuk mendapatkan bahan baku.

Peralatan produksi yang digunakan oleh sebagian besar UMKM adalah peralatan manual yang masih sederhana. Beberapa dari mereka tidak menggunakan teknologi modern karena keyakinan bahwa hasil teknologi kuno lebih baik dan lebih sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Masalah Pembukuan. Hampir semua pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo menggunakan sistem pembukuan yang sederhana dan manual, serta cenderung tidak mengikuti aturan administrasi pembukuan standar. Terkadang pembukuan tidak ditingkatkan sehingga sulit untuk menilai pekerjaan bisnis. Lebih parah lagi, masih ada beberapa UMKM yang meremehkan pembukuan tersebut. Sehingga, ada yang tidak menggunakan pembukuan keuangan dalam bisnis yang telah dijalankan. Padahal pengolahan keuangan sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Karena dengan pembukuan, pebisnis mengetahui pemasukan dan pengeluaran usahanya. Tanpa pembukuan atau pengelolaan keuangan, pelaku bisnis tidak akan mengetahui untung dan rugi yang terjadi.

Pemasaran Terbatas. Keterbatasan pemasaran yang dilakukan secara pribadi dan kurangnya jaringan mitra dengan pemasar menjadi salah satu kendala bagi UMKM. Beberapa UMKM masih menggunakan sistem promosi atau penjualan tradisional (*offline*). Ketidakmampuan pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan minimnya jaringan mitra usaha membuat produk tersebut tidak banyak dikenal oleh masyarakat luas dan menyebabkan UMKM hanya memiliki beberapa pelanggan tetap saja. Akses pasar yang terbatas dan kurangnya pengetahuan penguasaan teknologi sebagai alat promosi sehingga produk tersebut dikenal oleh seluruh masyarakat. Selain itu, tidak ada niat atau kesadaran untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan belajar mengoperasikan penjualan melalui E-commerce.

Masalah Menentukan Lokasi dan Tata Letak Bisnis. Lokasi usaha merupakan faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi keberadaan UMKM. Lokasi yang strategis, yaitu lokasi yang dekat dengan jalan raya, dekat dengan pasar atau fasilitas umum, dan dekat dengan supplier akan memudahkan pelaku usaha untuk mendapatkan bahan baku atau mendistribusikan produknya, tentunya faktor ini juga dapat meminimalisir biaya produksi. Beberapa lokasi UMKM di Kabupaten Sidoarjo masih jauh dari jalan utama. Hal ini membuat UMKM jarang dikenal oleh masyarakat luas, karena lokasi yang terlalu dalam mungkin datang dan yang mengetahui ada UMKM di desa tersebut adalah konsumen yang sudah menjadi pelanggan. Dan jika ada masyarakat dari luar kota yang tahu bahwa ada UMKM di desa tersebut, mungkin karena mereka sudah datang ke desa karena ada acara yang terus berhenti di UMKM atau mendapatkan informasi tentang UMKM dari orang yang mereka kenal. Selain itu, kendala yang diperoleh dari lokasi selama ini adalah area parkir yang sempit dimana lokasi di gang tersebut tidak cukup luas untuk mencegah konsumen dan karyawan memarkir kendaraannya di depan toko. Fasilitas umum yang disediakan UMKM tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi minat konsumen dalam berkunjung atau meningkatkan semangat karyawan untuk bekerja. Tidak hanya itu, sistem tata letak atau tempat pengap dan sirkulasi udara yang terbatas membuat karyawan kurang terjamin untuk kesehatan jangka panjang mereka. Lokasi UMKM juga berada di tengah-tengah perumahan atau pemukiman warga, sehingga kebisingan yang disebabkan oleh kegiatan produksi didengar oleh warga setempat dan hal ini masih menjadi kelemahan UMKM karena belum menemukan solusi atas permasalahan tersebut.

Kemampuan Manajerial. Beberapa pelaku UMKM tidak memiliki kemampuan manajerial yang baik dalam menjalankan bisnisnya dengan baik. Mereka hanya memiliki kemampuan dan pengetahuan yang terbatas dalam mengelola sumber daya manusia, manajemen produksi, manajemen keuangan atau kegiatan manajerial lainnya.

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM). Jumlah pekerja yang sedikit membuat waktu produksi terbatas, jika UMKM mendapatkan pesanan dalam jumlah besar, tidak menutup kemungkinan pekerja tersebut akan bekerja lebih dari jam kerja yang biasa disebut kerja lembur. Terbatasnya jumlah pekerja dipengaruhi oleh rendahnya pendapatan UMKM, sehingga kemampuan UMKM dalam membayar pekerja sangat terbatas. Keterbatasan kemampuan pekerja juga mempengaruhi proses produksi UMKM. Tidak tersedianya pelatihan bagi pekerja UMKM menyebabkan pekerja tidak memiliki keterampilan lebih yang dapat diterapkan untuk meningkatkan produksi UMKM.

Iklim Bisnis yang Tidak Menguntungkan. Salah satu faktor eksternal yang menghambat pertumbuhan sentra UMKM di Kabupaten Sidoarjo adalah iklim usaha yang belum kondusif, banyaknya kompetitor

yang membuat produk serupa dan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi. Persaingan yang mematikan antar bisnis menyebabkan UMKM tidak mampu membaca peluang usaha yang ada sehingga menjadi kendala bagi UMKM untuk berkembang.

Masalah Rantai Pasokan dan Inventaris. UMKM tidak dapat menjelaskan tentang rantai pasok karena dalam menjalankan UMKM sendiri hanya secara tradisional tanpa adanya penunjang akuntansi atau pembukuan. Proses inventarisasi yang dilakukan oleh UMKM sendiri, yaitu menyelesaikan pesanan dan bekerja hanya ketika ada pesanan, sehingga pembelian bahan baku tidak dapat dipastikan per bulan, hal ini juga tidak didukung dengan tidak adanya pembukuan sebagai bukti perhitungan persediaan, sehingga pengusaha hanya memperkirakan kebutuhan UMKM.

Tidak tersedianya Pelatihan dan Bimbingan oleh Pemerintah. Kurangnya perhatian dalam membimbing dan melatih UMKM untuk menjadi UMKM yang berdaya saing terhadap pasar internasional sangat dibutuhkan oleh UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Pemerintah mengadakan pelatihan hanya beberapa bulan sekali dan itupun, hanya di satu tempat. Pelatihan peningkatan kapabilitas pekerjanya, pelatihan pelaksanaan pembukuan dan pelatihan pemasaran sangat dibutuhkan untuk pengembangan UMKM.

Distribusi Produk dari Produsen ke Konsumen. Beberapa UMKM mengalami kendala dalam proses pengiriman ke berbagai daerah di Indonesia dan luar negeri, karena kurangnya pemahaman pelaku UMKM dalam menentukan alat distribusi yang masih rendah dan menciptakan persepsi atau pemikiran bahwa pengiriman tidak aman sehingga dapat merusak kualitas produk, yang menjadi alasan utama mengapa UMKM tidak melayani atau memasarkan produknya secara online.

Tidak Ada Transportasi Produksi. Beberapa UMKM tidak memiliki transportasi khusus untuk membeli bahan baku dari pemasok. Dalam pemesanan bahan baku, UMKM menyewa jasa pengiriman yang tentunya mengkonsumsi biaya produksi lebih banyak.

### **Faktor Pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo**

Menurut Kirwani (2016) dan Hartono & Hartomo (2014) ada tiga faktor utama yang dominan dalam mempengaruhi perkembangan UMKM, yaitu sebagai berikut:

1. Modal. Modal adalah hal utama yang harus ada untuk berbisnis. Sehingga, tanpa modal, bisnis tidak akan bisa berkembang dengan baik. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh E. Purwanti (2012) bahwa modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan usaha, karena semakin besar modal yang digunakan dan semakin mudah untuk mendapatkan modal, maka usaha yang dilakukan akan mengalami peningkatan dan pengembangan usaha.
2. Tenaga kerja. Pekerja yang berpengalaman juga akan mempengaruhi produk yang dihasilkan. Semakin tinggi keterampilan tenaga kerja, semakin baik produk yang dihasilkan. Tenaga kerja terampil juga akan merampingkan waktu dan biaya produksi.
3. Pemasaran. Pemasaran tidak kalah penting dalam mempengaruhi perkembangan bisnis dimana meskipun produk bisnis yang dihasilkan cukup baik, jika tidak didukung oleh pemasaran yang baik maka produk tersebut tidak akan dijual secara maksimal.
4. Kompleksitas Perizinan Usaha. Beberapa UMKM mengaku karena kompleksitas proses perizinan yang memakan waktu cukup lama dan tentunya dengan biaya yang besar, pelaku UMKM enggan mengurus izin usahanya.

### **Analisis Faktor Internal dan Eksternal UMKM di Kabupaten Sidoarjo**

Faktor internal UMKM di Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

#### **Kekuatan :**

- 1) Produk unggulan terpusat dan prospektif
- 2) Kualitas produk yang baik

- 3) Segmen pasar yang jelas
- 4) Harga sesuai dengan pasar

**Kelemahan :**

- 1) Ketersediaan modal yang rendah
- 2) Ketersediaan bahan baku yang rendah
- 3) Jaringan pemasaran belum luas

Sedangkan faktor eksternal UMKM di Sidoarjo sebagai berikut:

**Peluang:**

- 1) Peluang bisnis yang baik
- 2) Meningkatkan daya beli masyarakat
- 3) Perubahan gaya hidup masyarakat
- 4) Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi
- 5) Kerjasama dengan mitra
- 6) Program bantuan pemerintah

**Ancaman:**

- 1) Fluktuasi harga
- 2) Kompetitor UMKM serupa maupun perusahaan besar
- 3) Pendetang baru
- 4) Produk impor

**Analisis SWOT terhadap UMKM di Kabupaten Sidoarjo**

**Tabel 1. Analisis SWOT**

<b>Intern</b>	<b>Strengths (S)</b>	<b>Weaknesses (S)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Produk unggulan terpusat dan prospektif</li> <li>2) Kualitas produk yang baik</li> <li>3) Segmen pasar yang jelas</li> <li>4) Harga sesuai dengan pasar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Ketersediaan modal yang rendah</li> <li>2) Ketersediaan bahan baku yang rendah</li> <li>3) Jaringan pemasaran belum luas</li> <li>4) Sistem promosi tradisional</li> <li>5) Keterampilan dan pengetahuan tenaga kerja masih rendah</li> <li>6) Proses dan alat produksi manual dan sederhana</li> <li>7) Motivasi kompetitif rendah</li> </ul>
<b>Eksternal</b>	<b>Opportunities (O)</b>	<b>Threats (T)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Peluang bisnis yang baik</li> <li>2) Meningkatkan daya beli masyarakat</li> <li>3) Perubahan gaya hidup masyarakat</li> <li>4) Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi</li> <li>5) Kerjasama dengan mitra</li> <li>6) Program bantuan pemerintah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Fluktuasi harga</li> <li>2) Pesaing UMKM serupa maupun perusahaan besar</li> <li>3) Pendetang baru</li> <li>4) Produk impor</li> <li>5) kebijakan pemerintah</li> </ul>
	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi S-T</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Inovasi produk olahan.</li> <li>2) Menjaga kualitas produk.</li> <li>3) Berkolaborasi dengan mitra untuk memperluas pasar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Meningkatkan daya saing produk lokal.</li> <li>2) Membatasi distribusi produk impor yang berlebihan.</li> </ul>
	<b>Strategi W-O</b>	<b>Strategi W-T</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Mengoptimalkan dana menggunakan bantuan dana pemerintah (kredit usaha).</li> <li>2) Meningkatkan dan memperluas sistem pemasaran.</li> <li>3) Melaksanakan pengembangan teknologi produksi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Meningkatkan sarana dan prasarana untuk pengembangan UMKM.</li> <li>2) Tingkatkan promosi melalui acara dengan menonjolkan karakteristik produk.</li> </ul>

Sumber: Diproses oleh Penulis (2022)

Tabel di atas adalah Analisis SWOT terhadap UMKM di kabupaten Sidoarjo. Setelah menganalisis faktor internal dan eksternal UMKM, strategi dapat menggambarkan untuk meningkatkan pengembangan UMKM sebagai berikut:

**Strategi S-O:**

1. Inovasi produk olahan.
2. Menjaga kualitas produk.
3. Berkolaborasi dengan mitra untuk memperluas pasar.

**Strategi W-O:**

1. Mengoptimalkan penyediaan dana menggunakan bantuan dana pemerintah (kredit usaha).
2. Meningkatkan dan memperluas sistem pemasaran.
3. Melaksanakan pengembangan teknologi produksi.

**Strategi S-T:**

1. Meningkatkan daya saing produk lokal.
2. Membatasi distribusi produk impor yang berlebihan.

**Strategi W-T:**

1. Meningkatkan sarana dan prasarana untuk pengembangan UMKM.
2. Tingkatkan promosi melalui acara dengan menonjolkan karakteristik produk.

**Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo**

Berdasarkan permasalahan UMKM di Kabupaten Sidoarjo yang telah diinventarisasi melalui hasil analisis dari berbagai sumber jurnal penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha UMKM, secara umum strategi pengembangan dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a) Untuk mengatasi permasalahan kesulitan bahan baku bagi industri khususnya industri rumahan dan kerajinan tangan, pemerintah melalui instansi terkait perlu memfasilitasi penyediaan bahan baku dengan membentuk koperasi pengadaan bahan baku yang secara khusus melaksanakan tugas menggandeng pihak-pihak yang dapat menyediakan bahan baku.
- b) Untuk mengatasi kekurangan tenaga kerja terampil dan memerlukan keahlian khusus, melalui kantor terkait dapat melakukan pelatihan atau pelatihan dengan materi yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, dan pesertanya direkrut dari orang-orang yang berminat bekerja di bidang usaha sesuai kebutuhan. Hal ini penting agar program pelatihan yang dilakukan tidak sia-sia.
- c) Melalui instansi terkait, perlu dibuka akses baru untuk perluasan pasar dan penambahan modal. Pihak terkait yang dipercayakan untuk pengembangan UMKM dapat bekerja sama dengan bank atau lembaga keuangan untuk akses permodalan dan asosiasi untuk akses pasar dan bahan baku.
- d) Kebutuhan untuk meningkatkan keterampilan manajerial bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Hal ini dapat dilakukan dengan menggandeng perguruan tinggi dalam melakukan pelatihan manajemen bagi UMKM. Karena perguruan tinggi juga memiliki kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, salah satunya adalah Pengabdian Kepada Masyarakat.
- e) Memberikan kemudahan akses pasar bagi pelaku UMKM. Akses pasar dapat dilakukan dengan mengadakan bazar atau pameran.
- f) Meningkatkan kualitas produk dengan meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk dan sumber daya manusia.
- g) Penyederhanaan perizinan usaha. Beberapa UMKM mengaku tidak mengurus izin usahanya karena prosesnya rumit, memakan waktu dan tentunya menghabiskan banyak uang. Dalam hal ini, dukungan dan sosialisasi tentang kemudahan mengurus izin usaha sangat dibutuhkan agar pelaku UMKM bersedia mengurus izin usahanya.

Pelatihan dan Pemberdayaan UMKM sangat dibutuhkan untuk mengembangkan UMKM. Dukungan pemerintah akan membuat UMKM mampu bertahan meski dalam kondisi sulit untuk bertahan hidup. Dukungan pemerintah dapat berupa pinjaman modal usaha atau pembekalan bagi pelaku UMKM.

Permodalan merupakan faktor krusial yang sangat mempengaruhi perkembangan UMKM. Pemberian kredit modal usaha oleh pemerintah akan sangat membantu pelaku UMKM untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Tak hanya itu, pemerintah juga harus mampu melakukan mediasi antara pelaku UMKM dengan pemasok. Misalnya, pemerintah menyediakan fasilitas yang memudahkan UMKM mengakses bahan baku dari pemasok serta akses untuk menjangkau pasar.

Lokasi atau tata letak dalam bisnis juga perlu diatur agar dapat memudahkan produksi dan tidak membutuhkan biaya yang banyak. *Layout* produksi harus diatur agar efektif dan efisien dalam pemanfaatan waktu dan biaya produksi. Selain itu, Lokasi UMKM juga perlu dipertimbangkan. Lokasi yang strategis yaitu lokasi yang mampu menjangkau pasar bahan baku juga pasar untuk mendistribusikan produk-produk UMKM, sehingga dapat menekan biaya produksi.

Donasi peralatan produksi terbaru juga sangat dibutuhkan, masih banyak UMKM yang menggunakan peralatan tradisional sehingga jumlah produksi dan kualitasnya belum optimal. Pemerintah juga berhak mengatur iklim usaha agar tetap kondusif, agar tidak merugikan UMKM lainnya. Hal ini diperlukan agar UMKM mendapatkan peluang pasar yang baik dan tidak ada usaha besar yang dapat membunuh eksistensi UMKM saat ini.

Kini, persaingan bisnis yang semakin ketat, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia oleh pemerintah sangat dibutuhkan untuk menciptakan tenaga kerja yang berkualitas dan kompeten. Pelatihan ini diperlukan agar pekerja dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan terlatih. Pelatihan yang diberikan pemerintah dapat berupa pelatihan keterampilan manajerial, pelatihan tenaga kerja, pembukuan atau pengelolaan keuangan, dan pelatihan kewirausahaan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis tersebut, beberapa faktor yang menyebabkan menurunnya keberadaan UMKM di Kabupaten Sidoarjo antara lain keterbatasan modal, bahan baku yang mahal dan langka serta peralatan produksi yang sederhana dan terbatas, permasalahan pembukuan, terbatasnya pemasaran, permasalahan dalam menentukan lokasi dan tata letak usaha, lemahnya keterampilan manajerial, lemahnya pengelolaan sumber daya, sumber daya manusia, iklim usaha yang tidak menguntungkan, masalah rantai pasok dan inventaris, tidak tersedianya pelatihan dan bimbingan oleh pemerintah, masalah pendistribusian produk dari produsen kepada konsumen, proses perizinan usaha yang rumit dan tidak adanya transportasi produksi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, faktor pengembangan UMKM di kabupaten Sidoarjo adalah: 1) Modal; 2) Tenaga Kerja; 3) Pemasaran; dan 4) Kompleksitas Perizinan Usaha. Faktor internal UMKM di Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut: 1) Produk unggulan terpusat dan prospektif; 2) Kualitas produk yang baik; 3) Segmen pasar yang jelas; 4) Harga sesuai dengan pasar; 5) Ketersediaan modal yang rendah; 6) Ketersediaan bahan baku yang rendah; dan 7) Jaringan pemasaran belum luas. Sedangkan faktor eksternal UMKM di Sidoarjo sebagai berikut: 1) Peluang usaha yang baik; 2) Meningkatkan daya beli masyarakat; 3) Perubahan gaya hidup masyarakat; 4) Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi; 5) Kerjasama dengan mitra; 6) Program bantuan pemerintah; 7) Fluktuasi harga; 8) Kompetitor UMKM sejenis maupun perusahaan besar; 9) Pendetang baru; dan 10) Produk impor. Analisis SWOT terhadap UMKM di kabupaten Sidoarjo adalah inovasi produk olahan, menjaga kualitas produk, berkolaborasi dengan mitra untuk memperluas pasar, mengoptimalkan penyediaan dana menggunakan bantuan dana pemerintah (kredit usaha), meningkatkan dan memperluas sistem pemasaran, melakukan pengembangan teknologi produksi, meningkatkan daya saing produk lokal, membatasi distribusi produk impor yang berlebihan, meningkatkan sarana dan prasarana untuk pengembangan UMKM dan meningkatkan promosi melalui event dengan menonjolkan karakteristik produk.

Berdasarkan hasil analisis di atas terhadap beberapa kendala yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo, dapat disimpulkan bahwa peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam

hal ini untuk mendukung, memfasilitasi dan atau membina UMKM di Kabupaten Sidoarjo yang dapat dilakukan melalui kerjasama dengan Perguruan Tinggi, Koperasi Indonesia, Perbankan atau lembaga keuangan lainnya serta memberikan pelatihan kepada tenaga kerja dalam rangka menciptakan tenaga kerja yang terampil dan ahli.

Penelitian ini terbatas pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo, diharapkan penelitian lebih lanjut dapat dikembangkan dengan memperluas cakupan objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan analisis SWOT dan analisis faktor internal dan eksternal untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi UMKM, penelitian lebih lanjut dapat menggunakan matriks SPACE (*Strategic Position and Action Evaluation*) untuk mendeskripsikan seleksi sesuai dengan kondisi organisasi dari kerangka empat kuadran yang meliputi strategi agresif, konservatif, defensif atau kompetitif, Matriks CPM (*Competitive Profile Matrix*) untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan relatif suatu perusahaan terhadap kompetitornya dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk menganalisis strategi yang tepat dalam mengembangkan UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdiputra, Y. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BIDANG BAKERY. *Prosiding SemNas Teknik UMAHA*, 2662, 131–136.
- Alyas, & Rakib, M. (2017). MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY IN POWER ECONOMIC DEVELOPMENT (Case Study on Maros Bread Enterprise in Maros District). *Sosiohumaniora*, 19(2), 114–120.
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiarmo, A. (2012). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UKM BATIK SEMARANG DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–12.
- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis industri kreatif di kota malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X, 120–142.
- Andrianti, F., & Oktafia, R. (2021). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI MEDIA ONLINE DESA KARANGPOH KECAMATAN KRIAN KABUPATEN SIDOARJO (TINJAUAN PEMASARAN ISLAM). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(1), 43–54. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20211pp43-54>
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI FASILITASI PIHAK EKSTERNAL DAN POTENSI INTERNAL (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286–1295.
- Anggraeni, P., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2017). Analisis swot pada umkm keripik tempe amel malang dalam rangka meningkatkan daya saing perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1), 104–113.
- Anggraini, R. D., Suwarsono, L. W., & Aisha, A. N. (2020). Perancangan Strategi Perencanaan Sumber Daya Manusia UMKM Al-Zahar Menggunakan Metode SWOT dan Branchmarking. *International Journal of Economics and Management Studies*.
- Anggrita, D., Aswara, W., & Hartini, S. (2014). PERENCANAAN STRATEGI BISNIS UKM PRODUK BERBAHAN LIMBAH KAYU MENGGUNAKAN METODE QUANTITATIVE STRATEGY PLANNING MATRIX ( QSPM ) ( Studi Kasus : UD . MURSODO ). *Industrial Engineerig Online Journal*, 3(4).
- Ariani, & Utomo, M. N. (2017). Kajian strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kota tarakan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Aslamiyah, S. (2021). FORMULASI STRATEGI UKM JILBAB AZKY COLLECTION UNTUK MENINGKATKANN DAYA SAING DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Manajerial*, 08(1), 102–117.
- Avrizal, Haryadi, & Hidayat, S. (2021). Analisis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Pondok Pesantren di Kota Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2).
- Cahyawati, A. N. (2019). Analisis Perumusan Strategi UMKM Tas X Dengan Metode IE Matriks.

- Seminar Nasional Inovasi Dan Aplikasi Teknologi Di Industri 2019*, 172–175.
- Dyson, R. G. (2003). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European Journal of Operational Research*, 152(2004), 631–640. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(03\)00062-6](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(03)00062-6)
- Ernawati, S. (2021). Strategi Pengembangan Umkm Tenun Untuk Meningkatkan Sosial Ekonomi Di Kota Bima. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS 2021*, 190–197.
- Falgenti, K. (2011). TRANSFORMASI UKM KE BISNIS ONLINE DENGAN INTERNET MARKETING TOOLS. *Jurnal Ilmiah Faktor Exacta*, 4(1), 62–73.
- Faqir, A. Al. (2020). *Menkop Teten Sebut Persaingan Usaha di Sektor UMKM Tinggi Saat Pandemi*.
- Fawaid, A., & Fatmala, E. (2020). HOME INDUSTRY SEBAGAI STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO DALAM MENINGKATKAN FINANCIAL REVENUES MASYARAKAT. *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 14(1), 109–128. <https://doi.org/10.35931/aq.v14i1.342>
- Gunartin. (2017). PENGUATAN UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. *EDUKA : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 2(2), 46–55.
- Hafiluddin, M. R., Suryadi, & Saleh, C. (2014). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah ( UMKM ) Berbasis “ Community Based Economic Development ” ( Studi pada pelaku UMKM di Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo ). *WACANA*, 17(2), 68–77.
- Hafni, R., & Rozali, A. (2015). Analisis usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia. *Jurnal Ekonomikawan*, 15(2), 77–96.
- Halim, A. (2020). PENGARUH PERTUMBUHAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN MAMUJU. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2011). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 45–55.
- Hamzah, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor Umkm Di Indonesia. *JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN*, 8(2), 215–228.
- Hartono, & Hartomo, D. D. (2014). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN UMKM DI SURAKARTA. *Jurnal Bisnis & Manajemen Jurnal Bisnis & Manajemen*, 14(1), 15–30.
- Hermanto, A., Tayibnapis, A. Z., & Setyaningrum, I. (2016). STRATEGI PENGEMBANGAN UKM BERBASIS INOVASI DI PROVINSI JAWA TIMUR: PERIODE 2010-2014. *Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 93–106.
- Imanudin, A. F., W.P, S. N., & Puspitasari, D. (2016). Perencanaan Strategi Bisnis Pada UKM Mebel Bambu Di Kabupaten Purworejo. *Industrial Engineerig Online Journal*.
- Inayati, T., Evianah, & Prasetya, H. (2018). Perumusan strategi dengan analisis swot pada usaha mikro kecil menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu di Mojokerto, Jawa Timur). *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3*, 217–231.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis ( Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus ). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363–382.
- Kirwani, T. S. (2016). FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN UMKM SEPATU DI SENTRA INDUSTRI SIDOARJO (Studi Kasus Desa Seruni Kec. Gedangan Kab. Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Unesa*, 1–8.
- Kristiyanti, M. (2012). Peran Strategis Usaha Kecil Menengah ( UKM ) Dalam Pembangunan Nasional. *Majalah Ilmiah INFORMATiKA*, 63–18.
- L, S., & V, D. (2019). Analysis of Factors That Influences The Sustainability of Businesses of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs). *International Journal of Economics and Management Studies*, 6(10).
- Mardiyono, A. (2013). Pengaruh Faktor Lingkungan Bisnis Eksternal dan Faktor Manajerial Terhadap Perencanaan Strategik Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan ( Studi Empiris Pada Industri Kecil Makanan Wingko Babat Di Kota Semarang ). *Serat Acitya*, 60–72.
- Margiono, A. (2012). Sistem manajemen organisasional, sumberdaya manusia, dan pemenuhan

- kebutuhan pasar kerajinan kulit. *JRMB*, 7(2), 125–138.
- Munir, M. (2005). Peran usaha kecil dan menengah ( ukm ) dalam penciptaan lapangan kerja baru. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 1(2), 120–127.
- Niode, I. Y. (2009). SEKTOR UMKM DI INDONESIA : Profil , Masalah, Dan Strategi Pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1).
- Oetarjo, M., Wachid, A., & Rizal, A. (2019). City Branding Sidoarjo Melalui Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Sidoarjo. *Seminar Nasional*