

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM)
UNTUK MENINGKATKAN PENGHASILAN RUMAH TANGGA
(Studi Kasus Rumah Batik Putat Jaya Kota Surabaya)**

Novriyanti Pratiwi

novriyantipratiwi123@gmail.com

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ABSTRACT

Micro and small businesses, called UMKM, are projects that individuals or organizations can do to improve creativity, innovation and products that can buy and sell money. There is no doubt that the economy is recovering amid the economic crisis. The objectives of the research are being thoroughly reviewed for improvements UMKM in household income, efforts to claim cooperation, and what micro, small and medium micro companies have pushed for. The technique of the research are, data analysis engineers use qualitative and SWOT technical methods to identify forces, weaknesses, and threats in the effort implemented by SWOT analysis technology to identify the forces, opportunities and threats. The research shows that the socialization of small businesses often socialize strategies about small businesses, promote online-based product sales innovation, and increase the number of social workers by selling products at the headquarters of the Siola Building for free training was provided, and the desertification increased the UMKM business and the Operating Cooperation increased, so that UMKM could participate in the facility, which was more helpful, and in response Batik House in Putat Jaya was promoted through labor unions.

Keywords: Strategy, Strategy Management, Household Income

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, Menengah atau biasa disebut UMKM merupakan usaha yang dapat dilakukan oleh individu atau sebuah organisasi yang dapat meningkatkan kreativitas, inovasi dan produk yang dapat diperjual belikan dan mendapatkan penghasilan. Adanya UMKM ini tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan menjadi penggerak ekonomi dalam keadaan krisis ekonomi. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan penghasilan rumah tangga dan Peran Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam meningkatkan penghasilan rumah tangga sekitar. Untuk mengetahui peran apa saja yang telah dilakukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam meningkatkan penghasilan rumah tangga. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknis analisis SWOT, dimana teknik analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan atau kelemahan serta peluang dan ancaman dari usaha yang dilakukan. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa strategi berupa sosialisasi rutin kepada masyarakat tentang Usaha Mikro Kecil Menengah, meningkatkan dan penghasilan masyarakat sekitar juga meningkat dengan adanya UMKM ini Peran Dinas Koperasi juga berpengaruh dalam pengembangan ini karena memberikan pelatihan, sarana dan prasarana yang memadai Kesimpulan inovasi penjualan produk berbasis online, menjual produk di pusat Umkm Gedung Siola, melakukan pelatihan gratis membuat batik kepada masyarakat sekitar sehingga jumlah pelaku usaha UMKM meningkat dan Peran Dinas Koperasi dan UMKM sangat bermanfaat karena telah memberikan fasilitas dan mengikut sertakan UMKM sehingga dapat menguntungkan Rumah Batik Putat Jaya untuk mempromosikan hasil karya yang telah dibuat.

Kata Kunci : Strategi, Manajemen Strategi, Penghasilan Rumah Tangga

Pendahuluan

Secara umum permasalahan dalam kehidupan adalah tentang ekonomi dan yang telah diketahui bahwa jumlah penduduk semakin bertambah dan tingkat pengangguran yang terus meningkat setiap tahunnya disebabkan oleh kurangnya tersedia lapangan pekerjaan, minimnya sumber daya manusia (SDM) yang potensial sehingga yang terserap dalam dunia kerja sedikit, dan memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan hidup, kurangnya motivasi, inovasi, kreatifitas dan akses dunia luar. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebuah usaha atau yang bisa disebut dengan kewirausahaan. Kewirausahaan menurut Prawirokusumo adalah mereka yang melakukan upaya – upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup. Lembaga yang menaungi UMKM ini adalah Pemerintah Kota Surabaya, Dinas Koperasi dan UMKM, yang ada di Surabaya. Surabaya. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Dengan terbangunnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ini maka para pelaku usaha melakukan strategi untuk mengembangkan usaha yang telah didirikan. Strategi menurut David (2011:18-19) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Jika strategi ini berhasil maka UMKM akan mengalami perkembangan yang cukup dan dapat menghasilkan sebuah keuntungan guna biaya kehidupan setiap harinya. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang ada di Kota Surabaya yang lokasinya berada di daerah Putat Jaya yang terkenal dengan lokasinya yaitu Dolly dan Jarak. “Rumah Batik” Rumah Batik ini sendiri memiliki simbol pada batik-batik yang telah di buat memiliki arti dan makna tersendiri dan contoh motif batik ini yaitu motif Daun Jarak, Kupu-Kupu. Dari ulasan diatas, maka dilakukan penelitian terhadap strategi yang digunakan untuk mengembangkan UMKM dan peran Dinas Koperasi dan Umkm Dalam Meningkatkan penghasilan Rumah Tangga.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif, agar dalam proses pencarian fakta dapat dilakukan pengkajian secara objektif. Penelitian ini menggunakan model pengumpulan data, studi kasus dan wawancara terpusat. Proses penelitian kualitatif (Creswell, 2010) ini melibatkan upaya – upaya penting, seperti pengajuan pertanyaan dan prosedur – prosedur, mengumpulkan data yang spesifik berupa gambar foto, menganalisis secara data secara induktif mulai dari tema – tema umum dan mentafsirkan makna data. Laporan akhir untuk penelitian ini memiliki struktur aatau kerangka yang fleksibel (Creswell, 2010) pendekatan kualitatif dipilih karena dalam penelitian ini karena peneliti ingin melakukan kajian secara mendalam berupa fenomena sosial di masyarakat yang sifatnya kompleks, dinamis, dan tidak dapat diukur hanya menggunakan angka semata. Fokus tersebut dilakukan peneliti pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Surabaya yang kemudian di kroscek hasil akhirnya pada lokasi Rumah Batik Putat Jaya. Analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode (Creswell, 2010) merupakan analisis penelitian dimana didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat uatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian Menurut Sugiyono (2005:62), ini adalah teknik wawancara, dan dokumentasi pengumpulan data berdasarkan

langkah dalam menganalisis data menurut (Rangkuti, 2014) analisis tentang SWOT yaitu : *Strengths, Weakness, Opportunities* dan *Threats*. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Tabel 1

Matriks SWOT

E F I E F E	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO (Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada)	Strategi WO (Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada)
THREATS (T)	Strategi ST (Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman)	Strategi WT (Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman)

Sumber: Rangkuti (2014)

Hasil

Kota Surabaya merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Timur, tentu perkembangan UMKM di Surabaya dari tahun tahun mengalami pertumbuhan yang pesat. Terbukti data yang dapat disajikan pada tabel berikut :

Jumlah UMKM Kota Surabaya Tahun 2014 – 2017

Tabel 2

Tahun	UMKM (Orang)	Usaha Mikro dan Kecil
2014	27.926	25.353
2015	28.391	25.147
2016	28.759	26.037
2017	29.507	26.800

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM 2017

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa UMKM setiap tahunnya meningkat. Namun dalam hal membangun UMKM ini memiliki permasalahan yang dialami yaitu 1. Kurangnya modal, 2. Kesulitan dalam pemasaran, 3. Persaingan usaha yang ketat, 4. Kurangnya keterampilan 5. Kurangnya teknis produksi keahlian. Menurut Kuncoro, UKM perlu diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah dan pengusaha mikro menjadi usaha kecil. Namun ada kendala lain yang dialami oleh pelaku UKM yaitu 1. Keterampilan yang kurang, 2. Sumber daya manusia, 3. Informasi pemasaran. Sektor UKM perlu dapat perhatian karena para pelaku UKM sedang bertarung dengan kekuatan ekonomi asing yang cukup besar seperti marketplace, jasa logistik hingga pelayanan secara online. Menurut Deputi Menko

Perekonomian, ekonomi Indonesia sedang bergerak kedalam sektor penjualan yang offline menjadi online supaya UKM lebih produktif terhadap perubahan.

Pembahasan

Menurut Robbins dan Coulter (2013) Strategi adalah pengaruh jalannya organisasi dan kontribusinya terhadap keberhasilan dan kegagalan perusahaan dan manajemen strategi adalah caya yang dilakukan untuk para penyusun strategi untuk menentukan tujuan dan sasaran agar tercapai. Model ini menjelaskan bahwa kinerja kebijakan dipengaruhi oleh beberapa variabel yang saling berkaitan, variable-variabel tersebut yaitu :

1. Visi Mengidentifikasi Misi, Tujuan, dan Strategi Organisasi

Visi : Menjadikan Wadah Perjuangan, Pembawa Aspirasi dan Pemberdayaan Koperasi

Misi:

1. Mengembangkan kapasitas Surabaya sebagai wadah gerakan koperasi dalam memperjuangkan kepentingan anggota
2. Sebagai mitra pemerintah kota, masyarakat dan dunia usaha
3. Sebagai wadah yang efektif dalam menyalurkan aspirasi ekonomi
4. Mendorong pertumbuhan ekonomi

Tujuan:

1. Tersedianya kualitas Sumber Daya Manusia yang memadai sistem pengelolaan usaha yang modern

2. Adanya usaha untuk memperkenalkan produk ke pasar
3. Terwujudnya pengembangan usaha koperasi

Sasaran :

- 1) Ibu rumah tangga yang ingin mempunyai tambahan penghasilan tanpa meninggalkan keluarganya
 - 2) Para Remaja atau Mahasiswa yang ingin mempunyai usaha sendiri atau memulai suatu UMKM
 - 3) Kepala Rumah Tangga yang ingin mendapatkan usaha tambahan dengan membuka UMKM
 - 4) Pengangguran yang siap bekerja dan siap menjadi wirausaha Syarat Khusus yang harus di penuhi , yaitu pendaftar harus ber – KTP warga surabaya , karena program ini di khususkan untuk warga Kota Surabaya
- analisis faktor strategi eksternal dimana menentukan apa yang menjadi faktor – faktor peluang dan ancaman dari terselenggaranya Rumah Batik Putat Jaya. Berikut adalah penyajian dari matriks faktor strategi internal dan eksternal Rumah Batik Putat Jaya yang tergambar dari tabel di bawah ini.

Tabel 3

IDENTIFIKASI LINGKUNGAN STRATEGIK

FAKTOR INTERNAL	FAKTOR EKSTERNAL
<p>KEKUATAN (STRENGTHS)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendapatkan perlindungan dari Dinas Koperasi dan UMKM 2. Mampu memperdayakan masyarakat sekitar 3. Lokasi cocok untuk dijadikan wisata dan pusat oleh – oleh dengan konsep jalan kaki karena berupa gang dan kampung 4. Motif batik memiliki cirri khas 	<p>PELUANG(OPPORTUNITIES)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan batik dengan cirri khas Surabaya tidaklah banyak. 2. Mengahlikan profesi pekerjaan sebelumnya di masyarakat 3. Memperkenalkan produk local pada masyarakat luar dan meningkatkan kesadaran geneasi muda untuk lebih mencintai produk local. 4. Sudah adanya kebijakan pemerintah untuk mendukung pemberdayaan UMKM.
<p>KELEMAHAN (WEAKNESS)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berada di tempat bekas lokalisasi, butuh penyesuaian kepada masyarakat. 2. Kurang pahamnya masyarakat dengan adanya Umkm di daerah Putat Jaya. 3. Kurangnya Sumber Daya Manusia dan Modal di Rumah Batik Putat jaya. 	<p>ANCAMAN (THREATS)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Butuh inovasi, karena penjual batik sangatlah banyak 2. Adanya teknologi baru dalam membuat batik seperti Batik Printing 3. Tidak ada lahan parker 4. Adanya persaingan penjualan

Sumber : Olahan Penulis 2020

Dari analisis diatas yang telah dketahu faktor internal dan faktor internal maka tahap selanjutnya mengklarifikasikan dari tabel diatas maka dilakukannya lagi penentuan alternative strategi dengan cara membuat Matriks SWOT. Matriks SWOT disusun dari empat strategi utama,

diantara lainnya yaitu : strategi kekuatan – peluang atau SO, strategi kelemahan – peluang atau WO, strategi kekuatan – ancaman atau ST, dan strategi kelemahan – ancaman atau WT. Dari tiap - tiap strategi memiliki karakteristik tersendiri dan dalam pengimplementasiannya strategi tersebut selanjutnya dilaksanakan secara bersama - sama dan saling mendukung satu dengan yang lainnya

Tabel 4

MATRIKS SWOT

<p style="text-align: center;">EFI</p> <p style="text-align: center;">EFE</p>	<p>STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendapatkan perlindungan dari Dinas Koperasi dan Umkm 2. Mampu memperdayakan masyarakat sekitar 3. Lokasi cocok untuk dijadikan wisata dan pusat oleh – oleh dengan konsep jalan kaki karena berupa gang dan kampung 4. Motif batik memiliki ciri khas. 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berada di tempat bekas lokalisasi, butuh penyesuaian kepada masyarakat. 2. Kurang pahami masyarakat dengan adanya Umkm di daerah Putat Jaya. 3. Kurangnya Sumber Daya Manusia dan Modal di Rumah Batik Putat Jaya
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjual batik dengan ciri khas di Surabaya tidaklah banyak. 2. Menghentikan profesi pekerjaan sebelumnya di masyarakat 3. Memperkenalkan produk lokal pada masyarakat luar dan meningkatkan kesadaran generasi muda untuk lebih mencintai produk local 	<p>Strategi (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya perlindungan Dinas Koperasi dan Umkm untuk melindungi brand batik khas Kota Surabaya. 2. Adanya kegiatan perberdayaan masyarakat untuk menghentikan dari profesi sebelumnya. 3. lokasi yang cocok untuk pusat oleh –oleh dapat menarik perhatian pada wisatawan 	<p>Strategi (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi terhadap masyarakat semua kalangan agar lebih mengetahui bahwa lokasi Dolly berubah menjadi Umkm yang bermanfaat. 2. Adanya informasi tentang Rumah Batik salah satu faktor penunjang keberhasilan Rumah batik 3. Faktor Sumber Daya Manusia dan Modal dapat memperlambat pengembangan

<i>THREATS</i> (T)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
1. Butuh inovasi, karena penjual batik sangatlah banyak 2. Butuh sosialisasi berupa ajakan kepada masyarakat yang eks pekerja sosial supaya minat menjalankan profesi baru 3. Adanya teknologi baru dalam membuat batik seperti Batik Printing 4. Tidak ada lahan parker	1. Kebijakan dari Dinas Koperasi dan Umkm meningkatkan inovasi dan kreatifitas para pelaku Umkm batik 2. Partisipasi para pekerja terhadap sosialisasi dapat meningkatkan penghasilan setiap hari dalam umkm 3. Adanya motif batik khas yang berasal dari Putat Jaya dapat menimbulkan persaingan antara UMKM batik yang lain	1. Lokasi yang bekas lokalisasi menimbulkan SDM kurang kreatif dalam merancang batik 2. Tidak semua orang tahu di Putat Jaya ada Umkm Batik maka mengurangi pengashilan para pegawai 3. Kurangnya modal maka pengembangan Umkm ini tidak dapat berjalan dengan baik.

Sumber : Olahan penulis 2020

Dari analisa penetapan asumsi dan pilihan strategi, maka yang menjadi faktor dari kunci keberhasilan strategi tersebut adalah :

1. Peningkatan kualitas sumber daya manusia
2. Partisipasi masyarakat terhadap pengembangan UMKM
3. Melakukan kerjasama dengan pengusaha Batik yang besar untuk meningkatkan hasil karya Batik khas Putat Jaya
4. Konsistensi pengelola dan masyarakat sekitar dalam menjaga hasil karya yang dirancang sendiri.
5. Pemerintah Kota harus update tentang pengembangan yang setiap tahunnya mesti bertambah.

Tabel 5

Perbandingan Penghasilan Rumah Tangga

No.	Nama	Rata-Rata Pendapatan	
		Sebelum ada UMKM	Sesudah ada UMKM
1.	Bu Tunik	-	Rp. 500.000
2.	Bu Dwi	Rp. 200.000	Rp. 1.400.000
3.	Bu Agus	Rp. 200.000	Rp. 1.800.000
4.	Bu Wulan	-	Rp. 700.000
5.	Bu. Fitri	Rp. 500.000	Rp. 2.500.000
6.	Bu Yayuk	Rp. 250.000	Rp. 2.000.000

Sumber : Olahan Penulis 2020

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihatnya bahwa pendapatan masyarakat Putat Jaya VIII B sebelum adanya UMKM dan setelahnya ada UMKM mengalami kenaikan yang cukup lumayan bagi masyarakat Putat Jaya untuk kehidupannya. Penghasilan yang didapat sifatnya hanya sementara sebagai tambahan pendapatan rumah tangga, karena setiap penghasilan yang didapat belum mampu mencukupi kebutuhan sehari – hari bagi keluarganya. Sebagian besar anggota pegawai Rumah Batik Putat Jaya bersifat tambahan sebab mereka juga masih memiliki suami dan anak yang rata-rata anaknya sudah bekerja.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal serta kesimpulan dari matriks SWOT, maka prioritas strategi berupa sosialisasi rutin kepada masyarakat tentang Usaha Mikro Kecil Menengah, meningkatkan inovasi penjualan produk berbasis online, menjual produk di pusat Umkm Gedung Siola, melakukan pelatihan gratis membuat batik kepada masyarakat

sekitar sehingga jumlah pelaku usaha UMKM meningkat dan Peran Dinas Koperasi dan UMKM sangat bermanfaat karena telah memberikan fasilitas dan mengikut sertakan UMKM sehingga dapat menguntungkan Rumah Batik Putat Jaya untuk mempromosikan hasil karya yang telah dibuat. Saran Partisipasi warga lebih di tingkatkan lagi karena partisipasi warga sangat penting untuk meningkatkan pengembangan Umkm Batik ini demi mengubah Citra Dolly menjadi tempat Usaha yang baik dan bermanfaat, lebih banyak program promosi Umkm ini karena meskipun telah didirikan pada Tahun 2016 yang cukup lama namun tidak semua warga Surabaya mengetahui bahwa Putat Jaya ada Umkm yang telah dibangun oleh Pemerintah Kota Surabaya, Lebih meningkatkan lagi inovasi dan kreatifitas untuk menambah motif – motif yang unik supaya dapat meningkatkan masyarakat untuk penasaran atas motif yang dibuat oleh pelaku Umkm Rumah Batik Putat Jaya.

Referensi

- Creswell, J. (2010). *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar.
- Denhardt, J. &. (2003). *The New Public Service: Serving Not Steering*. New York: M.E. Sharpe.
- detikNews, Z. E. (2016, Desember 10). *Ini Perjalanan Lahirnya Ikon Baru dari Eks Lokalisasi Dolly dan Jarak*. Retrieved from news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3368063/ini-perjalanan-lahirnya-ikon-baru-dari-eks-lokalisa.
- Dispendukcapil. (2019, Agustus 17). *Jumlah penduduk* . Retrieved from <http://dispendukcapil.surabaya.go.id>.

- Hood, C. (1991). *A public Management for All Seasons. Public Administration.*
- Kumparan.com. (2020, January 4). Retrieved from <https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/mengunjungi-rumah-batik-dolly-di-surabaya-wajah-baru-eks-lokalisasi-1sZng00YOe3>.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, S. d. (2013). *Manajemen Jilid 1, Edisi Kesepuluh .* Jakarta: Erlangga.
- Robbins, Stephen P. (2002). *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi .* Jakarta: Erlangga.
- Surabaya, W. K. (2009). *PEDOMAN TEKNIS PERKUATAN PERMODALAN KOPERASI.* Retrieved from https://jdih.surabaya.go.id/pdfdoc/perwali_22.pdf.
- Wirawan . (2008). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia (Teori, Aplikasi dan Penelitian).* Jakarta: Salemba Empat.