

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DAN KECIL (UMK) DAERAH KABUPATEN HALMAHERA BARAT

Ariyo Prasetyo (ariyopras05@gmail.com)
Yuliyana Susan Kalengkongan (yulisusan068@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kabupaten Halmahera Barat. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, yaitu melakukan identifikasi berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMK dan menganalisisnya dengan menggunakan analisis SWOT kemudian merumuskan model strategi untuk mengatasinya. Populasi responden meliputi seluruh UMK yang berada di Kabupaten Halmahera Barat. Metode sampel menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian berupa model strategi pengembangan UMK dalam menghadapi persaingan. Berdasarkan analisis internal dan eksternal UMK Kabupaten Halmahera Barat dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama adalah strategi *Growth* (pertumbuhan) dimana UMKM Kabupaten Halmahera Barat meningkatkan sarana dan prasarana pendukung serta meningkatkan mengikuti pelatihan kewirausahaan untuk menciptakan produk yang kreatif dan inovatif, memperluas jaringan usaha melalui pemanfaatan media online dan menjalin kemitraan dengan pelaku usaha lainnya. Meningkatkan kemampuan manajerial dan penggunaan teknologi yang update. Meningkatkan modal usaha serta produktivitas usaha dalam jangka panjang.

Kata Kunci: SWOT, Usaha Mikro Kecil

ABSTRACT

This research examines the development strategy for Micro and Small Enterprises (UMK) in West Halmahera Regency. This research uses primary data and secondary data. The analytical method used is a descriptive approach, namely identifying various problems faced by MSEs and analyzing them using SWOT analysis and then developing a strategy model to overcome them. The respondent population includes all MSEs in West Halmahera Regency. The sampling method uses purposive sampling. The research results are a model of MSE development strategy in facing competition. Based on internal and external analysis of West Halmahera Regency MSMEs, it was found that the primary strategy is the growth strategy, where West Halmahera Regency MSMEs improve supporting facilities and infrastructure and increase their participation in entrepreneurship training to create creative and innovative products, expand business networks through the use of media online and partnerships with other business actors. Improve managerial skills and use of the latest technology. Increase business capital and business productivity in the long term.

Keyword: SWOT, UMK

PENDAHULUAN

Ketika krisis ekonomi terjadi pada tahun 1998, sebagian besar bahan baku industri skala besar di Indonesia masih bergantung kepada pasokan impor. Oleh karena itu menyebabkan biaya bahan baku ikut naik akibat nilai rupiah yang turun terhadap nilai tukar dolar. Usaha Mikro dan Kecil (UMK)

memang turut terpengaruh dampak dari krisis tersebut, tetapi hal tersebut tidak berlangsung lama, karena relatif sedikit menggunakan bahan baku impor. Itulah mengapa pada saat terjadi krisis ekonomi banyak perusahaan-perusahaan besar mengalami kolaps, sedangkan usaha mikro dan kecil relatif mampu bertahan, bahkan pertumbuhannya menunjukkan peningkatan (Departemen KUMKM,2004) dalam (Santoso,2008).

Disisi lain, keunggulan UMK dapat berpartisipasi dalam jaringan produksi dan pemasaran global, bahkan UMK memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap krisis, yang terbentuk karena struktur organisasi dan tenaga kerja UMK lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar. Daya tahan yang fleksibilitas ini menjadikan UMK digunakan oleh sebagian besar masyarakat sebagai sumber utama penghidupan (Kementerian Koperasi dan UKM RI:2018).

Di Kabupaten Halmahera Barat dengan luas wilayah tercatat 14.823,16 km² dengan luas daratan 2.361,56 km² dan laut seluas 12.461,60 km². Kabupaten Halmahera Barat terdapat 9 kecamatan di antaranya Jailolo, Jailolo selatan, Jailolo Timur, Sahu, Sahu Timur, Ibu, Ibu Selatan, Tabaru, dan Loloda.

Secara umum sebagian besar penduduk Kabupaten Halmahera Barat bekerja di sektor pertanian, perkebunan, kehutanan, perburuan, dan perikanan yang sebesar 40,40 persen dari jumlah penduduk di atas 15 tahun yang bekerja.

Berdasarkan studi pendahuluan bahwa perkembangan UMK di Kabupaten Halmahera Barat belum sepenuhnya didukung oleh pemanfaatan sumber daya lokal, sebagaimana dijelaskan oleh Tambunan (2017) seharusnya UMK intensif dalam penggunaan sumber daya lokal dikarenakan lokasinya banyak berada di pedesaan yang memungkinkan pertumbuhan UMK dapat menimbulkan dampak positif terhadap pengurangan jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan dan adanya nilai tambah dari sektor pertanian serta pembangunan ekonomi pedesaan. Disisi lain perkembangan UMK di Kabupaten Halmahera Barat, belum didukung oleh sumber daya manusia. Dikarenakan karakteristik dari UMK salah satunya memiliki tenaga kerja yang berlimpah diantaranya, termasuk tenaga kerja yang strata pendidikan cukup rendah. Hasyim (2013) mengungkapkan bahwa pengelolah UMK yang memiliki pengetahuan dan pengalaman akan memberikan nilai tambah berupa pengembangan produk dan pengembangan usaha.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan UMK di Kabupaten Halmahera Barat.

LITERATURE REVIEW

Usaha Mikro dan Kecil

UMK adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar (UU No 20 Tahun 2008). Berdasarkan literatur yang ada hingga kini, umumnya UMK didefinisikan melalui kriteria dan ciri-ciri yang berupa jumlah aset yang dimiliki dan jumlah tenaga kerja yang digunakan serta hasil penjualannya. Namun Tambunan (2012) menegaskan bahwa definisi UMK berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda di setiap negara, karena itu memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMK antar negara.

Menurut Koerniawati (2009) dalam Tanjung (2016) merumuskan beberapa ciri UMK. Usaha mikro dicirikan oleh beberapa kriteria berikut :

1. Jenis barang atau komoditas usahanya tidak selalu tepat, sewaktu-waktu dapat berganti.
2. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat berpindah tempat.
3. Belum melakukan administrasi keuangan, yang sederhana sekalipun dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
4. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.

5. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah.
6. Umumnya, belum memiliki akses perbankan, tetapi sebagian dari mereka sudah memiliki akses kelembagaan keuangan non-bank.
7. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.

Selain itu, usaha kecil dicirikan sebagai berikut :

1. Jenis barang atau komoditas yang diusahakan umumnya tidak mudah berubah.
2. Lokasi atau tempat usaha umumnya sudah menetap dan tidak berpindah-pindah.
3. Pada umumnya, sudah melakukan administrasi keuangan (walaupun masih sederhana), keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dari keuangan keluarga, dan sudah membuat neraca usaha.
4. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.
5. Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha.
6. Sebagian sudah memiliki akses perbankan dalam hal keperluan modal.
7. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik, seperti *business planning*.

Sementara itu, Renaningtyas (2016) menguraikan masalah yang dihadapi UMK terbagi menjadi 2 indikator, pertama dari segi internal antara lain kualitas sumber daya manusia, modal kerja, penyediaan bahan baku, kewirausahaan, organisasi, dan manajemen usaha. Kedua dari segi eksternal, meliputi pengadaan bahan baku, akses ke lembaga pembiayaan/kredit, pemasaran, persaingan, birokrasi, dan dukungan kebijakan ekonomi yang belum sepenuhnya berpihak pada UMK.

Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil

Menurut David (2009) dalam Amenda dan Nurmala (2013) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *join venture*. Olehnya itu strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi. Serta perlu mempertimbangkan factor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.

Adapun strategi pengembangan UMK menurut Kartasasmita (1996) dalam Putra dkk (2017) harus meliputi aspek-aspek, diantaranya:

1. Peningkatan akses kepada aset produktif, terutama modal, di samping teknologi, manajemen, dan segi lainnya.
2. Peningkatan akses pasar, yang meliputi suatu *spectrum* kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha hingga informasi pasar, bantuan produksi, serta sarana dan prasarana pemasaran. Khususnya bagi usaha kecil di pedesaan, prasarana mendasar akan sangat membantu adalah sarana perhubungan.
3. Pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting. Namun, perlu ditanamkan semangat jiwa wirausaha.
4. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Maka memperkuat pasar sangatlah penting, hal tersebut harus disertai dengan pengendalian agar proses berjalannya pasar tidak keluar dari apa yang diinginkan yang nantinya justru mengakibatkan kesenjangan. Untuk itu diperlukan intervensi-intervensi yang tepat dan tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah yang mendasar dalam suatu ekonomi bebas, tetapi tetap menjamin terjadinya pemerataan sosial (*social equity*).
5. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis dan telah terbukti berhasil bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Dalam sebuah proses pengembangan UMK, langkah awal yang perlu dilakukan ialah mengidentifikasi permasalahan, agar dapat menetapkan strategi yang tepat dalam proses pengembangannya. Menurut

Budiarto dkk (2015) apabila dipetakan secara umum, problematika yang berkembang pada UMK, dapat dicarikan solusi dengan melakukan peningkatan kualitas pada beberapa aspek diantaranya ;

1. Jaringan usaha

Upaya pengembangan jaringan usaha sendiri dapat dilakukan dengan pendekatan kluster. Kluster merupakan strategi umum yang diterapkan oleh industri rumah tangga. Menurut porter (1999) dalam Umami dkk (2017) kluster merupakan konsentrasi geografis usaha dan institusi yang saling berhubungan pada sektor tertentu. Dalam kluster terdapat pelaku inti, lembaga pendukung dan pemerintah. Industri inti merupakan pelaku utama kluster industri, sementara industri pemasok berhubungan dengan industri sebagai penyedia bahan baku yang akan diproses dan lembaga pendukung sebagai penyedia peralatan dan mesin serta penyedia modal.

Kluster yang lengkap akan membentuk rantai nilai (*value chain*) antar industri sehingga memiliki efek nilai tambah melalui peningkatan produktivitas yang diperoleh karena adanya spesialisasi produk. Sistem kluster mempunyai manfaat berupa efisiensi kolektif dan kerjasama kegiatan (Schmitz, 2002) dalam (Umami dkk, 2017).

Konsekuensi dari pendekatan kluster ini adalah komoditas yang diusahakan benar-benar terpilih, paling tidak mempunyai keunggulan komparatif, orang-orang yang ada di dalamnya mempunyai kesadaran dan kemauan cukup tinggi, perlu adanya aglomerasi dan kaitan hulu hilir, dan sarana serta prasarana pendukung yang memadai.

Melalui pendekatan kluster ini, diharapkan sebagian besar masalah UMK terpecahkan, tercipta sentra UMK yang memiliki spesialisasi produk dan keunggulan, dan berdaya saing. Melalui sentra produksi ini produktivitas meningkat serta keberlanjutan usaha akan mencapai karena adanya jaminan suplai bahan baku dan pemasaran produk.

Selain itu, pengembangan jaringan UMK dapat melalui kontak dengan berbagai pusat informasi bisnis, asosiasi-asosiasi dagang, sosialisasi dan pengenalan *e-commerce* bagi UMK, pendirian dan pembentukan pusat-pusat data bisnis UMK.

2. Teknologi Tepat Guna

Bagi suatu Negara, teknologi mempunyai posisi sentral dalam usahanya meraih berbagai target bisnis dan pertumbuhan serta perdagangan. Keunggulan teknologi berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, produktivitas usaha, serta dalam perdagangan dan daya saing. Bagi pengembangan UMK, teknologi memainkan peran sangat penting. UMK tidak akan berkembang tanpa adopsi dan pengembangan teknologi, dalam konteks ini adalah teknologi tepat guna.

Dalam konteks ini, proses transfer teknologi tepat guna menjadi salah satu inti tantangan. Pada proses tersebut, perlu dipertimbangkan dua aspek yakni teknologi tepat guna dan penyerapan teknologi tersebut yang masing-masing memiliki kriteria evaluasi tersendiri.

3. Diferensiasi Produk

Perusahaan dan tentunya UMK dituntut untuk mempertahankan atau bahkan memperkuat posisinya dipasar, hal ini terwujud antara lain dengan terus mampu memasok produk-produk berkualitas dengan harga yang kompetitif. Untuk itu perusahaan harus mampu secara fleksibel memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan diferensiasi produk. Hal ini menuntut kemampuan berinovasi dan juga pemasaran yang efektif. Inovasi dalam membuat diferensiasi produk menjadi salah satu pencapaian keunggulan UMK. Hal ini akan mendorong meningkatnya produktivitas, daya kompetisi dan meningkatkan potensi.

4. Manajemen Transformatif

Manajemen transformatif merupakan pendekatan untuk mendobrak pola pikir tradisional yang memandang bahwa hubungan antara pemimpin dan karyawan hanya dilandaskan atas *reward* yang di berikan. Dengan kata lain, faktor utama yang mendorong karyawan untuk bekerja hanya karena dibayar.

Menurut Santoso (2003) dalam Budiarto dkk (2015), terdapat empat pola perilaku dalam manajemen transformatif untuk menajakkan usahanya. Pertama, seorang pemimpin memiliki pengaruh besar terhadap karyawannya, ia memiliki semacam karisma dan menjadi model positif (panutan), bagi

karyawan. Kedua, pemimpin mengedepankan nilai-nilai budaya perusahaan, termasuk didalamnya menanamkan visi yang inspiratif, memiliki peran sebagai pembangkit semangat *team work* dan optimisme diantara sesama rekan kerja. Ketiga, perilaku ini terwujud dalam bentuk memberikan dorongan bagi para pengikutnya. Keempat, perilaku yang mempengaruhi para karyawannya untuk dapat memandang permasalahan dengan prespektif dan kesadaran yang jernih.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2009) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari Disperindagkop Halmahera Barat jumlah populasi UMK di Kabupaten Halmahera Barat berjumlah 958 unit usaha.

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Proportionate Stratified Random Sampling* dan *Sampling*

Purposive. Menurut Sugiyono (2009) metode *Proportionate Stratified Random Sampling* digunakan apabila populasi mempunyai unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Kemudian peneliti menggunakan metode *Sampling Purposive*. Menurut Sugiyono (2009) metode tersebut digunakan untuk penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis internal, analisis eksternal dan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Hal pertama yang dilakukan dalam menentukan matriks SWOT adalah mengetahui faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal. Penentuan berbagai faktor, bobot setiap faktor dan tingkat kepentingan setiap faktor didapatkan dari hasil wawancara dengan responden/narasumber yang berkompeten di bidangnya dan disesuaikan dengan kondisi lapangan.

Strategi pengembangan UMK, dianalisis dari hasil matriks *IFAS* dan *EFAS* yang kemudian dilanjutkan berbagai kombinasi dengan menggunakan matriks SWOT. Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treaths*). Analisis SWOT ini dituangkan dalam bentuk matriks SWOT yang menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT. secara ringkas gambaran dari matriks SWOT ini menurut Rangkuti (1997) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1 Matriks SWOT

	EFAS	Strength (S)	Weakness (W)
IFAS			
Opportunities (O)		Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T)		Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (1997)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT)

Faktor internal merupakan faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap upaya pengembangan UMK di Kabupaten Halmahera Barat. Faktor ini terdiri atas kekuatan yang mendukung kegiatan dan faktor kelemahan yang bertolak belakang dengan faktor sebelumnya. Faktor internal tersebut ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Faktor internal yang mempengaruhi pengembangan UMK Kabupaten Halmahera Barat

No	Faktor Internal
	Kekuatan (<i>Strength</i>)
1	Penyerapan tenaga kerja
2	Efisiensi Waktu Produksi
3	Pemanfaatan media online
4	Tempat strategis, aman, dan nyaman
5	Bantuan dan dukungan dari pemerintah
	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1	Tingkat pendidikan dan keterampilan tenaga kerja yang rendah
2	Lemahnya manajemen usaha
3	Peralatan yang digunakan masih manual dan sederhana
4	Tidak ada kerja sama antar UMK
5	Rendahnya akses permodalan pada lembaga keuangan

No	Faktor Internal
	Kekuatan (<i>Strength</i>)
1	Penyerapan tenaga kerja
2	Efisiensi Waktu Produksi
3	Pemanfaatan media online
4	Tempat strategis, aman, dan nyaman
5	Bantuan dan dukungan dari pemerintah
	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1	Tingkat pendidikan dan keterampilan tenaga kerja yang rendah
2	Lemahnya manajemen usaha
3	Peralatan yang digunakan masih manual dan sederhana
4	Tidak ada kerja sama antar UMK

5	Rendahnya akses permodalan pada lembaga keuangan
---	--

Selain faktor internal yang berasal dari dalam, faktor eksternal merupakan faktor yang juga dapat berdampak pada pengembangan UMK di Kabupaten Halmahera Barat. Faktor ini terdiri atas peluang dan ancaman yang mungkin timbul dalam kegiatan pengembangan UMK di Kabupaten Halmahera Barat. Faktor-faktor tersebut ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 3 Faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan UMK Kabupaten Halmahera Barat

No	Faktor Eksternal
	Peluang (<i>opportunities</i>)
1	Tersedia bahan baku yang melimpah
2	Banyaknya permintaan/luasnya pangsa pasar
3	Bermitra dengan pemerintah/pihak lain
4	Program pelatihan kewirausahaan
5	Diferensiasi dan inovasi produksi
	Ancaman (<i>Treaths</i>)
1	Semakin banyak kompetitor dari Kab/Kota lain
2	Keterbatasan bahan baku
3	Krisis akibat factor covid
4	Pasukan harga bahan baku yang terus meningkat

Pengembangan UMK dilakukan dengan melihat faktor internal dan eksternal. Setelah mengelompokkan beberapa 40faktor internal dan eksternal, langkah selanjutnya adalah menyusun matriks analisis IFAS dan EFAS berdasarkan hasil kuisioner yang disebar kepada responden. Penilaian IFAS dan EFAS dilakukan dengan cara mengalikan bobot dan rating bobot. Bobot dihitung mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (sangat penting). Jumlah bobot untuk kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) adalah 1,00 demikian pula dengan jumlah bobot peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threaths*) juga 1,00.

Matriks analisis IFAS dan EFAS tercantum pada Tabel 3 dan 4 berikut ini:

Tabel 3 Matriks Analisis IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan (<i>Strength</i>)			
1	Penyerapan tenaga kerja	0.1056	3	0.3168
2	Efisiensi Waktu Produksi	0.1182	3.4	0.40188
3	Pemanfaatan media online	0.0785	2	0.157
4	Tempat strategis, aman, dan nyaman	0.1227	3.26667	0.400820409
5	Bantuan dan dukungan dari pemerintah	0.0857	2	0.1714

	Sub Total	0.5107	13.66667	1.4479
	Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1	Tingkat pendidikan dan keterampilan tenaga kerja yang rendah	0.0957	2	0.1914
2	Lemahnya manajemen usaha	0.1038	2.03333	0.211059654
3	Peralatan yang digunakan masih manual dan sederhana	0.1074	2.83333	0.304299642
4	Tidak ada kerja sama antar UMK	0.0785	1.96667	0.154383595
5	Rendahnya akses permodalan pada lembaga keuangan	0.1038	2.46667	0.256040346
	Sub Total	0.4892	11.3	1.117183
	Total	1	24.96667	2.565084

Tabel 4 Matriks Analisis EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang (<i>opportunities</i>)			
1	Tersedia bahan baku yang melimpah	0.13623	3.53333	0.481346
2	Banyaknya permintaan/luasnya pangsa pasar	0.14228	3.6	0.512208
3	Bermitra dengan pemerintah/pihak lain	0.08779	1.6	0.140464
4	Program pelatihan kewirausahaan	0.10494	2	0.20988
5	Diferensiasi dan inovasi produksi	0.0999	2.43333	0.24309
	SubTotal	0.57114	13.16666	1.586987
	Ancaman (<i>Treats</i>)			
1	Semakin banyak pesaing dari Kab/Kota lain	0.10091	2.4	0.242184

2	Keterbatasan bahan baku	0.11403	2.46667	0.281274
3	Krisis akibat covid	0.09788	2.46667	0.241438
4	Pasukan harga bahan baku yang terus meingkat	0.11604	2.73333	0.317176
	Sub Total	0.42886	10.06667	1.082072
	Total	1	23.2333	2.669059

Dari hasil analisis pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa faktor kekuatan (*strength*) mempunyai total skor 1,4479 sedangkan kelemahan (*weakness*) mempunyai total skor 1,117183 Sehingga total antara kekuatan dan kelemahan adalah 2,565084. Pada Tabel 4 dapat dilihat Skor peluang (*opportunities*) mempunyai jumlah total 1,586987 sedangkan ancaman (*threats*) mempunyai jumlah total 1,082072 sehingga total antara peluang dan ancaman adalah 2,669059. Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel. 5.

Tabel 5
Matriks SWOT faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan UMK Kabupaten Halamhera Barat

IFAS EFAS	S 1,4479	W 1,117183
O 1,586987	SO $1,4479 + 1,586987$ $= 3,034887$	WO $1,117183 + 1,586987$ $= 2,70417$
T 1,082072	ST $1,4479 + 1,082072$ $= 2,529972$	WT $1,117183 + 1,082072$ $= 2,199255$

Susunan strategi alternative berdasarkan urutan prioritas yang diperoleh dari pembobotan matriks SWOT disajikan pada Tabel 6

Tabel 6 Urutan Alternatif Strategi SWOT

Prioritas	Strategi	Bobot Nilai
I	Strength – Opportunities (SO)	3.034887
II	Weakness – Opportunities (WO)	2.70417
III	Strenght – Threats (ST)	2.529972
IV	Weakness – Threats (WT)	2.199255

Berdasarkan urutan alternatif strategi SWOT pada Tabel 6, alternatif strategi yang mendapat bobot paling tinggi adalah kekuatan – peluang (*Strength – Opportunity*) dapat diterjemahkan sebagai strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pengembangan UMK Kabupaten Halmahera Barat disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7 Strategi *Strength-Opportunities*

No	Faktor Internal	Faktor Eksternal
	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Peluang (<i>opportunities</i>)
1	Penyerapan tenaga kerja	Tersedia bahan baku yang melimpah
2	Efisiensi Waktu Produksi	Banyaknya permintaan/luasnya pangsa pasar
3	Pemanfaatan media online	Bermitra dengan pemerintah/pihak lain
4	Tempat strategis, aman, dan nyaman	Program pelatihan kewirausahaan
5	Bantuan dan dukungan dari pemerintah	Diferensiasi dan inovasi produk
Strategi SO		
1	Meningkatkan Sarana Prasarana dan pelatihan-pelatihan kewirausahaan untuk menciptakan produk-produk yang inovatif	
2	Memperluas jaringan usaha melalui pemanfaatan media online dan bekerja sama dengan UMK/pihak lainnya	
3	Meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha dan menggunakan teknologi yang tepat guna	
4	Meningkatkan modal usaha untuk Mengembangkan produktifitas	

Pembahasan

Strategi pengembangan UMK Kabupaten Halmahera Barat dapat dibagi dalam empat kelompok yaitu strategi SO, WO, ST dan WT. Masing-masing strategi memiliki keunggulan dan prioritas yang berbeda. Hal ini berkaitan dengan faktor internal dan eksternal yang mempunyai pengaruh besar terhadap pengembangan UMK Kabupaten Halmahera Barat. Hasil perumusan matriks IFAS dan EFAS, berdasarkan strategi SO, WO, ST dan WT dilakukan pembobotan penilaian untuk menentukan skala prioritasnya. Matriks SWOT yang telah disusun berdasarkan bobot skala prioritasnya tersebut, selanjutnya disusun suatu strategi pengembangan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan meminimalkan ancaman yang mungkin terjadi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 pilihan strategi yang bisa dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kabupaten Halmahera Barat antara lain meningkatkan sarana dan prasarana pendukung serta meningkatkan mengikuti pelatihan kewirausahaan untuk menciptakan produk yang kreatif dan inovatif, memperluas jaringan usaha melalui pemanfaatan media online dan menjalin kemitraan dengan pelaku usaha lainnya. Meningkatkan kemampuan manajerial dan penggunaan teknologi yang update. Meningkatkan modal usaha serta produktivitas usaha dalam jangka panjang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada UMK Kabupaten Halmahera Barat terdapat faktor pendukung dan penghambat pengembangan UMK di Kabupaten Halmahera Barat. Faktor pendukung di antaranya :

1. Banyaknya bahan baku yang tersedia
2. Tersedia banyaknya tenaga kerja
3. Efesiennya waktu produksi

Faktor penghambat diantaranya :

1. Tingkat pendidikan dan keterampilan relative masih rendah
2. Rendahnya akses permodalan pada lembaga keuangan
3. Minimnya sarana prasarana penunjang UMK
4. Manajemen usaha belum maksimal

DAFTAR PUSTAKA

- Alyas dan Rakib M. 2017. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros)". Volume 19 No. 2 : 114 – 120.
- Amenda T., dan Nurmala. 2013. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus Perkampungan Industri Kecil, Cakung, Jakarta Timur)". Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Anggraeni F., Hardjanto I., Hayat A. 2008. "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) 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)*, Vol. 1, No. 6, Hal. 1286-1295
- BPS Provinsi Maluku Utara. 2019. Analisis Hasil Se2016 Lanjutan Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil Provinsi Maluku Utara.
- BPS Kabupaten Halmahera Barat. 2018. Kabupaten Halmahera Barat Dalam Angka.
- BPS Kabupaten Halmahera Barat. 2018. Indikator Ketenagakerjaan.
- Fajar F.P., Zhikry F., Bramantyo A.N., Eka N.S, Noor W., Puput W.B. dan Adi H.P. 2019. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Di Kota Samarinda". *Jurnal Riset Inossa*, Volume 1, Nomor 1. Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah (Balitbangda) Provinsi. Kalimantan Timur.
- Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM. 2019. Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Kabupaten Halmahera Barat Tahun 2013-2019. Kabupaten Halmahera Barat
- Hasyim A. 2013. "Pemetaan Kawasan Sentra Produksi Bagi Pengembangan UMKM". Provinsi Maluku Utara
- Kementerian Keuangan. 2012. "Kebijakan Antisipasi Krisis Tahun 2012 Melalui Program Kredit Usaha Rakyat". Badan Kebijakan Fiskal Pusat Pengelolaan Risiko Fiskal

Kementerian Koperasi dan UKM. 2018. Perkembangan Data Usaha Mikro dan Kecil Tahun 2010-2018

Kurnia A. 2018. Strategi Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pengelolaan Hasil Perikanan Dalam Rangka Penanggulangan Kemiskinan Masyarakat Pesisir : Studi Kasus Kota Tegal Provinsi Jawa Tengah. Tesis. Program Pascasarjana Universitas Terbuka, Jakarta. 2018.

Langgeng R., Putra, Mindarti L., Hidayati F. 2013. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Ekonomi Kreatif Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan (Studi Pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Magetan)". Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1998 Tentang Pembinaan Dan Pengembangan Usaha Kecil Presiden Republik Indonesia.

Polnaya G. 2015. "Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Ukm Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah". Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro

Primatami A. dan Hidayati N. 2019. "Perkembangan Usaha Mikro Kecil (Umk) Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006 – 2016". Vol. 21 No. 03. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.

Rangkuti F. 2014. *Teknik Membedah Kasus Bisnis : Analisis SWOT*. Cetakan Delapan Belas, Jakarta : PT Gramedia

Renaningtyas L. D. 2016. "Strategi Pengembangan Umkm Dan Industri Kreatif Sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi Indonesia". Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Universitas Tidar

Risnawati N. 2018. "Profil Umk, Permasalahan Dan Upaya Pemberdayaannya Di Kabupaten Sumedang". Vol 9, Nomor 1, 13 – 29. Institut Manajemen Koperasi Indonesia.

Roheni M. 2014. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat". Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Administrasi Negara Universitas Wiraraja.

Santoso, A. 2008. "Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus di UKM Kambing Desa Cikarawang Kecamatan Darmaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat). skripsi. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Cet. Empat belas. Bandung : Alfabeta

Tambunan, T. 2012. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia : Isu-isu Penting*. Cet. Pertama, Jakarta : LP3ES

Tambunan, T. 2017. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia*. Cet. Pertama, Bogor : Galia Indonesia.

Tambunan, T. 2013. *Umkm Indonesia*. Jakarta : Universitas Trisakti

Tanjung, M. Azrul. 2016. *Koperasi dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*. Jakarta : Erlangga

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah

Waluyo F. 2018. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus: Perkampungan Industri Karanganyar Pesawaran)". Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung Bandar Lampung.