

---

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA KALAENA KIRI KABUPATEN LUWU TIMUR

Munawir<sup>1</sup>, Erwina<sup>2</sup>, Dewi Hardianti Sahabuddin<sup>3</sup>, Adia Pramesti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Andi Djemma

email: [munawir@unanda.ac.id](mailto:munawir@unanda.ac.id)

### Abstract

*This study aims to determine and analyze the MSME Development Strategy in Kalaena Kiri Village, East Luwu Regency. Data collection was carried out by observation, interviews, and questionnaires. The number of samples used was 46 respondents. The data analysis used was the SWOT matrix to determine strengths, weaknesses, opportunities and threats. The results of the study showed that there are 7 strategies that can be used to develop MSMEs in Kalaena Kiri Village, East Luwu Regency, namely 1) Utilizing advances in technology and information to continue to innovate products. 2) Collaborating with universities to conduct research, develop new products, improve product quality, and improve the process of recording financial transactions systematically. 3) increasing online sales and optimizing promotions through social media platforms by utilizing technological developments. 4) Utilizing business legality programs provided by the government to support MSMEs in obtaining business permits. 5) Utilizing government programs related to MSMEs to participate in training and HR development. 6) Increasing the comfort of the place and location of the business and always using quality raw materials to face the increasingly high level of MSME competition. 7) Meet product legality and safety standards to anticipate customers who are increasingly careful about the legality of businesses and products.*

**Keywords:** Development Strategy, UMKM, SWOT.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Pengembangan UMKM Di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara serta kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan 46 responden. Analisis data yang digunakan yaitu analisis matriks SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 7 strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan UMKM di Di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur yaitu 1) Memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi untuk terus melakukan inovasi produk. 2) Bekerja sama dengan perguruan tinggi untuk melakukan riset pengembangan produk baru, meningkatkan kualitas produk, serta memperbaiki proses pencatatan transaksi keuangan secara sistematis. 3) meningkatkan penjualan secara online serta mengoptimalkan promosi melalui platform media sosial dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. 4) Memanfaatkan program legalitas usaha yang disediakan oleh pemerintah untuk mendukung UMKM dalam memperoleh izin usaha. 5) Memanfaatkan program pemerintah terkait UMKM untuk berpartisipasi dalam pelatihan dan pengembangan SDM. 6) Meningkatkan kenyamanan tempat dan lokasi bisnis serta selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk menghadapi Tingkat persaingan UMKM yang semakin tinggi. 7) Memenuhi standar legalitas dan keamanan produk untuk megantisipasi Pelanggan yang semakin teliti mengenai legalitas bisnis dan produk.

**Kata kunci:** Strategi Pengembangan, UMKM, SWOT.

---

### Sekretariat

Editorial Office: Program Studi Manajemen Universitas Fajar –  
Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: [pomajurnal@gmail.com](mailto:pomajurnal@gmail.com)

OJS: <https://journal.unifa.ac.id/index.php/POMAJURNAL/index>

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga UMKM memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian suatu daerah maupun suatu negara. Selain meningkatkan pendapatan masyarakat UMKM juga mampu mengurangi jumlah pengangguran di suatu wilayah karena UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan menyerap lebih banyak tenaga kerja. UMKM merupakan salah satu usaha yang mempunyai keunggulan dalam kemampuan penyerapan tenaga kerja yang sangat besar. Sehingga peran UMKM tidak hanya meningkatkan pertumbuhan ekonomi tetapi juga mempunyai peran penting dalam mengatasi masalah pengangguran di Indonesia (Hidayah et al., 2019). UMKM adalah sebuah usaha yang dijalankan oleh orang perorangan, rumah tangga ataupun badan usaha kecil yang bersifat produktif serta memenuhi kriteria usaha mikro, kecil dan menengah yang diatur dalam undang – undang. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor produksi mandiri yang dapat dikelola oleh swasta atau badan hukum di semua sektor ekonomi (Handayani Dewi et al., 2023). UMKM merupakan salah satu usaha yang menjadi penggerak utama dalam ekonomi negara dan turut serta dalam mendorong pemerataan ekonomi di Indonesia.

Di Indonesia salah satu jenis usaha yang berkembang dalam masyarakat adalah UMKM, dimana merupakan suatu kegiatan bisnis yang bergerak diberbagai bidang usaha tertentu, UMKM dikenal sebagai usaha yang mampu mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki potensi usaha yang cukup baik, dan dapat dibuktikan bahwa dengan semakin berkembangnya UMKM maka tingkat penyerapan tenaga kerja juga semakin meningkat (Pontoh & Budiarso, 2020). UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, mendukung proses pemerataan dan mendorong pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan kestabilan nasional. UMKM juga merupakan aktor besar dalam penyediaan lapangan kerja yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga, bahkan pendapatan nasional. UMKM daerah mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan bidang usahanya untuk mengaitkan unsur-unsur tradisi atau kebudayaan masyarakat setempat. Oleh karena itu, pelaku UMKM daerah berpeluang memperluas usaha atau produknya untuk berkontribusi dalam perkembangan ekonomi daerah (Kurniasari & Roidah, 2023).

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 mengenai usaha mikro kecil & menengah menerangkan bahwa: 1) usaha mikro dapat diartikan sebagai kegiatan usaha yang produktif atas kepemilikan orang perorangan atau badan usaha perorangan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam UU; 2) usaha kecil merupakan aktivitas usaha ekonomi yang produktif dan berdiri sendiri, kegiatan usaha ini dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha bukan cabang perusahaan yang dimiliki, sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam UU; dan 3) usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan kegiatan usaha ini di kerjakan oleh orang perorangan atau badan usaha bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung serta sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan dalam UU.

Strategi adalah perencanaan jangka panjang yang disusun untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu. Strategi dapat berupa keunggulan kompetitif yang membantu organisasi bersaing, bekerja secara efektif, dan efisien. Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. strategi digunakan untuk mengantisipasi perubahan lingkungan, pelaku usaha membutuhkan strategi dalam memutuskan setiap langkah yang akan diambil. Strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strate-gos* yang memiliki arti sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal untuk memenangkan sebuah pertempuran, Strategi juga dapat dikatakan sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan (Destama, 2020). Strategi merupakan rencana tindakan atau rangkaian kegiatan perusahaan/usaha termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai

sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan.

Pengembangan adalah suatu upaya yang digunakan untuk mengembangkan pengetahuan konseptual, teoritis, teknis, moral, dan sesuai dengan kebutuhan melalui pelatihan dan pendidikan. Strategi pengembangan merupakan instrumen untuk mencapai tujuan jangka panjang yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, atau daerah setempat melalui persiapan dan pemberian bantuan untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan usaha yang lebih maju. Pengembangan UMKM merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dalam menggarap perekonomian daerah. Pengembangan UMKM pada dasarnya merupakan kewajiban bersama antara pemerintah dan masyarakat. Sejalan dengan itu, peran pemerintah dan daerah sangat penting dalam memperluas peningkatan UMKM. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang dilakukan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing UMKM (Hamzah, 2022).

Kabupaten Luwu Timur adalah salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kabupaten ini berasal dari pemekaran Kabupaten Luwu Utara yang disahkan dengan UU Nomor 7 Tahun 2003 pada tanggal 25 Februari 2003. Kabupaten Luwu Timur terdiri dari 11 kecamatan yaitu diantaranya kecamatan Angkona, Burau, Kalaena, Malili, Mangkutana, Nuha, Tomoni, Tomoni Timur, Towoti, Wasuponda dan Wotu. Kecamatan kalaena sendiri terdiri dari beberapa desa dimana salah satunya adalah Desa Kalaena Kiri. Desa Kalaena Kiri adalah sebuah desa yang berada di Kecamatan Kalaena, Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Desa kalaena kiri terletak di ibu kota kecamatan dan memiliki 669 kepala keluarga. Desa kalaena kiri berjarak 69 km dari ibu kota kabupaten.

UMKM di Desa Kalaena Kiri memiliki potensi besar untuk dikembangkan, terutama jika melihat ketersediaan sumber daya alam yang melimpah di berbagai sektor, seperti pertanian, perkebunan, industri, dan sektor lainnya. Dengan kekayaan alam yang ada, Desa Kalaena Kiri sebenarnya memiliki peluang yang sangat baik untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui UMKM. Namun, dalam upaya pengembangannya, UMKM di desa ini masih dihadapkan pada berbagai hambatan dan kendala. Adapun berbagai hambatan dan kendala tersebut seperti Keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman dalam bidang usaha, keterbatasan teknologi dan pengetahuan terkait UMKM, kurangnya pendidikan dan pelatihan, kurangnya modal pribadi untuk usaha serta lemahnya jaringan usaha. Dengan berbagai hambatan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM tersebut maka diperlukan strategi yang tepat untuk dapat menyelesaikan berbagai masalah tersebut sehingga dapat memajukan dan mengembangkan UMKM di Desa Kalaena Kiri. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka penulis mengambil judul Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah suatu upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal meliputi peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Strategi pengembangan merupakan pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh sebuah Organisasi maupun perusahaan dimasa mendatang dan bagaimana cara dalam mencapai keadaan yang telah diinginkan tersebut. strategi pengembangan adalah upaya mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran dan sumber daya perusahaan dengan peluang-peluang pasar yang selalu berubah, sehingga dapat menghasilkan laba dan pertumbuhan yang memuaskan (Dwiyanti, 2021).

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi pada masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.

Strategi pengembangan UMKM merupakan upaya atau jalan yang tepat dalam proses mengembangkan atau meningkatkan kualitas UMKM agar dapat mencapai tujuan yang maksimal dan menciptakan UMKM yang lebih baik dan berkembang. Strategi pengembangan UMKM adalah rencana yang disatukan untuk mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah agar dapat bersaing dan bertahan dalam menghadapi tantangan bisnis. Strategi yang dipilih untuk mengembangkan UMKM akan menentukan hasil akhir atau tujuan. Semakin tepat strategi yang dipilih saat mengembangkan UMKM, maka akan semakin baik pula hasil yang diperoleh para pelaku UMKM (Trijayanti, 2021).

Strategi pengembangan UMKM bertujuan untuk menciptakan sebanyak mungkin UMKM yang memiliki daya saing untuk mencapai usaha yang dinamis dan berkelanjutan. Kualifikasi ini dapat dinyatakan tercapai apabila UMKM memenuhi syarat sebagai berikut (Trijayanti, 2021):

- a. Kelestarian produk yang dinamis, UMKM dapat terus menerus menyediakan produk yang memenuhi kebutuhan pasar yang sangat dinamis. Dinamika pasar tidak hanya mempengaruhi kuantitas produk saja, tetapi juga keragaman, kualitas, dan pelayanan.
- b. Kelestarian dinamis proses produksi. Kelestarian produk berarti persyaratan bagi UMKM untuk dapat melaksanakan proses produksinya secara lestari. Kesenambungan rantai produksi dari bahan baku hingga produk akhir terjamin. Jaminan kualitas dilakukan pada produk untuk mencapai peningkatan kualitas yang berkelanjutan.
- c. Kelestarian sumber daya yang dinamis. Proses produksi yang terkait dengan tujuan bisnis dilakukan tanpa mengorbankan daya dukung beban lestari yang harus disediakan oleh lingkungan. Eksploitasi sumber daya alam tidak berlebihan dan selalu berlangsung dalam kerangka kelestarian yang berkelanjutan. Demikian pula orang-orang yang berperan dalam menggerakkan seluruh kegiatan UMKM terus dikembangkan secara optimal.
- d. Kelestarian peran strategis yang dinamis. UMKM dapat memainkan peran yang berkelanjutan dan dinamis dalam memperkuat aspek ekologi, sosial, dan ekonomi bangsa dan negara. Dengan demikian, UMKM menjadi salah satu kunci terpenting bagi bangsa dan ketahanan serta kedaulatannya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur dengan waktu Penelitian dilakukan selama tiga bulan terhitung mulai penelitian ini dilakukan di tahun 2024. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui penyebaran kuesioner, wawancara serta observasi secara langsung. Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sedangkan sumber data utamanya adalah data primer. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur yang berjumlah 46 orang. Analisis data utama yang digunakan adalah analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah metode analisis yang digunakan untuk perencanaan strategis dan manajemen strategis dalam organisasi. Metode ini menganalisis kekuatan (*strength*) yang menjadi faktor bersaing dengan kompetitor, kelemahan (*weakness*) yang harus diperbaiki agar perusahaan dapat bertumbuh, peluang (*opportunity*) yang dapat dimanfaatkan oleh usaha, serta ancaman (*threat*) yang dihadapi oleh usaha (Vincent et al., 2022). Adapun beberapa tahapan dalam melakukan SWOT adalah Tahap Identifikasi dan Tahap Pencocokan.

Tahap identifikasi adalah tahap pengumpulan informasi untuk merumuskan strategi. Pada tahap ini dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal pada UMKM di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur. Analisis lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan, analisis lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman. Tahap identifikasi menggunakan alat analisis berupa matriks IFE dan EFE (Arifin, 2020). Tahap pencocokan adalah tahap untuk mencocokkan kekuatan dan kelemahan (internal) serta mencocokkan peluang dan ancaman (eksternal). Tahap pencocokkan digunakan untuk mengetahui posisi organisasi agar dapat mengetahui strategi alternatif yang layak digunakan. Pada tahap pencocokkan digunakan matriks IE dan Matriks SWOT (Arifin, 2020). Matriks IE berguna untuk menampilkan posisi organisasi dalam diagram skematis dengan tampilan sembilan sel. Identifikasi sembilan sel tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama. Sedangkan matriks SWOT merupakan matching tools yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi bagi Perusahaan.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Tahap Identifikasi

Pada tahap ini dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal pada UMKM di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur.

#### a. Analisis Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Analisis Matriks IFE digunakan untuk menghitung skor faktor Internal yang bersumber dari kekuatan dan kelemahan UMKM di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur.

Tabel 1. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	Memiliki tujuan usaha yang jelas	0,068	4	0,272
2	Melakukan pencatatan transaksi keuangan secara sistematis	0,069	3	0,206
3	Modal usaha menggunakan modal pribadi	0,068	4	0,271
4	Mempunyai sasaran pasar yang jelas	0,069	4	0,276
5	Memperkenalkan produk kepada pelanggan yang ditargetkan	0,072	4	0,287
6	Harga jual produk yang ditawarkan cukup bersaing	0,073	4	0,293
7	Bahan baku yang dipilih merupakan bahan baku berkualitas	0,069	4	0,276
8	Terus melakukan Inovasi produk	0,068	4	0,272
9	Kenyamanan tempat dan lokasi bisnis yang mudah dijangkau	0,073	3	0,220
10	Sarana dan prasarana yang memadai	0,073	4	0,291
<b>Total</b>				<b>2,664</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Belum memiliki visi dan misi usaha	0,041	2	0,081
2	Belum mengelola dana pribadi dan usaha secara terpisah	0,039	4	0,157
3	Belum mempunyai struktur organisasi yang resmi	0,031	3	0,092
4	Sebagian UMKM belum mempunyai label pada kemasan produk	0,036	3	0,109
5	Sebagian UMKM belum memiliki legalitas usaha	0,040	4	0,158
6	Manajemen persediaan bahan baku belum cukup baik	0,037	3	0,011
7	Belum semua UMKM melakukan penjualan secara online	0,041	2	0,081

8	Kurangnya partisipasi dalam pelatihan dan pengembangan SDM	0,035	3	0,104
<b>Total</b>				<b>0,893</b>
<b>Total Keseluruhan</b>		<b>1,000</b>		<b>3,557</b>

*Sumber: Data diolah (2024)*

Nilai skor rata-rata dari analisis lingkungan internal yaitu sebesar 3.557. Dengan total skor kekuatan sebesar 2,664 Dimana dari aspek kekuatan indikator dengan nilai skor tertinggi yaitu Harga jual produk yang ditawarkan cukup bersaing Sedangkan total skor untuk kelemahan sebesar 0,893 yang mana kelemahan UMKM di Desa Kalaena Kiri dengan skor tertinggi yaitu Mempunyai struktur organisasi yang resmi.

#### b. Analisis Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Analisis Matriks EFE digunakan untuk menghitung skor faktor eksternal yang bersumber dari peluang dan ancaman UMKM di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur.

Tabel 2. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1	Perkembangan teknologi dan informasi yang dapat membantu pelaku UMKM	0,116	4	0,466
2	Fokus penelitian dan pengabdian masyarakat di perguruan tinggi yang berkaitan dengan UMKM	0,119	2	0,239
3	Lokasi Desa Kalaena Kiri yang strategis	0,118	4	0,470
4	Ketersediaan bahan baku yang melimpah di Desa Kalaena Kiri	0,115	4	0,459
5	Program pemerintah terkait UMKM yang semakin kuat	0,111	4	0,445
6	Banyaknya lembaga permodalan yang dapat membantu	0,122	3	0,365
7	Peluang pangsa pasar yang luas	0,112	4	0,449
<b>Total</b>				<b>2,893</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Pelanggan yang semakin teliti mengenai legalitas bisnis dan produk	0,059	2	0,117
2	Peraturan Pemerintah terkait Legalitas Usaha	0,064	3	0,191
3	Tingkat persaingan pelaku UMKM yang semakin tinggi	0,064	2	0,129
<b>Total</b>				<b>0,437</b>
<b>Total Keseluruhan</b>		<b>1,000</b>		<b>3,330</b>

*Sumber : Data diolah (2024)*

Nilai skor rata-rata dari analisis lingkungan eksternal yaitu sebesar 3.330. Dengan total skor peluang sebesar 2,893 Dimana dari aspek peluang indikator dengan nilai skor tertinggi yaitu Lokasi Desa Kalaena Kiri yang strategis Sedangkan total skor untuk kelemahan sebesar 0,437 yang mana kelemahan UMKM di Desa Kalaena Kiri dengan skor tertinggi yaitu Tingkat persaingan pelaku UMKM yang semakin tinggi.

## 2. Tahap Pencocokan

Tahap pencocokan adalah tahap untuk mencocokkan kekuatan dan kelemahan (internal) serta mencocokkan peluang dan ancaman (eksternal). Tahap pencocokkan digunakan untuk mengetahui posisi organisasi agar dapat mengetahui strategi alternatif yang layak digunakan. Pada tahap pencocokkan digunakan Matriks IE dan Matriks SWOT.

**Total Skor Faktor Internal**

	4.0	3.0	2.0	1.0
Total skor faktor Eksternal	Grow and Build (I)	Grow and Build (II)	Hold and Maintain (III)	
	Grow and Build (IV)	Hold and Maintain (V)	Harvest or Divest (VI)	
	Hold and Maintain (VII)	Harvest or Divest (VIII)	Harvest or Divest (IX)	

Gambar 1. Matriks Internal-Eksternal UMKM Desa Kalaena Kiri

Dari matriks IFE dengan jumlah skor 3.557 dan matriks EFE sebesar 3.330, posisi pengembangan UMKM di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur berada pada kuadran I yaitu Grow and Build. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk digunakan dalam mengembangkan UMKM di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur adalah strategi intensif dan integratif.

Tahap pencocokan yang kedua yaitu dengan menggunakan matriks Kekuatan atau Strengths, Kelemahan atau Weakness, Peluang atau Opportunities, Ancaman atau Threats (SWOT). Berdasarkan matriks SWOT di atas maka diperoleh 7 strategi pengembangan UMKM Di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur yang terdiri dari 2 strategi S-O, 3 strategi W-O, 1 strategi S-T, dan 1 strategi W-T, adapun 7 strategi tersebut yaitu:

- a. Memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi untuk terus melakukan inovasi produk
- b. Bekerja sama dengan perguruan tinggi untuk melakukan riset pengembangan produk baru, meningkatkan kualitas produk, serta memperbaiki proses pencatatan transaksi keuangan secara sistematis
- c. Meningkatkan penjualan secara online serta mengoptimalkan promosi melalui platform media sosial dengan memanfaatkan perkembangan teknologi
- d. Memanfaatkan program legalitas usaha yang disediakan oleh pemerintah untuk mendukung UMKM dalam memperoleh izin usaha
- e. Memanfaatkan program pemerintah terkait UMKM dalam pembuatan label kemasan produk serta berpartisipasi dalam pelatihan dan pengembangan SDM
- f. Meningkatkan kenyamanan tempat dan lokasi bisnis serta selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk menghadapi Tingkat persaingan UMKM yang semakin tinggi
- g. Memenuhi standar legalitas dan keamanan produk untuk megantisipasi Pelanggan yang semakin teliti mengenai legalitas bisnis dan produk

## PEMBAHASAN

Strategi Intensif merupakan strategi yang memerlukan upaya-upaya yang intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif suatu usaha melalui produk-produk yang sudah ada. Strategi integratif merupakan proses yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing, efisiensi, antar pangsa pasar dengan cara memperluas pengaruhnya ke daerah-daerah yang baru. Strategi ini meliputi strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk karena strategi-strategi tersebut dalam pelaksanaannya memerlukan upaya-upaya yang intensif untuk meningkatkan jumlah posisi kompetitif suatu usaha melalui produk-produk yang sudah ada. Strategi Penetrasi Pasar merupakan strategi yang berupaya untuk meningkatkan pangsa pasar suatu produk atau jasa yang sudah ada melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih intensif dan lebih besar. Strategi Pengembangan Pasar merupakan

strategi yang bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk atau jasa yang sudah ada ke daerah-daerah yang secara geografis masih baru. Strategi Pengembangan Produk bertujuan membangun suatu bisnis untuk meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki, menyempurnakan, dan memodifikasi produk atau layanan yang sudah ada.

Strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM antara lain dengan memperbanyak promosi, memperluas jalur distribusi, atau memperbaiki strategi harga agar lebih kompetitif. Selain itu, promosi seperti diskon atau penawaran khusus dapat dilakukan untuk menarik minat beli. Usaha mikro atau usaha kecil dapat memanfaatkan media sosial secara lebih efektif untuk mengenalkan produknya kepada konsumen yang lebih luas. Dengan memanfaatkan media sosial, mereka dapat memperluas jangkauan dan mengenalkan produk atau jasa ke daerah-daerah baru yang sebelumnya belum mengenal produk tersebut baik secara nasional maupun internasional. Selain itu, untuk meningkatkan daya beli, suatu usaha juga dapat meningkatkan kualitas produk, melakukan inovasi produk seperti menyempurnakan produk yang sudah ada atau bahkan menciptakan produk baru, menciptakan varian rasa atau desain produk yang lebih menarik sesuai dengan kebutuhan konsumen yang terus berkembang. UMKM juga dapat memberikan nilai tambah pada produk, misalnya melalui sertifikasi halal, organik, atau kemasan yang ramah lingkungan, yang meningkatkan daya tarik pasar. Evaluasi kinerja produk secara berkala dan penerapan perbaikan keberlanjutan produk tetap relevan dan kompetitif. Dengan strategi ini, UMKM dapat menciptakan produk yang unggul, menarik pelanggan, dan memperluas pasar.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM di Desa Kalaena Kiri.

### **1. Memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi untuk terus melakukan inovasi produk**

Untuk mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM desa, pemanfaatan teknologi dan informasi menjadi kunci utama. Dengan kemajuan teknologi yang pesat, UMKM kini memiliki akses ke berbagai perangkat dan platform yang dapat mereka gunakan untuk menciptakan produk baru yang unik dan mengembangkan produk yang sudah ada menjadi lebih menarik dan inovatif. Inovasi merupakan kunci untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Menurut Hadiwantoro (2024) Inovasi dapat berupa inovasi produk, proses, atau model bisnis. Menurut penelitian dalam *Jurnal Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, perusahaan yang berinovasi cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dan mampu menghadapi perubahan pasar dengan lebih efektif. Inovasi memungkinkan sebuah usaha untuk memberikan nilai yang unik kepada konsumen, yang dapat menjadi pembeda utama dari pesaing. Inovasi sering kali didorong oleh kemampuan untuk memanfaatkan teknologi baru dan menerapkannya dalam operasi bisnis.

Teknologi tidak hanya mempercepat proses pengembangan produk, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas. Dengan kemajuan teknologi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kini memiliki kesempatan yang lebih luas untuk mengakses berbagai informasi penting terkait pengembangan usaha, seperti tren pasar yang berubah, preferensi konsumen yang semakin beragam, serta inovasi produk yang saat ini diminati masyarakat. Akses terhadap informasi tersebut menjadi lebih mudah dengan adanya teknologi internet dan media sosial yang memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan riset pasar dengan cepat, dan dengan biaya yang jauh lebih murah dibandingkan dengan cara tradisional. Dengan menggunakan teknologi ini, UMKM dapat memperoleh inspirasi dan ide-ide baru untuk pengembangan produk mereka, serta mengidentifikasi kebutuhan spesifik konsumen yang menjadi target pasar mereka melalui analisis data.

Tidak hanya dalam hal riset pasar, teknologi juga memberikan kontribusi besar dalam proses produksi. Misalnya, dengan menggunakan mesin-mesin modern, UMKM dapat meningkatkan efisiensi kerja, menekan biaya operasional, serta menghasilkan produk dengan

kualitas yang lebih baik. Selain itu, teknologi juga berperan penting dalam menciptakan nilai tambah bagi produk melalui desain kemasan yang menarik, yang dapat dengan mudah didesain menggunakan aplikasi desain grafis yang kini sudah banyak tersedia. Dengan kemasan yang menarik, produk-produk UMKM dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif, sekaligus membangun citra merek yang lebih baik di mata konsumen.

## **2. Bekerja sama dengan perguruan tinggi untuk melakukan riset pengembangan produk baru, meningkatkan kualitas produk, serta memperbaiki proses pencatatan transaksi keuangan secara sistematis**

Kerjasama perguruan tinggi dengan UMKM dalam penelitian pengembangan produk baru, peningkatan kualitas produk, dan pencatatan transaksi keuangan secara sistematis merupakan langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan. Idris HM Noor dalam Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi menyatakan bahwa Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi (PT) merupakan salah satu implementasi Tridharma PT. Program ini dilaksanakan dalam berbagai bentuk, misalnya; pendidikan dan pelatihan masyarakat, pengabdian kepada masyarakat, dan kajian lanjutan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dihasilkan oleh PT. Tujuan dari program ini adalah untuk menerapkan hasil ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memberdayakan masyarakat sehingga menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kelompok masyarakat sasaran. Perguruan tinggi, dengan keahlian akademis, akses terhadap teknologi terkini, dan sumber daya manusia yang terampil, seperti dosen dan mahasiswa, dapat berkontribusi dalam membantu UMKM menghadapi berbagai tantangan. Di sisi lain, UMKM sebagai pelaku lapangan menawarkan konteks nyata dan pengalaman langsung yang dapat menjadi bahan kajian menarik bagi akademisi, sehingga menghasilkan solusi yang relevan.

Dalam pengembangan produk baru, perguruan tinggi dapat menjadi mitra inovasi yang membantu UMKM menciptakan produk yang lebih kompetitif dan relevan dengan kebutuhan pasar. Melalui penelitian kolaboratif, dosen atau mahasiswa dapat memberikan wawasan berbasis data tentang tren pasar, bahan baku alternatif, atau teknologi produksi yang lebih efisien. Misalnya, penelitian yang dilakukan bersama dapat menghasilkan produk baru yang lebih ramah lingkungan, lebih ekonomis, atau memiliki fitur tambahan yang diminati konsumen. Proses ini tidak hanya mengurangi kegagalan pasar tetapi juga meningkatkan daya saing produk UMKM di tingkat lokal dan internasional. Selain itu, peningkatan kualitas produk menjadi fokus penting dalam kolaborasi ini. Perguruan tinggi dapat membantu UMKM menyiarkan dan meningkatkan standar kualitas produk mereka melalui uji laboratorium, analisis proses produksi, atau konsultasi langsung dengan para ahli. Dengan dukungan ini, UMKM dapat memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar kualitas yang lebih tinggi, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas pasar mereka. Keterlibatan mahasiswa dalam praktik ini juga memberikan pengalaman dunia nyata yang berharga bagi mereka.

Aspek pencatatan transaksi keuangan yang sistematis juga menjadi salah satu manfaat utama dari kerja sama ini. Perguruan tinggi dapat memberikan pelatihan penggunaan perangkat lunak keuangan sederhana atau membimbing UMKM dalam menyusun laporan keuangan yang rapi dan terstandar. Dengan sistem pencatatan yang baik, UMKM dapat lebih mudah melihat kinerja usahanya dan membuat perencanaan keuangan yang lebih matang. Selain itu, perguruan tinggi juga dapat membantu UMKM dalam merancang sistem pencatatan keuangan yang sesuai dengan skala usahanya. Akademisi dapat menganalisis proses bisnis UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik mereka, seperti pencatatan harian untuk usaha kecil atau sistem yang lebih kompleks untuk usaha menengah. Mahasiswa yang terlibat dalam program magang atau penelitian juga dapat membantu UMKM menyusun laporan keuangan yang terstandar, sehingga memudahkan mereka dalam mengajukan pinjaman atau mendapatkan kepercayaan dari lembaga permodalan. UMKM dapat meningkatkan kredibilitas dan transparansinya kepada pihak eksternal, seperti mitra usaha, lembaga keuangan, atau pemerintah. Dengan memiliki sistem pencatatan keuangan yang baik, UMKM dapat

menunjukkan bahwa mereka adalah badan usaha yang dikelola secara profesional. Hal ini menjadi bantuan penting untuk meningkatkan peluang akses pendanaan atau program-program yang seringkali mensyaratkan laporan keuangan yang rapi sebagai salah satu syarat utama.

Manfaat yang diperoleh dari kerja sama ini bersifat jangka panjang. UMKM tidak hanya memperoleh manfaat langsung berupa peningkatan kualitas produk dan efisiensi pengelolaan keuangan, tetapi juga memperkuat kapasitas mereka untuk tumbuh di tengah persaingan yang ketat. Sementara itu, perguruan tinggi memperoleh kesempatan untuk menerapkan ilmunya secara langsung dan memberikan dampak positif bagi masyarakat. Kerja sama ini, dengan memadukan potensi akademis dan kebutuhan praktis dunia usaha, berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

### **3. Meningkatkan penjualan secara online serta mengoptimalkan promosi melalui platform media sosial dengan memanfaatkan perkembangan teknologi**

Meningkatkan penjualan online dan mengoptimalkan promosi melalui platform media sosial merupakan langkah yang sangat bermanfaat bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di pedesaan. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa dibatasi oleh letak geografis. Dulunya UMKM di pedesaan mungkin hanya bergantung pada pelanggan lokal, namun dengan teknologi internet, produknya bisa dikenal di kota-kota besar bahkan hingga ke luar negeri. Hal ini membuka peluang untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas jaringan usaha.

Media sosial merupakan media online dimana penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Media sosial dijadikan sebagai alat promosi karena mempunyai respon langsung terhadap penggunaannya. Dimanapun penggunaannya berada, mereka dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi artinya seseorang dapat dengan mudah berbagi informasi, membuat konten yang ingin disampaikan kepada orang lain, mengomentari masukan yang diterimanya dan lain sebagainya. Semuanya bisa dilakukan dengan cepat dan tanpa batas. Kehadiran media sosial mempunyai peranan yang sangat besar dalam mempromosikan produk bisnis. Peran tersebut didukung dengan keadaan perkembangan teknologi informasi dimana smartphone mudah digunakan, harga murah dan jangka waktu internet sangat luas (Istiqomah, 2021).

Meningkatkan penjualan online dan mengoptimalkan promosi melalui platform media sosial diperlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran digital yang relevan serta kemampuan memanfaatkan teknologi terbaru. Di era digital saat ini, media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter tidak lagi hanya sekedar wadah untuk bersosialisasi, namun juga menjadi sarana yang sangat efektif untuk menjangkau pelanggan secara luas. Setiap platform memiliki karakteristik unik yang dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan. Untuk memulai, bisnis perlu memahami karakteristik target pasarnya, termasuk faktor-faktor seperti usia, lokasi, minat, dan kebiasaan berbelanja.

Penggunaan teknologi seperti media sosial, dapat membantu bisnis menampilkan iklan yang lebih spesifik kepada khalayak yang paling potensial. Misalnya, fitur iklan berbayar seperti Facebook atau tiktok memungkinkan bisnis menargetkan calon pelanggan berdasarkan kata kunci yang sering mereka cari, lokasi geografis mereka, atau bahkan perilaku online yang mereka tunjukkan, seperti produk yang sering mereka lihat atau beli. Dengan cara ini, promosi menjadi lebih tepat sasaran sehingga penjualan pun meningkat.

Promosi melalui media sosial memungkinkan UMKM di desa untuk bersaing dengan pelaku usaha besar lainnya. Melalui konten kreatif yang dibuat dengan biaya murah, seperti foto produk dengan kualitas tinggi, video pendek, atau cerita inspiratif seputar proses pembuatan produk, UMKM dapat menarik perhatian konsumen tanpa harus mengeluarkan biaya besar seperti iklan tradisional. Media sosial juga dapat memberikan peluang interaksi

langsung dengan pelanggan, seperti melalui kolom komentar atau pesan langsung, sehingga UMKM bisa menciptakan hubungan lebih dekat dengan pelanggan, serta dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Pemanfaatan teknologi dalam penjualan online juga semakin memudahkan pengelolaan bisnis. misalnya, dengan menggunakan platform e-commerce atau aplikasi pembayaran digital, UMKM di pedesaan dapat mencatat transaksi dengan otomatis, mengelola stok barang, dan memantau kinerja penjualan secara real-time. Hal ini tidak hanya menghemat waktu, namun juga membantu manajer bisnis membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan data.

Dengan memadukan strategi yang tepat, pemanfaatan media sosial secara optimal, dan pemanfaatan teknologi canggih, para pelaku bisnis dapat memaksimalkan potensinya untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Namun, penting untuk diingat bahwa kesuksesan dalam pemasaran digital memerlukan komitmen untuk terus belajar dan beradaptasi dengan tren yang terus berubah, sehingga bisnis dapat tetap relevan dan kompetitif di masa depan.

#### **4. Memanfaatkan program legalitas usaha yang disediakan oleh pemerintah untuk mendukung UMKM dalam memperoleh izin usaha**

Program legalitas usaha yang disediakan oleh pemerintah adalah salah satu langkah penting untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mendapatkan izin usaha dengan cepat dan mudah. Program ini disusun agar pelaku UMKM, termasuk yang baru membuka usaha, dapat mengurus perizinan tanpa biaya yang mahal dan proses yang sulit. Pemerintah sadar bahwa legalitas usaha adalah kunci utama untuk memberikan peluang yang lebih luas kepada UMKM agar bisa bersaing dan berkembang. Salah satu manfaat mempunyai legalitas usaha adalah akses yang lebih mudah ke pembiayaan dari lembaga keuangan seperti bank atau koperasi. Dengan memiliki dokumen resmi, UMKM dapat mengajukan kredit usaha rakyat (KUR) atau pinjaman modal dengan bunga ringan yang sering kali disubsidi oleh pemerintah. Selain itu, legalitas usaha juga membuka peluang bagi UMKM agar berpartisipasi dalam program-program pemerintah, seperti pelatihan kewirausahaan, pameran produk lokal, atau menjadi mitra pengadaan barang dan jasa di sektor publik.

Tidak hanya itu, dengan mempunyai surat izin usaha, pelanggan akan lebih percaya terhadap bisnis yang tersebut. Konsumen cenderung lebih yakin untuk membeli produk atau jasa dari usaha yang mempunyai izin resmi karena dianggap lebih profesional. Mitra bisnis, seperti distributor atau pemasok, juga lebih mudah menjalin kerja sama dengan UMKM yang sudah mempunyai legalitas.

Menteri Koordinator Bidang Perekonomian dengan para menteri dan kepala lembaga terkait meresmikan penerapan sistem Online Single Submission (OSS). Layanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (PBTSE) yang sering dikenal dengan nama OSS ini hadir dalam rangka pelayanan perizinan berusaha yang berlaku di semua kementerian, lembaga, dan pemerintah daerah di seluruh Indonesia, yang selama ini dilakukan melalui Dinas Penanaman Modal Perizinan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP). Selain melalui DPMPTSP, masyarakat juga dapat mengakses sistem OSS ini dengan cara online dimanapun dan kapanpun. OSS yang pelaksanaannya diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 merupakan upaya pemerintah dalam menyederhanakan perizinan berusaha dan menciptakan model pelayanan perizinan terintegrasi yang cepat dan murah, serta memberi kepastian hukum (Julianti, 2022). OSS merupakan sistem perizinan berusaha secara elektronik yang dapat memudahkan pelaku usaha dalam mengurus izin usahanya.

Pemerintah juga menyediakan program seperti Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), di mana salah satu syaratnya adalah mempunyai izin usaha yang terdaftar. Program ini memberikan dana hibah kepada pelaku UMKM untuk mendukung kelangsungan usaha mereka. Contoh lainnya adalah program sertifikasi halal gratis untuk produk makanan dan minuman UMKM, yang memberikan nilai tambah pada produk sehingga lebih kompetitif di pasar lokal

maupun internasional. Dari berbagai kemudahan dan manfaat yang ditawarkan, legalitas usaha tidak hanya tentang kepatuhan terhadap aturan, tetapi juga menjadi langkah strategis dalam mendorong UMKM tumbuh menjadi lebih besar, lebih kuat, dan lebih berdaya saing.

##### **5. Memanfaatkan program pemerintah terkait UMKM dalam pembuatan label kemasan produk serta berpartisipasi dalam pelatihan dan pengembangan SDM**

Program pemerintah yang mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bisa dimanfaatkan dalam meningkatkan daya saing produk, salah satunya melalui bantuan dalam pembuatan label kemasan. Label kemasan yang menarik dan informatif berperan penting dalam menarik perhatian konsumen serta meningkatkan citra produk di pasaran. Pemerintah sering kali menyediakan pelatihan, pendampingan, atau bantuan dana bagi pelaku UMKM untuk merancang dan mencetak label kemasan agar sesuai dengan standar pasar yang ditetapkan. Program ini juga meliputi edukasi tentang pentingnya informasi seperti merek, komposisi, tanggal kadaluarsa, dan legalitas, seperti sertifikasi halal atau nomor izin edar, agar produk dapat diterima lebih luas. Dengan memanfaatkan program ini, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan nilai tambah produk namun juga dapat membuka peluang ekspansi ke pasar yang lebih besar, termasuk menjangkau konsumen internasional. Selain itu, program ini sering didukung oleh kerja sama dengan lembaga terkait, seperti dinas perindustrian, perdagangan, dan koperasi, serta pihak swasta yang fokus pada pengembangan UMKM. Hal tersebut memungkinkan UMKM untuk memperoleh akses ke teknologi yang lebih canggih, sumber daya desain yang profesional, dan jaringan pemasaran yang lebih luas. Selain itu, dengan kemasan yang memenuhi standar, produk UMKM juga lebih mudah untuk masuk ke platform digital dan marketplace yang mensyaratkan tampilan produk yang profesional.

Selain itu, Pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) sangat penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing dan mengembangkan usaha mereka. Dengan mengikuti pelatihan, pelaku UMKM dapat menambah pengetahuan dan keterampilan, seperti pengelolaan keuangan, pemasaran digital, inovasi produk, dan pengelolaan usaha. Hal ini membantu mereka untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan tren teknologi. Pengembangan SDM juga dapat meningkatkan kemampuan dalam menghadapi tantangan bisnis, seperti persaingan yang semakin ketat, kebutuhan akan efisiensi operasional, dan tuntutan kualitas produk atau layanan.

Pemerintah Indonesia terus mendorong pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui berbagai program pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM). Program-program tersebut bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Pemerintah juga bekerja sama dengan berbagai pihak, seperti lembaga pendidikan, swasta, dan komunitas, dalam menyediakan pendampingan teknis dan pengawasan bagi pelaku UMKM. Salah satu inisiatif penting adalah program Digitalisasi UMKM, yang membantu pelaku usaha mengadopsi teknologi digital dalam operasional bisnis. Selain itu, pemerintah menyediakan platform pelatihan online gratis seperti Kartu Prakerja, yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan SDM.

Kartu Prakerja adalah program pemerintah dalam rangka mendukung masyarakat miskin, dengan memberikan pelatihan kerja dan bantuan insentif paska pelatihan dengan mengoptimalkan lembaga-lembaga pelatihan masyarakat baik yang berada di bawah kementerian/lembaga (K/L) maupun swasta. Kartu Prakerja ini menjadi salah satu solusi dari banyaknya masyarakat yang mengeluhkan tentang kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan dan pendidikan/keahlian yang tidak sesuai dengan kebutuhan dunia kerja. Kartu prakerja meliputi pemberian pelatihan dan sertifikasi kompetensi kerja kepada pencari kerja melalui Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Pemerintah termasuk Balai Latihan Kerja (BLK), LPK swasta, dan training center industri, dimana pelatihan dilakukan melalui tatap muka (Darmasih, 2022). Upaya ini diharapkan tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM di pasar domestik namun

juga membuka peluang ekspor dan kontribusi terhadap perekonomian nasional.

#### **6. Meningkatkan kenyamanan tempat dan lokasi bisnis serta selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk menghadapi Tingkat persaingan UMKM yang semakin tinggi**

Untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat di dunia usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), penting bagi pelaku usaha untuk terus meningkatkan kenyamanan tempat dan lokasi bisnis serta selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi. Penentuan lokasi yang tepat akan meminimalisir beban biaya operasional dalam hal ini meningkatkan daya saing perusahaan. Lokasi bisnis juga memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi seorang konsumen yang nantinya akan mempengaruhi keputusan membeli konsumen secara subjektif (Mutianisa & Cahyani, 2024). Meningkatkan kenyamanan tempat dan lokasi bisnis berarti menciptakan lingkungan yang menarik dan mudah diakses pelanggan, seperti tempat yang nyaman, penataan produk yang menarik, serta memilih strategi lokasi yang mudah dijangkau. Upaya ini bertujuan untuk memberi pengalaman berbelanja yang menyenangkan, sehingga pelanggan merasa nyaman dan tertarik untuk kembali. Selain itu, penggunaan bahan baku berkualitas menjadi hal yang sangat penting karena berpengaruh langsung pada kualitas produk. Dengan bahan baku yang unggul, UMKM dapat menghasilkan produk yang lebih baik.

Strategi ini juga membantu UMKM membedakan dirinya dari pesaingnya, yang sangat penting di tengah persaingan yang semakin ketat, dengan memberikan nilai tambah, bisnis dapat bersaing dengan bisnis lainnya. Dengan tempat yang nyaman dan menjadi produk unggul, pelanggan cenderung lebih memilih bisnis tersebut, sehingga penjualan dan pendapatan meningkat. Lebih jauh lagi, pelanggan yang merasa puas akan kembali berbelanja dan merekomendasikan bisnis kepada orang lain, membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan. Meskipun membutuhkan modal awal dalam, perbaikan pada aspek-aspek ini akan memberikan keuntungan besar dalam jangka panjang, termasuk keuntungan yang meningkat, serta mampu menghadapi Tingkat persaingan UMKM yang semakin tinggi. Untuk sukses dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, sebuah bisnis harus fokus pada kepuasan pelanggan. Dengan menciptakan tempat yang nyaman, lokasi yang strategis, dan produk yang berkualitas, bisnis dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan mereka dalam jangka lama.

#### **7. Memenuhi standar legalitas dan keamanan produk untuk megantisipasi Pelanggan yang semakin teliti mengenai legalitas bisnis dan produk**

Memenuhi standar legalitas dan keamanan produk merupakan salah satu langkah strategis bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Ketika pelanggan semakin teliti mengenai legalitas bisnis dan produk, mereka akan lebih selektif dalam memilih jumlah produk yang akan mereka konsumsi. Dengan memastikan bahwa produk yang dihasilkan telah memenuhi semua persyaratan legal dan keamanan yang berlaku, UMKM tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga membuka peluang yang lebih luas untuk makin berkembang.

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan salah satu upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam bermasyarakat (Chen et al., 2024). Memenuhi standar mutu legalitas dan keamanan produk akan meningkatkan kepercayaan konsumen. Ketika konsumen merasa yakin bahwa produk yang mereka beli aman dan berkualitas, mereka akan lebih loyal terhadap merek tersebut dan cenderung merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini akan berdampak positif pada pertumbuhan bisnis UMKM. Di sisi lain legalitas produk akan memudahkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Banyak distributor, ritel modern, dan

platform e-commerce menyarankan dan menawarkan produk yang mereka jual memiliki izin edar dan sertifikasi yang lengkap. Dengan memenuhi persyaratan tersebut, UMKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

Dengan kesadaran konsumen yang semakin tinggi terhadap legalitas dan keamanan produk, UMKM perlu memastikan bahwa produk yang mereka hasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga mampu memenuhi semua persyaratan legal yang berlaku. Langkah pertama yang perlu dilakukan oleh UMKM adalah dengan memahami regulasi yang berlaku di bidang usahanya. Setiap produk memiliki persyaratan legal yang berbeda-beda tanpa terkecuali, mulai dari izin produksi, izin edar, hingga sertifikasi standar. UMKM perlu melakukan riset yang mendalam untuk mengetahui persyaratan apa saja yang harus dipenuhi. Setelah memahami regulasi, langkah selanjutnya adalah melakukan pendaftaran usaha dan mendapatkan izin-izin yang diperlukan. Proses pendaftaran usaha saat ini semakin mudah dengan adanya sistem Online Single Submission (OSS). Melalui OSS, UMKM dapat melakukan pendaftaran usaha dan mendapatkan izin usaha secara terintegrasi.

Selain izin usaha, UMKM juga perlu memperhatikan aspek keamanan produk yang ia miliki. Hal ini meliputi pemilihan bahan baku yang berkualitas, penerapan sistem produksi yang higienis, serta pengemasan produk yang aman. UMKM juga perlu melakukan pengujian produk secara berkala untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar mutu dan keamanan yang telah ditetapkan. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, UMKM dapat memperoleh sertifikasi produk. Sertifikasi produk merupakan bukti bahwa produk yang dihasilkan telah memenuhi standar kualitas tertentu. Beberapa sertifikasi yang umum diperoleh oleh UMKM antara lain sertifikasi halal, sertifikasi organik, dan sertifikasi SNI. Selain itu, UMKM juga perlu membangun sistem manajemen mutu. Sistem manajemen mutu akan membantu UMKM dalam mengendalikan kualitas produk secara konsisten. Dengan menerapkan sistem manajemen mutu, UMKM dapat meminimalkan risiko terjadinya kesalahan produksi dan meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan memenuhi standar legalitas dan keamanan produk UMKM dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk di pasar. Konsumen akan lebih yakin untuk membeli produk dari UMKM yang memiliki legalitas dan keamanan yang terjamin. Selain itu, dengan terpenuhinya standar legalitas dan keamanan produk, UMKM akan mampu menghadapi Pelanggan yang semakin teliti mengenai legalitas bisnis dalam produk

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa dari hasil matriks IE (internal dan eksternal), kondisi UMKM di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur berada pada kuadran I yaitu Grow and Build (tumbuh dan membangun). Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat digunakan dalam pengembangan UMKM di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur adalah strategi intensif dan integratif. Dan berdasarkan matriks SWOT diperoleh 7 strategi pengembangan UMKM Di Desa Kalaena Kiri Kabupaten Luwu Timur yaitu: 1) Memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi untuk terus melakukan inovasi produk. 2) Bekerja sama dengan perguruan tinggi untuk melakukan riset pengembangan produk baru, meningkatkan kualitas produk, serta memperbaiki proses pencatatan transaksi keuangan secara sistematis. 3) Meningkatkan penjualan secara online serta mengoptimalkan promosi melalui platform media sosial dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. 4) Memanfaatkan program legalitas usaha yang disediakan oleh pemerintah untuk mendukung UMKM dalam memperoleh izin usaha. 5) Memanfaatkan program pemerintah terkait UMKM dalam pembuatan label kemasan produk serta berpartisipasi dalam pelatihan dan pengembangan SDM. 6) Meningkatkan kenyamanan tempat dan lokasi bisnis serta selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk menghadapi Tingkat persaingan UMKM yang semakin tinggi. 7) Memenuhi standar legalitas dan keamanan produk untuk mengantisipasi Pelanggan yang semakin teliti mengenai legalitas bisnis dan produk.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arief, A. S., Rosanti, N., Mujahid., Safar, I., & Apriadi. (2025). Cultural moderation in entrepreneurial bricolage and orientation: Its impact on new product development. *Journal of Innovation in Business and Economics*. Vol. 9 No. 1
- Arifin, H. (2020). Strategi Bisnis Pemasaran Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Metro. *Dissertation*, Universitas Muhammadiyah Metro
- Darmasih. (2022). Pelaksanaan Program Kartu Prakerja Dalam Meningkatkan Produktivitas Bagi Pencari Kerja (Studi Di Dinas Tenaga Kerja Kota Bandar Lampung). Bandar Lampung (ID): Universitas Lampung
- Destama, W. A. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah CV. Enam Putri Jakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Dewi, D. H., Setyawati, I., Karyatun, S., Setiawan, A. R., Hardianto, M. N., & Zulfikar, A. (2023). Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan UMKM Desa Kalikidang Banyumas Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*. Vol. 2 No. 1. 1–6.
- Dwiyanti, V. (2021). Strategi Pengembangan Umkm Pedagang Kaki Lima Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember (Studi Pedagang Kaki Lima Kuliner di Kec. Sumbersari). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.
- Hamzah, A. (2022). Strategi Pengembangan Umkm Desa Cibingbin Menuju Entrepreneurs Village Berbasis Sumberdaya Alam. *Jurnal Pengabdian Dinamika*. Vol. 9 No. 2.
- Hidayah, U., et al. (2019). Analisis Kinerja Dan Strategi Pengembangan Umkm Alas Kaki Di Desa Pagelaran. *Jurnal Benefita*. Vol. 4 No. 3.
- Istiqomah, A. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kota Metro).
- Julianti, I. E. (2022). Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Di Kota Semarang. *Skripsi*. Universitas Semarang.
- Kurniasari, D. N., Taufikurrahman., & Roidah, I. S. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Legalitas Usaha dan Re-Branding Produk di Desa Kedungdalem Kabupaten Probolinggo. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*. Vol. 2 No. 4. 120–128.
- Mujahid., Ramlawati., Arminas., Safar, I., & Fahlevi, M. (2024). The Value Chain and Benefit Distribution in East Java's Goat Meat Business for Sustainable Management. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*. Vol. 11 No. 1.
- Mutianisa, R., & Cahyani, R. R. (2024). Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha. *JUKERDI: Jurnal Kewirausahaan Cerdas Dan Digital*. Vol. 1 No. 2. 10–17.
- Pontoh, W., & Budiarmo, N. S. (2020). Keputusan Investasi Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *The Studies of Social Sciences*. Vol. 2 No. 1.
- Trijayanti, A. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Melalui Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (Studi Pada Usaha Pengolahan Kerupuk Mekar Sari di Karangklesem, Purwokerto Selatan). *Thesis*. UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Vincent, V., et al. (2022). Peningkatan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kluster Makanan Kering di Kabupaten Cianjur. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol. 6 No. 1. 11–22.