

IDENTIFIKASI POTENSI KEMANDIRIAN UMKM DI KOTA SAMARINDA MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN USAHA

Indah Martati¹), Dyah Kusrihandayani²)

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Prodi Manajemen Pemasaran, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda

²Jurusan Administrasi Bisnis, Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda

ABSTRACT

This study aims to identify the strengths and weaknesses and opportunities to identify the potential independence of MSMEs in Samarinda City. The benefits of Micro, Small, Medium Enterprises (MSMEs) are a continuous evaluation and improvement of their business. Benefits for the Regional Government as an evaluation of the MSME empowerment work program in Samarinda City to grow healthy and independent. Benefits for Higher Education is as a basis for helping to solve MSME problems through research and community service. This study was conducted by providing business management training and interviews with 30 MSME players. Location of training in Sungai Pinang Dalam Village, Samarinda on 17-18 September 2020. The results show that MSMEs have the potential for independence and need to be accompanied by steps to increase creativity, innovation, and quality of products/services produced, optimizing a resilient entrepreneurial spirit and dare to take risks, develop the right marketing mix strategy in accordance with the dynamics of consumer behavior.

Keywords: strengths-weaknesses, opportunities-threats, the potential independence of MSMEs, Samarinda City

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah atau disingkat UMKM merupakan salah satu usaha yang mayoritas digeluti masyarakat Indonesia dan tidak terkecuali masyarakat di Kota Samarinda, ibukota Provinsi Kalimantan Timur. Menurut [1] bahwa jumlah UMKM yang tercatat dan beralamat di Kalimantan Timur pada akhir tahun 2019 mencapai 307.343 unit. Dari jumlah UMKM yang tercatat dan beralamat sebagian besar didominasi oleh Usaha Mikro sebanyak 94.96% dan sisanya 5.03% diisi dari usaha kelas Usaha Kecil 4.61%, dan Usaha Menengah sebesar 0.42%. Distribusi UMKM lebih lanjut dilaporkan bahwa 94.60% atau 290.760 unit menyebar di tiga kota utama di Kalimantan Timur yakni Samarinda sebanyak 158.624 unit atau 55%, Balikpapan sebanyak 105.060 atau 36%, dan Bontang sebanyak 27.076 unit atau 0.09%. Ditegaskan bahwa peran UMKM sangat strategis dalam upaya mendorong pemerataan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Secara nasional UMKM menyumbang Product Domestic Regional Brutto (PDRB) 12.48% dan menyumbang lapangan kerja \pm 97%, namun peran tersebut di Kalimantan Timur belum optimal.

Jumlah UMKM di Samarinda menduduki peringkat pertama terbanyak, hal ini didukung oleh beberapa alasan dimana dari jaman dahulu Samarinda sebagai Kota Dagang dan Jasa, sebagai pusat pemerintahan ibukota Provinsi Kalimantan Timur, Kepadatan penduduk relative tinggi dibanding Kabupaten dan Kota lainnya, berada di alur Sungai Mahakam. **Permasalahannya** mengapa UMKM di Kota Samarinda ini seperti jalan ditempat, sementara keberadaan UMKM rata-rata sudah lebih dari satu tahun. Potensi UMKM di Kota Samarinda sangat luar biasa untuk perlu dilakukan identifikasi kekuatan-kelemahan, peluang dan tantangannya. **Tujuannya** adalah untuk mengidentifikasi kekuatan-kelemahan, peluang dan tantangan guna menemu-kenali potensi kemandirian UMKM tersebut. **Urgensi** dilakukannya kegiatan Pengabdian pada Masyarakat dengan mengambil lokasi di Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kota Samarinda adalah sebagai bentuk kontribusi Tim Abdimas Polnes kepada masyarakat Kota Samarinda untuk membantu menemu-kenali permasalahan yang dihadapi UMKM. Hasil identifikasi kekuatan-kelemahan, peluang-ancaman sebagai dasar pertimbangan pengambilan keputusan langkah penguatan UMKM. Perlu ada strategi untuk mendorong UMKM tumbuh dan berkembang secara tangguh, sehat, dan mandiri. Serangkaian tindakan dan keputusan secara terintegrasi yang diambil oleh pemangku kepentingan di Kota Samarinda dengan melibatkan pelaku UMKM, Masyarakat, Lembaga penyedia jasa pembiayaan, Perguruan Tinggi, dan Pemerintah Daerah sendiri merupakan langkah jitu untuk penguatan UMKM disebut dengan Manajemen strategis.

2. PELAKSANAAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Pengabdian pada masyarakat dilakukan dengan serangkaian tahapan sebagai berikut:

- 1) Menganalisis dan menentukan kebutuhan pelatihan.

¹ Korespondensi penulis: Indah Martati, HP. 08125824453, email:indahmartati@polnes.ac.id

- Kebutuhan pelatihan disusun berdasarkan analisis situasi dan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mitra.
- 2) Merumuskan dan mengembangkan tujuan pelatihan
Tujuan pelatihan sesuai dengan target luaran yang disasar bagi masyarakat UMKM di Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kota Samarinda yakni memberikan pemahaman, dukungan, dan ketrampilan mengelola suatu usaha, serta untuk mengevaluasi dan identifikasi kekuatan-kelemahan, peluang-tantangan
 - 3) Memilih, metode dan teknik pelatihan
Metode pelatihan yang dipilih sesuai dengan kondisi dan situasi masyarakat setempat dengan mempertimbangkan latar belakang pendidikan, usia, kultur masyarakat setempat.
 - 4) Menyusun materi pelatihan
Materi pelatihan yang diberikan lebih banyak diorientasikan pada materi praktis dengan maksud agar mudah dipahami dan dipraktikkan oleh peserta. Materi yang diberikan mencakup 9 hal yakni:
 - a. Membangun Jiwa Kewirausahaan
 - b. Mengenali kemampuan diri
 - c. Mengenali lingkungan usaha dengan baik
 - d. Manajemen waktu
 - e. Pelaksanaan Fungsi manajemen
 - f. Mengenali Bauran Pemasaran
 - g. Pengelolaan keuangan usaha
 - h. Pengelolaan catatan usaha
 - i. Mengenali kekuatan-kelemahan, peluang-tantangan usaha
 - 5) Merancang pendekatan evaluasi pelatihan
Evaluasi pelatihan dirancang dengan cara pemberian test awal (pre-test) guna mengukur pengetahuan dan kemampuan awal para peserta terkait Manajemen Usaha. Setelah pelatihan selanjutnya diberikan post-test guna mengukur ada tidaknya perbaikan pengetahuan dan ketrampilan peserta.
 - 6) Pelaksanaan pelatihan selama 2 hari yang akan diselenggarakan pada tanggal 17-18 bulan September 2020, dengan waktu pelaksanaan dari jam 09.00 sd 17.00 WITA tempat pelaksanaan di Kantor Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kota Samarinda.

Pelaksanaan pelatihan tersebut dimaksudkan untuk penyegaran kembali para pelaku usaha dalam pengelolaan bisnisnya hal ini sesuai dengan pernyataan [2] menambahkan, mempersiapkan dan memberikan pengetahuan kewirausahaan bagi masyarakat luas akan memberikan pengaruh positif bagi penciptaan lapangan pekerjaan. Untuk membentuk seorang wirausaha yang berkarakter unggul diperlukan proses pendidikan kewirausahaan yang efektif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi, wawancara langsung dan dokumentasi diperoleh data terkait dengan kekuatan-kelemahan UMKM di Kota Samarinda sebagaimana tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1
Kekuatan dan Kelemahan UMKM di Kota Samarinda

No	Kekuatan (<i>Strengths</i>)
1	Kota dagang dan jasa Samarinda sebagai kota dagang dan jasa terbesar di Kalimantan Timur, sebagai pusat bertemunya demand dan supply tidak hanya untuk pasar Samarinda tetapi juga pasar dari luar kota, sehingga dekat dengan pasar dan dengan potensi permintaan yang tinggi.
2	Minat berwirausaha tinggi Masyarakat memiliki jiwa dan semangat berwirausaha yang tinggi. Jiwa berdagang sudah ada turun temurun dan karena didukung oleh lingkungan dimana Kota Samarinda sebagai pusat perdagangan di Kalimantan Timur.
3	Harga produk relative murah Produk hasil UMKM relative murah dibandingkan barang sejenis dari kabupaten/kota Kalimantan Timur. Hal ini disebabkan karena Samarinda sebagai pusat perdagangan,

	dimana masuk-keluarnya barang di Kaltim sebagian besar melalui Samarinda sehingga harga harga relative lebih murah, sehingga menjadi kekuatan pelaku UMKM dalam penetapan harga produk secara kompetitif.
4	Sarana dan Prasarana Lengkap Kota Samarinda sebagai Ibu Kota Provinsi Kalimantan Timur dalam hal sarana dan prasarana untuk melaksanakan bisnis relative lengkap, mudah dijangkau, dan cepat. Tersedianya sarana transportasi, pergudangan, listrik, air, pelabuhan, bandara, terminal.
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	
1	Kapabilitas SDM masih rendah Kemampuan dalam berkomunikasi, etika bisnis, leadership, manajemen bisnis, inovasi produk, layanan ke konsumen, dan penguasaan Inforamsi teknologi masih rendah. Sehingga belum mampu menghasilkan kreativitas dan inovasi dalam pengembangan bisnisnya.
2	Kualitas produk belum standar Mayoritas pengusaha belum memiliki konsistensi dalam menjaga kualitas produk. Produk yang dihasilkan belum memiliki standarisasi mutu dan quality control, produk yang dihasilkan rata-rata belum memiliki perijinan, begitu juga dengan kemasan produk belum memperoleh perhatian banyak.
3	Akses permodalan lemah Disebabkan karena masalah administrasi, geografi, dan manajemen keuangan, jaminan dan kepercayaan bank. Mayoritas pengusaha memiliki keterbatasan untuk memperoleh akses permodalan dari bank, karena tidak memiliki cukup persyaratan yang diminta pihak perbankan. Dalam pengelolaan keuangan belum dapat memisahkan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
4	Pemasaran terbatas Minimnya networking dengan pihak luar sehingga perputaran produk masih pada lingkup yang terbatas, hampir tidak ada promosi, cara penjualan masih secara konvensional, distribusi produk terbatas. Hal ini menjadi kelemahan karena UMKM belum mampu mengikuti perubahan perilaku konsumen dalam membeli.
5	Literasi Teknologi Informasi rendah Mayoritas pelaku usaha relative gagap teknologi dan kurang familiar menggunakan Information Technology kekinian. Belum mampu memanfaatkan teknologi untuk mendukung bisnisnya secara optimal.
6	Organisasi lemah Belum memiliki badan hukum, rata-rata usaha perorangan yang belum dilengkapi dengan ijin usaha, NPWP

Sumber data: Hasil interview yang sudah diolah
Peluang dan Ancaman yang dihadapi UMKM di Kota Samarinda sebagaimana tercantum pada Tabel 2.

Tabel 2
Peluang dan Ancaman UMKM Di Kota Samarinda

No	Peluang (<i>Opportunities</i>)
1	Kebijakan Pemerintah untuk Pemindahan Ibu Kota Negara di Kalimantan Timur Samarinda akan menjadi daerah penyangga Ibu Kota Negara, dan hal ini peluang besar untuk mengembangkan usaha untuk memasuki pasar baru.
2	Dibukanya Bandara Internasional di Samarinda Keberadaan bandara internasional Samarinda merupakan peluang bagi UMKM untuk mensuplai kebutuhan bandara dengan produk-produknya dan semakin mudah dalam mobilisasi keluar-masuk Samarinda.
3	Keberadaan perusahaan Migas dan batu bara serta perkebunan sawit di Kalimantan Timur Banyaknya perusahaan Migas dan tambang batu bara serta perkebunan sawit di Kaltim merupakan peluang bagi UMKM untuk bekerjasama dengan perusahaan tersebut. Pemanfaatan program CSR untuk pengembangan dan peningkatan ketrampilan SDM UMKM.

4	Sebagai Ibukota Provinsi, Kota Samarinda merupakan kota yang tidak pernah sepi dan dengan jumlah penduduk yang relative banyak dibandingkan Kabupaten/Kota lain di Kaltim. Peluang bagi UMKM dengan potensi demand yang tinggi.
Ancaman (Threats)	
1	Masuknya produk inovatif hasil UMKM dari luar daerah Banyaknya produk sejenis yang membanjiri pasar di Kota Samarinda dengan tampilan produk yang lebih baik dan harga kompetitif menjadi ancaman keberadaan produk local hasil UMKM.
2	Maraknya penjualan produk secara online Kemajuan teknologi informasi merubah cara transaksi penjualan dari konvensional ke digital (on line). Maraknya penjualan barang secara online menjadi ancaman besar bagi produk-produk local hasil UMKM yang masih dijual secara tradisional.
3	Perubahan kebijakan yang mengharuskan UMKM berbadan hukum.
	Masih banyak keengganan pelaku UMKM untuk mengurus perijinan, selain persyaratan administrasi juga konsekuensi pajak yang harus ditanggung oleh UMKM.

Sumber data: Hasil interview yang sudah diolah

Memperhatikan hasil identifikasi kekuatan-kelemahan dan peluang-ancaman UMKM Kota Samarinda, maka dapat dilihat kategori permasalahan yang dihadapi masih berkisar pada permasalahan dasar (basic problems). Kategori permasalahan inilah yang menjawab permasalahan yang diajukan dalam studi ini “Mengapa UMKM di Kota Samarinda hanya berjalan ditempat, sementara bisnis yang dijalankan relative sudah lama lebih dari satu tahun?”. Ternyata mereka masih belum mampu keluar dari permasalahan dasar. Kondisi ini menjadi tantangan semua pihak terkait untuk menyelesaikan permasalahan dasar yang dihadapi UMKM agar mampu naik kelas yakni menjadi UMKM yang tangguh, sehat, dan mandiri. Menurut [3] kategori permasalahan UMKM ada tiga problems yakni: 1) basic problem; 2) Advanced problems; 3) intermediate problems. Basic problems terkait dengan permasalahan modal, bentuk badan hukum, SDM, pengembangan produk, dan akses pemasaran. Advanced problems terkait dengan pengenalan dan penetrasi pasar ekspor yang belum optimal, kurang pemahaman tentang desain produk yang sesuai dengan karakter pasar, permasalahan hukum tentang hak paten, prosedur kontrak penjualan serta peraturan yang berlaku di Negara tujuan ekspor. Intermediate problems terkait dengan masalah dasar dan masalah lanjutan, artinya permasalahan dari instansi terkait untuk menyelesaikan masalah dasar agar mampu menghadapi permasalahan lanjutan dengan baik.

Kekuatan-kelemahan dan peluang-ancaman yang dihadapi UMKM Kota Samarinda memperkuat hasil penelitian terdahulu [4] menegaskan bahwa sebagian besar pengusaha kecil di Indonesia mempunyai alasan berusaha karena mempunyai peluang bisnis dan pangsa pasar yang aman serta besar. Oleh karena itu banyak usaha mikro, kecil, dan menengah bermunculan karena kemandirian dalam menjalankan usaha, walaupun masih terjadi beberapa kegagalan karena belum memiliki kemampuan menyelenggarakan bisnis. Dengan demikian perlu ada upaya dari semua pihak untuk membantu UMKM memiliki kemandirian dalam usaha. Penguatan dapat dilakukan dengan memperhatikan kekuatan-kelemahan, peluang- ancaman sebagai berikut:

1. Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman
 - a) Menghasilkan produk inovatif dengan keunggulan komperatif yang tinggi dari produk pesaing.
 - b) Menetapkan strategi bersaing melalui harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing.
 - c) Menghasilkan produk dengan kualitas yang terstandarisasi baik dari aspek isi, merk dan kemasan serta value produk.
 - d) Menjaga hubungan baik dengan pemasok guna menjaga kontinyuitas produksi dan kontinyuitas pasokan ke konsumen
2. Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman dengan:
 - a) Mempertahankan penggunaan bahan baku yang sesuai untuk menjaga kualitas produk
 - b) Mempertahankan hubungan baik dengan pemasok guna menjaga tekanan harga dan kontinyuitas produksi.
 - c) Menjaga hubungan baik dengan relasi dan konsumen untuk mempertahankan penjualan.
 - d) Meningkatkan kapasitas SDM dengan mengikuti Pelatihan yang diselenggarakan baik oleh Pemerintah maupun lembaga lain seperti perusahaan, perguruan tinggi dan LSM.
 - e) Penguasaan teknologi informasi terapan untuk memperluas distribusi produk

3. Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang dengan:
 - a) Melakukan produksi secara kontinyu dan dengan standar kualitas yang konsisten untuk memenuhi permintaan konsumen di pasar yang baru.
 - b) Menjaga semangat berwirausaha melalui penciptaan kreativitas dan inovasi produk yang unik dan perbaikan secara terus menerus kemampuan manajerial, komunikasi bisnis, dan manajemen keuangan guna perbaikan kinerja sehingga menjadi UMKM yang mandiri dan tangguh.
 - c) Mengembangkan *marketing mix strategy* yang tajam melalui penetapan harga yang kompetitif, produk inovatif dan kemasan yang menarik, delivery mudah dan cepat, membangun jejaring pemasaran secara luas dengan perusahaan besar, perusahaan ritel, pemerintah, LSM, dan pihak lain terkait, serta memanfaatkan teknologi informasi untuk menguasai pasar yang baru
4. Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang dengan:
 - a) Meningkatkan ketrampilan SDM agar mampu menghasilkan produk inovatif guna memenuhi permintaan konsumen di pasar baru
 - b) Meningkatkan kolaborasi dengan stakeholder untuk mendapatkan akses barang masuk ke pasar yang baru.
 - c) Membangun kerjasama dengan generasi milenial untuk pemanfaatan teknologi informasi untuk penjualan secara online.
 - d) Bekerjasama dengan Pemerintah Daerah untuk memperoleh jaminan pinjaman modal usaha.
 - e) Meningkatkan service quality yang mencakup produk, price, promotion, dan place.

Langkah-langkah tersebut dapat terealisasi jika ada dukungan kuat dan kerjasama antara UMKM dengan Pemerintah Daerah, dan dalam hal ini Perguruan Tinggi sebagai penstimuli kegiatan. Artinya Perguruan Tinggi dapat dilibatkan dalam hal pelatihan dan pendampingan program penguatan UMKM. Peran lembaga pembiayaan juga penting dalam dukungannya terhadap kemandirian UMKM. Penguatan organisasi dan kelembagaan UMKM dan penerapan kebijakan strategis pengembangan UMKM Kota Samarinda merupakan kekuatan ekonomi yang mandiri guna terbentuknya UMKM yang sehat dan tangguh. Kemandirian UMKM dapat terwujud jika ada kerjasama lintas organisasi yakni UMKM – Pemerintah Daerah – Lembaga Keuangan dan Perbankan- Perguruan Tinggi - Masyarakat. Langkah manajemen startegis adalah dengan memberdayakan seluruh pihak terkait dan saling bersinergi untuk membantu kemandirian UMKM. Langkah penguatan tidak akan membuahkan hasil optimal sebagaimana yang diharapkan jika penguatan hanya dilakukan secara parsial atau sepotong-potong dan sporadic oleh masing-masing pihak.

Hal ini senada dengan pendapat [5] bahwa pemberdayaan yang dilaksanakan dapat meningkatkan kemandirian ekonomi terutama pada produktivitas dan masyarakat yang memperoleh bantuan. Suatu UMKM dikatakan mandiri paling tidak memiliki criteria yakni 1) Mampu memenuhi diri sendiri, 2) Tidak mudah menyerah, 3) Berani mengambil keputusan, 4) Berani bersaing, 5) Menerima keunggulan pesaing.

KESIMPULAN

Secara umum hasil identifikasi kekuatan-kelemahan dan peluang-ancaman dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa potensi kemandirian UMKM di Kota Samarinda perlu menyelesaikan permasalahan dasar (basic problems) yang dihadapi UMKM dan mengambil langkah-langkah strategis berikut.

- 1) Menghasilkan produk yang kreatif dan inovatif serta berkualitas berbasis pada pemberdayaan potensi ekonomi local dari sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, hasil laut dan sungai untuk memenuhi permintaan konsumen.
- 2) Mengoptimalkan potensi kekuatan semangat yang tinggi masyarakat untuk membangun jiwa kewirausahaan yang tangguh, berani mengambil resiko, berani bersaing, berani mengambil keputusan, mampu memenuhi kebutuhan sendiri, serta melakukan perbaikan secara terus menerus pada aspek kemampuan manajerial, komunikasi bisnis, dan manajemen keuangan.
- 3) Mengembangkan *marketing mix strategy* yang tajam melalui penetapan harga yang kompetitif, produk inovatif dan kemasan yang menarik, delivery system yang cepat, membangun jejaring pemasaran secara luas dengan perusahaan besar, perusahaan ritel, pemerintah, LSM, dan pihak lain terkait, serta memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Assadin, F. (2020, Oktober 18). <http://poskotakaltimnews.com/read/2052/jumlah-umkm-di-kaltim-meningkat>. Retrieved Oktober 18, 2020, from <http://poskotakaltimnews.com/read/2052/jumlah-umkm-di-kaltim-meningkat>.
- [2] Kuckertz, A. (2013). Entrepreneurship Education: Status Quo and Prospective Developments, University of Duisburg-Essen. *Journal of Entrepreneurship Education* , 16, 59-71 .
- [3] Setyobudi, A. (2007, Agustus). Peran Serta Bank Indonesia Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Buletin Hukum Perbankan dan Kebanksentralan*, 5 (2), pp. 29-35.
- [4] Kurniawati, D. P., Supriyono, B., & Hanafi, I. (2013). Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Usaha Ekonomi (Studi pada Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Mojokerto). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1, 9-14.
- [5] Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isi-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada direktur dan P3M Politeknik Negeri Samarinda atas kesempatan dan dukungan pendanaan melalui DIPA POLNES tahun 2020 sehingga kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Melalui Pelatihan Manajemen Usaha kepada UMKM di Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kota Samarinda dapat terlaksana dengan baik dan menghasilkan output sebagai pemakalah pada Seminar Nasional SNP2M.