

# PELUANG PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI WILAYAH SEKITAR BANDARA INTERNASIONAL LOMBOK

*by* Hailudin Hailudin

---

**Submission date:** 12-Sep-2022 05:21PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1897856238

**File name:** B-1\_Jurnal\_ORIZA\_Mei2010\_ndk\_bisa.pdf (941.72K)

**Word count:** 4261

**Character count:** 28884

**PELUANG PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN  
MENENGAH (UMKM) DI WILAYAH SEKITAR BANDARA  
INTERNASIONAL LOMBOK**

**Hailuddin Bd.**

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Unram

**ABSTRACT**

*Development of UMKM has become focus discussion of many people. It is because of the role of this business groups has relation with the most public business. So do this research wich analyze opportunity of UMKM development around Lombok International Airport (BIL) Central Lombok region. By studying opportunities wich can be reach by UMKM businessmen in 4 region around BIL such as Praya subdistrict, Praya Barat, Praya Tengah, and Pujut subdistrict. Based on the former observation it can be explained that the businesses wich have good prospect in the future are food industry and small industry product (handycraft industry) such as gerabah/kramik, wood/rattan/bamboo mebeulair, fruits prosessing, eceng gondok handycraft, gedogan woven, cane work handycraft and batu aji. However to reach the objective, the businessmen of UMKM must have ability to overcome many problems in their business such as human resourches problem, capital, technology, management, birocration, infrastructure, and business partnership.*

**Kata Kunci :** *UMKM, Opportunity, Weakness, cash cow, growth-share matrik.*

**PENDAHULUAN**

**1. Latar belakang**

Tidak dapat disangkal bahwa peranan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia diakui sangat penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam aspek penciptaan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non-migas dan lainnya. Oleh karena itu upaya pengembangan UMKM oleh pemerintah terus dilakukan dari waktu ke waktu melalui berbagai macam program.

Meskipun demikian, berbagai program tersebut belum sepenuhnya mampu mengobati berbagai kelemahan yang melingkupi kelompok usaha ini, seperti masih rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah yang diciptakan, dan masih minimnya kontribusi pada pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB).

ditengarai karena kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM yang kurang tepat, salah satunya perubahan sektor tradisional ke sektor modern mekanannya lebih pada aspek sosialnya (pola belas kasih, *charity*) dibanding aspek ekonomi dan bisnisnya. Demikian juga dengan pola pembinaan yang dilakukan secara menyeluruh (komprehensif) dan tujuannya, mengingat banyaknya departemen/dinas yang mengurus UMKM dengan porsi masing-masing dan koordinasi yang masih lemah. Akibatnya sering terjadi kebijakan yang bertentangan dengan kebijakan lainnya yang tentu sangat membingungkan para pelaku usaha di lapangan.

Meskipun demikian kontribusi UMKM pada perekonomian nasional masih cukup besar. Pada tahun 2008 kontribusi pada PDB sebesar 55,56% dengan jumlah tenaga kerja yang diserap 90.896.270 orang (97,04% dari total penyerapan tenaga kerja nasional). Hanya kontribusi pada ekspor non migas masih relatif rendah sekitar 17%. Eksistensi UMKM yang begitu strategis ini hendaknya jangan hanya ditinjau dari aspek ekonomi semata, akan tetapi juga harus dilihat dari aspek yang lebih besar terutama aspek sosialnya dalam rangka membantu mengatasi masalah kemiskinan.

Tidak jauh beda dengan kondisi di atas, juga terlihat pada UMKM di kabupaten Lombok Tengah. Potensi UMKM di daerah ini masih terkonsentrasi pada beberapa sentra dengan 53 jenis usaha. Jumlah unit usahanya sampai tahun 2007, mencapai 116.610 unit (BPS, 2007). Berbagai kebijaksanaan telah dan sedang diambil dalam rangka peningkatan kemampuan manajemen usaha, kekuatan permodalan maupun pembinaan usaha lainnya. Beberapa komoditas dalam dari daerah ini antaranya adalah Batu paras, Anyaman bambu, Tenun *t/songket*, Kerajinan perak, Anyaman rotan dan ketak dan Kerajinan gerabah. Unggulkannya komoditas tersebut didasarkan atas potensi dan keberlanjutan bahan (bahan baku) serta pemasaran produk yang relatif prospektif.

Prospek pengembangan UMKM kedepan cukup baik. Ini terkait keberadaan Bandara Internasional Lombok (BIL) yang akan mulai beroperasi tahun 2010. Keberadaan Bandara Internasional di suatu wilayah, secara geografis dan ekonomis dapat menjadi pusat pertumbuhan ekonomi baru yang memiliki efek multiplier yang luas bagi masyarakat NTB umumnya dan Lombok Tengah khususnya. Keadaan demikian tentu merupakan peluang yang sangat prospektif untuk produk-produk UMKM untuk berkembang. Oleh karena itu perlu diantisipasi dan dipersiapkan kemampuan para pelaku UMKM untuk meraih peluang tersebut dengan berbagai kebijakan yang relevan dan konsisten oleh pemerintah daerah.

Untuk itulah penelitian ini akan cukup memberikan kontribusi untuk mengidentifikasi dan memberikan informasi tentang peluang yang mampu diraih

serta persiapan yang mesti dilakukan oleh pelaku UMKM di wilayah sekitar Bandara Internasional Lombok di Lombok Tengah.

## 2. Permasalahan

Banyak pihak sudah memberikan kontribusi dalam mengatasi permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM di Lombok Tengah. Namun apakah pembinaan yang dilakukan selama ini sudah mampu mengatasi semua permasalahan yang ada? Mengingat UMKM ini merupakan kelompok usaha yang dinamis, maka permasalahan yang dihadapi juga makin kompleks, antaranya adalah

1. Keterbatasan kemampuan untuk akses pasar dan informasi untuk perluasan pangsa pasar,
2. Kurang mampu memanfaatkan teknologi dan melakukan teknologi sharing,
3. Akses pada sumber-sumber pendanaan, khususnya pada kredit perbankan sangat terbatas.
4. Kualitas sumberdaya manusia yang rendah, sehingga lemah dalam organisasi dan manajemen, dan lainnya.

Permasalahan-permasalahan tersebut tentu akan menghambat daya saing UMKM dalam mengembangkan usahanya. Dengan kondisi tersebut, maka fokus pemberdayaan UMKM sebaiknya lebih diarahkan pada penguatan kapasitas atau kualitas sumberdaya manusianya. Demikian juga kebijakan pemerintah dirahkan untuk lebih mendukung pengembangan UMKM dengan banyak melibatkan lembaga Perguruan Tinggi.

## 3. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah

- a. Untuk melakukan pemetaan terhadap jenis-jenis dan potensi usaha UMKM yang memiliki prospek untuk dikembangkan di wilayah sekitar Bandara Internasional Lombok (BIL)
- b. Mengidentifikasi dan pemetaan permasalahan-permasalahan yang terkait dengan pengembangan dan sekaligus memberikan rekomendasi terhadap strategi pengembangan dan pembinaan UMKM berdasarkan fakta-fakta di lapangan.

## KAJIAN PUSTAKA

### 1. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Permasalahannya

Yang dimaksud dengan UMKM dalam hal ini adalah seperti yang didefinisikan oleh Kementerian Keuangan RI. yaitu sebagai berikut :

**Usaha mikro** merupakan kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dengan hasil penjualan paling banyak Rp 100juta pertahun. Sedangkan **Usaha kecil** adalah yaitu kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta (diluar tanah dan bangunan). dengan hasil penjualan paling banyak Rp 1 milyar pertahun. Dan **Usaha menengah** merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan antara Rp 200juta-Rp10 milyar (diluar tanah dan bangunan), (Hailuddin, 2007; 9).

Kelompok UMKM merupakan kelompok usaha yang unik, karena banyak memiliki keunggulan misalnya, berperan besar dalam penyediaan lapangan kerja dengan menyerap 90,9 juta tenaga kerja, kemudian kontribusi dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) sekitar 55,56%. Selain itu sumbangan terhadap ekspor nonmigas Indonesia mencapai 20,17% (BI, 2009; 34).

Namun disisi lain permasalahan yang dihadapi UMKM bagaikan tiada habisnya, dan terus berkembang melingkupinya. Beberapa permasalahan pokok yang masih menjadi kendala yang dihadapi antaranya adalah :

*Pertama*, produktivitas usaha dan tenaga kerja yang masih rendah. Hal ini mengakibatkan ketimpangan yang besar antara usaha mikro, kecil, menengah, dan besar. Kinerja UMKM tersebut berkaitan dengan kualitas sumber daya manusianya, terutama kekurangan kemampuan dalam bidang manajemen, penguasaan teknologi, dan pemasaran, serta rendahnya kompetensi kewirausahaan UMKM.

*Kedua*, perkembangan iklim usaha belum sepenuhnya mendukung, antara lain: (1) belum tuntasnya penyempurnaan peraturan perundangan tentang koperasi dan UMKM, (2) ketidakjelasan aspek legalitas formal dan prosedur perizinan bagi koperasi dan UMKM, serta (3) masih berlangsungnya peraturan-peraturan daerah yang menghambat usaha UMKM.

*Ketiga*, UMKM dan koperasi juga masih menghadapi masalah keterbatasan akses modal dan pendanaan. Jumlah kredit perbankan yang disalurkan sebagai kredit usaha kecil adalah sebesar 50,23% dari total kredit perbankan. Itupun sekitar 50% penggunaannya bersifat konsumtif.

*Keempat*, penguasaan teknologi, manajemen, informasi dan pasar masih jauh dari memadai. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, UMKM memerlukan biaya yang relatif besar, apalagi untuk dikelola secara mandiri. Sementara

ketersediaan lembaga yang menyediakan jasa di bidang tersebut juga sangat terbatas dan tidak merata di daerah.

*Kelima*, masalah lain pemberdayaan usaha mikro adalah terbatasnya sumberdaya finansial. Karakteristik usaha mikro yang bermodal kecil, dan tidak berbadan hukum dengan manajemen yang masih tradisional belum cukup tersentuh luas oleh pelayanan lembaga keuangan formal (bank).

### 2. Kebijakan Pengembangan UMKM

Pembangunan bidang UMKM, secara eksplisit ditujukan pada upaya untuk mewujudkan bangsa yang berdaya-saing dalam rangka memperkuat perekonomian domestik dengan orientasi dan berdaya saing global. Hal ini ditegaskan dalam pembangunan jangka panjang bidang koperasi dan UKM dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Tahun 2005-2025. Dan selanjutnya hal tersebut dituangkan pada RPJM 2004-2009, dimana pemerintah menetapkan prioritas dan arah kebijakan pembangunan di bidang Koperasi dan UKM, yaitu:

1. Mengembangkan usaha kecil dan menengah (UKM) agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan daya saing;
2. Mengembangkan usaha skala mikro dalam rangka peningkatan pendapatan pada kelompok masyarakat berpendapatan rendah;
3. Memperkuat kelembagaan dengan menerapkan prinsip-prinsip tata pemerintahan yang baik (*good governance*) dan berwawasan *gender* dengan cara memperbaiki lingkungan usaha dan menyederhanakan prosedur perijinan, memperluas akses kepada sumber permodalan khususnya perbankan, memperluas dan meningkatkan kualitas institusi pendukung yang menjalankan fungsi intermediasi sebagai penyedia jasa pengembangan usaha, teknologi, manajemen, pemasaran dan informasi;
4. Memperluas basis dan kesempatan berusaha serta menumbuhkan wirausaha baru berkeunggulan, termasuk mendorong peningkatan ekspor;
5. Meningkatkan UMKM sebagai penyedia barang dan jasa pada pasar domestik, khususnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat banyak; dan
6. Meningkatkan kualitas kelembagaan koperasi sesuai dengan jati diri koperasi.

Dengan dasar kebijakan pembangunan nasional bidang koperasi dan UKM tersebut, disadari bahwa pemberdayaan KUKM telah menjadi agenda pokok dalam pembangunan ekonomi nasional.

Sebagai upaya untuk lebih meningkatkan produktivitas UMKM sekaligus menyediakan lapangan kerja yang lebih luas, maka pemberdayaan UMKM dan koperasi harus terencana, sistematis dan menyeluruh baik pada tataran makro,

maupun pada tataran mikro. Untuk keperluan tersebut, langkah-langkah kebijakan yang ditempuh meliputi:

- Penciptaan iklim usaha yang lebih sehat untuk membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya, menjamin kepastian usaha, dan mendorong terbentuknya efisiensi ekonomi;
- Pengembangan dan peningkatan kapasitas institusi-institusi pendukung usaha UMKM agar mampu meningkatkan akses kepada sumber daya produktif dalam rangka pemanfaatan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia;
- Pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif usaha kecil dan menengah (UKM) melalui penumbuhan jiwa dan sikap kewirausahaan.
- Pemberdayaan usaha skala mikro untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal, terutama yang masih berstatus keluarga miskin.

Dalam rangka penciptaan iklim usaha untuk membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya dan menjamin kepastian usaha disertai dengan peningkatan efisiensi ekonomi, langkah pokok yang dilakukan antara lain adalah menyempurnakan peraturan perundang-undangan untuk membangun landasan legalitas usaha yang kuat bagi UMKM dan koperasi serta menyederhanakan birokrasi dan perizinan.

## METODE PENELITIAN

### 1. Metode dan Teknik Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode diskriptif, yaitu metode yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang dengan mengumpulkan data, menyusun dan menganalisis serta menarik kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik survey dengan mengadakan wawancara langsung kepada sampel responden (pelaku UMKM) yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan.

### 2. Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 4 kecamatan yang terdekler dengan Bandara Internasional Lombok (ring 1), yaitu Kecamatan Praya, Praya Barat, Pujut, dan Kecamatan Praya Tengah Lombok Tengah. Untuk setiap Kecamatan masing-masing dipilih 3 desa sebagai desa sampel sehingga jumlahnya sebanyak 12 desa. Jumlah populasi dari 12 desa tersebut adalah 1850 orang, sedangkan penentuan besaran sample ditentukan dengan metode Slovin (Umar, 2002; 142) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

Dimana:

n = sampel yang dicari

N = jumlah populasi

e = error dalam pengambilan sampel.

Berdasarkan formula tersebut, maka jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 50 orang pelaku usaha sebagai sampel responden dan penentuan besarnya sampel untuk masing-masing usaha ditentukan secara proporsional random sampling.

### 3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data Primer meliputi: identitas responden, bidang usaha dan jenis usaha, modal usaha, bahan baku dan sumber bahan baku, tenaga kerja dan sumber tenaga kerja, upah tenaga kerja, pendidikan, jumlah produksi, pemasaran, dan permasalahan-permasalahan usaha lainnya. Data dikumpulkan dengan cara wawancara langsung kepada responden. Wawancara dilakukan berdasarkan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Sedangkan data sekunder merupakan data pendukung yang bersumber dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Lombok Tengah dan instansi lainnya yang relevan.

### 4. Metode Analisis

Untuk menentukan strategi pengembangan dan pemberdayaan UMKM di Kabupaten Lombok Tengah, khususnya di sekitar Bandara Internasional Lombok digunakan alat analisis Boston Consulting Group (BCG) Matrix dan dilengkapi dengan Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*).

## HASIL PENELITIAN

### 1. Profil UMKM Lombok Tengah

Jumlah UMKM di Kabupaten Lombok Tengah secara keseluruhan mencapai 37.023 unit usaha, dimana 1.175 unit usaha (3,18%) merupakan usaha formal yang mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 13.488 orang dan 35.846 unit usaha (96,82%) adalah usaha non formal dengan serapan tenaga kerja 63.342 orang (BPS, 2007; 12).

Sedangkan unit usaha yang dominan di Lombok Tengah adalah sentra industri kerajinan yaitu sebanyak 181 sentra (36,79%) dengan jumlah unit usaha

sebanyak 25,347 unit. Kemudian disusul oleh industri pangan sebanyak 134 sentra (27,24%) dengan jumlah 3.985 unit usaha. selanjutnya industri bahan bangunan dan kimia sebanyak 100 sentra dengan 2.295 unit. Sedangkan sentra lainnya rata-rata di bawah 14 persen seperti sentra sandang, logam dan elektronik.

Dari sisi investasi industri pangan merupakan industri yang paling besar menyerap investasi dibandingkan industri lainnya yakni Rp. 7.970.203.000,- dengan nilai produksi sebesar Rp 13.874.147.000.- Sedangkan industri yang paling kecil investasinya adalah industri logam & elektronika yakni sejumlah Rp 255.314.000,- dengan nilai produksi sejumlah Rp. 1.798.393.000.- (Deperindag NTB, 2006; 16).

## 2. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan jenis kelamin 72% responden adalah laki-laki dan sisanya 28% wanita. Usia kebanyakan mereka adalah kisaran 31-40 tahun (70%), dan 20% diatas kisaran umur tersebut. Keadaan ini mencerminkan bahwa para perajin masih berada pada potensi umur yang masih produktif.

Selanjutnya lokasi domisili responden adalah mereka yang berdomisili disekitar wilayah BIL. Responden ini berasal dari 4 kecamatan yaitu : Kecamatan Praya, Kecamatan Praya Tengah, Kecamatan Praya Barat dan Kecamatan Pujut yang terdiri dari 13 desa yang terletak di sekitar Bandara, seperti Tanak Awu, Penujak, Prapen, Lajut, Sasake, Batunyale, Batujai, Ketare dan desa lainnya.

Sedangkan yang menjadi fokus penelitian ini adalah jenis usaha kerajinan seperti Eceng Gondok, Konveksi, Makanan/minuman dan Gerabah yang selama ini terbukti handal. Eceng Gondok menjadi hal yang special disini karena diharapkan suatu saat bisa menjadi primadona dengan pertimbangan, bahan baku lokal dan murah, ramah lingkungan, dan dapat menjadi bahan baku banyak industri kerajinan.

Dari aspek legalitas usaha, ternyata masih relatif sedikit yang sudah memiliki ijin dalam berusaha. Dari 50 sampel usaha yang disurvei, baru 15 unit usaha (30%) yang sudah memiliki ijin, sedangkan sisanya tidak memiliki ijin sama sekali. Padahal keberadaan ijin usaha ini sangat mendukung keberlangsungan dan kemajuan usaha.

Sedangkan kalau dilihat dari besaran modal usaha yang dilola, sebagian besar pelaku usaha (66%) masih mengelola modal dibawah Rp 5 juta. Hal ini menunjukkan bahwa mereka kebanyakan masuk katagori usaha mikro. Demikian juga dari sumber modal yang dilola, 74% dari pelaku usaha ini modalnya berasal dari dana sendiri dan 26% berasal dari pinjaman+modal sendiri. Pinjaman yang diperoleh biasanya juga banyak berasal dari keluarga sendiri dan para pelepas

uang. Keadaan ini mengindikasikan bahwa mereka umumnya masih rendah aksesnya pada sumber permodalan yang ada terutama lembaga perbankan.

Keterlibatan tenaga kerja pada usaha yang dikelola juga masih rendah. Sekitar 72% usaha tersebut menyerap sampai 5 orang tenaga. Dan yang menyerap 6-10 orang tenaga hanya sekitar 26%, dan selebihnya diatas 10 orang. Disamping itu tenaga yang terlibat biasanya berasal dari anggota keluarganya sendiri, yang kurang diperhatikan masalah gaji dan kesejahteraannya.

Bila dilihat dari sistem produksi yang diterapkan pengusaha di kawasan BIL, sebagian besar masih menerapkan sistem produksi berdasarkan pesanan yaitu sebesar 50% dari pengusaha, seperti usaha konveksi, mebelair, kerajinan batu aji, dan kerajinan bambu. Sedangkan 38% berproduksi rutin dan sisanya dengan pola campuran, seperti gerabah, tenun gedogan, dan kerajinan eceng gondok.

Dilihat dari teknologi yang digunakan dalam berproduksi, maka peralatan produksinya masih dengan manual, dan teknologi sederhana. Hal ini disebabkan pelaku UMKM masih dihadapkan pada keterbatasan modal untuk meningkatkan tehnologinya.

Jika dilihat dari sumber bahan baku untuk berproduksi, sebagian besar (96%) usaha UMKM mendapatkan bahan baku dari sumber lokal. Semakin banyak bahan baku yang tersedia dari lokal tentu akan semakin menjamin keberlangsungan usaha bersangkutan dan sebaliknya. Sedangkan dari cara pengadaannya, sebanyak 84% dari mereka ini membeli secara tunai, dan selebihnya dilakukan dengan cara berutang/kredit.

Sehubungan dengan keberadaan Bandara Internasional Lombok (BIL) di Lombok Tengah, sebagian besar pengusaha sudah memiliki rencana kedepan terutama dalam pengembangan produk dan pengembangan pasar. 48% dari mereka berencana untuk mengembangkan pasar produknya. Kemudian sebanyak 30% berencana untuk pengembangan produk dengan peningkatan produksi dan desain produk. Hal ini dilakukan dengan alasan bahwa jika BIL beroperasi maka itu merupakan peluang untuk peningkatan akses pasar, dan jika pasar semakin luas maka tentu produksi dapat ditingkatkan. Sedangkan sisanya sebanyak 22% tidak dapat merencanakan /memprediksikan usahanya kedepan. Dengan kondisi ini pihak terkait/pemerintah diharapkan untuk lebih mampu mengantisipasi hal tersebut dalam rangka mempersiapkan pengusaha dalam mengantisipasi beroperasinya BIL.

Dengan demikian jangkauan pemasaran hasil produk UMKM Lombok Tengah yang selama ini masih dominan pada pasar lokal (62%) akan lebih mengglobal. Keterbatasan pasar selama ini nampaknya juga terkait dengan system pengemasan yang dilakukan UMKM. Sebagian besar (94%) pelaku usaha ini tidak

menggunakan kemasan untuk produknya. Hal ini memberikan image yang kurang baik terhadap produknya.

Dalam hal pembukuan, UMKM ini umumnya masih lemah dalam pencatatan. Ini terbukti dari 64% responden tidak menggunakan pembukuan sama sekali dalam berusaha, dan sisanya 36% yang sudah menerapkan sistem pembukuan ini.

### 3. Permasalahan UMKM Lombok Tengah

#### A. Aspek Permodalan :

Masalah modal ini yang sering masih menjadi kendala bagi pelaku UMKM, antaranya adalah :

1. Informasi sumber pembiayaan masih sangat kurang
2. Sistem dan prosedur kredit masih sangat rumit
3. Perbankan kurang begitu peduli terhadap UMKM, apalagi daya jangkau Bank tidak sampai daerah-daerah terpencil sehingga UMKM sering terjepit oleh para pelepas uang (rentenir)

#### B. Aspek Pemasaran:

1. Sebagian besar UMKM hanya menjangkau pasar lokal, walaupun ada yang keluar daerah atau ke luar negeri, tapi ini dilakukan oleh pihak lain (perantara)
2. Asosiasi pengusaha dan profesi belum berperan dalam mengkoordinasikan persaingan
3. Informasi pemasaran masih sangat kurang

#### C. Permasalahan Bahan Baku

Bahan baku masih menjadi kendala yang cukup menyulitkan, karena pada umumnya bahan baku dikuasai oleh beberapa pedagang besar. Lebih-lebih bahan baku yang didatangkan dari daerah lain seperti rotan, kain, benang, dll. yang pembeliannya harus dilakukan secara tunai. Demikian juga beberapa bahan baku lokal sudah mulai terbatas, seperti kayu jenis tertentu.

#### D. Teknologi

Teknologi yang digunakan oleh UMKM masih sangat tradisional, sehingga tidak bisa menghasilkan produk dalam jumlah yang besar. Apabila itu berlaku pada industri makanan/minuman yang dilakukan secara manual, maka hasilnya kurang higienis.

#### E. Manajemen

Kemampuan pelaku UMKM dalam manajemen masih rendah. Hal ini terlihat pada :

1. Pola manajemen yang digunakan sebagian besar pengusaha UMKM masih sangat tradisional, sehingga merupakan kendala tersendiri dalam proses pembinaannya
2. Sulit dilakukan pemisahan manajemen keuangan usaha dan keuangan keluarga sehingga sulit mengontrol cash-flow
3. Kemampuan pengusaha mengorganisasikan diri dan karyawannya masih lemah

#### F. Masalah Pembinaan

Aparat pemerintah belum terlalu serius dan fokus dalam pembinaan dan pemberdayaan UMKM. Hal ini terlihat dari banyaknya instansi yang melakukan pembinaan terhadap sasaran yang sama dengan koordinasi yang lemah, sehingga sering terjadi tumpang tindih dalam pembinaan yang pada akhirnya sangat membingungkan pelaku UMKM.

#### G. Ketersediaan Infra Struktur.

Infra struktur yang dibutuhkan UMKM dalam melakukan kegiatannya sering sangat terbatas, seperti : listrik, air dan jaringan telepon, sarana transportasi masih sangat jauh dari jangkauan, sehingga cukup merepotkan operasional UMKM.

#### H. Kemitraan

Kemitraan yang didengung-dengungkan selama ini yang diharapkan akan membawa perbaikan kondisi UMKM, cenderung merugikan UMKM. Mereka yang ingin memasarkan produknya melalui usaha besar harus melakukan konsinyasi, yang jika barangnya belum laku, maka uangnya belum diterima, ini sama artinya usaha kecil mensubsidi UM dan UB.

#### 4. Strategi Alternatif Pemecahan Masalah

##### 1. SWOT Matriks

SWOT Matriks yaitu suatu konsep kerangka kerja untuk menganalisis secara sistematis faktor-faktor baik dari luar perusahaan yaitu terdiri dari ancaman (threats) dan peluang (opportunities) maupun dari dalam yang terdiri kelemahan dan kekuatan.

Perusahaan yang sukses sangat tergantung dari bagaimana dia memanfaatkan kelebihan-nya sementara dalam waktu yang sama mengurangi dampak dari kelemahan-kelemahannya. Hal ini dilakukan dalam rangka untuk mendapatkan peluang-peluang yang ada dan menanggulangi ancaman apabila timbul.

Dari hasil penelitian dan penganalisaan data yang terkumpul, maka peneliti dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan dan peluang serta ancaman yang berkenaan dengan UMKM di Lombok Tengah, dapat dilihat pada matrik berikut:

Matrik 1. SWOT Matriks UMKM di Kawasan BIL

<b>External Factors (EFAS Tabel)</b>          <b>Internal Factors (IFAS Tabel)</b>	<b>Opportunities (O)</b>	<b>Threats (T)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebijakan Pemerintah tentang Pengembangan UMKM</li> <li>2. Pembangunan BIL</li> <li>3. Loteng Salah satu Tujuan wisata</li> <li>4. Komitmen BUMN/BUMD dalam membantu mengembangkan UMKM</li> <li>5. Semakin terbukanya pasar baik lokal, regional maupun internasional.</li> <li>6. Mulai ada kepedulian dari pemerintah</li> <li>7. Masih banyak pembeli yang senang barang-barang etnik dan tradisional serta ramah lingkungan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan industri/ banyaknya usaha sejenis di pasar lokal</li> <li>2. Labilnya kondisi sosial ekonomi dan budaya</li> <li>3. Selera konsumen yang berubah-ubah</li> <li>4. Adanya barang-barang serupa dari plastik</li> <li>5. Banyaknya usaha sejenis yang dikembangkan daerah lainnya</li> <li>6. Kurangnya koordinasi dari berbagai pihak pemberdaya (Pemerintah, LSM, PT, dll)</li> <li>7. Sulit meyakinkan kreditor untuk pengembangan produk atau pasar</li> </ol>
<b>Strengths (S)</b>	<b>SO Strategies</b>	<b>ST Strategies</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kapasitas Produksi masih dapat ditingkatkan</li> <li>2. Bahan baku tersedia</li> <li>3. Tenaga kerja tersedia dan murah</li> <li>4. Lokasi strategis</li> <li>5. Infra struktur relatif memadai</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Peningkatan kapasitas produksi melalui perluasan pasar dan networking usaha.</li> <li>b. Meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan (Tingkatkan ketrampilan TK dengan mengantisipasi selera konsumen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan efisiensi dan pengembangan produk dan pasar (S2,S3,T1,T4) bagi produk bagi UMKM</li> <li>2. Pengadaan showrom (S4,S5,T2,T3,T4)</li> </ol>

Weaknesses (W)	WO Strategies	WT Strategies
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lemahnya jiwa wirausahawasta</li> <li>2. Akses pasar yang rendah</li> <li>3. Peralatan manual dan sederhana</li> <li>4. Pengelolaan usaha masih tradisional</li> <li>5. Desain produk sederhana</li> <li>6. Inovasi pengusaha rendah</li> <li>7. Modal kerja sangat terbatas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan semangat/ motivasi melalui pembinaan dan pendampingan</li> <li>2. Kerjasama Pemerintah, BUMN, BUMD dengan pengusaha inelalui program kemitraan</li> <li>3. Training (S4 ; O2,O3)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan pelanggan dengan pelayanan (W4,W5; T1,T5 )</li> <li>2. Memanfaatkan teknologi tepat guna (W3,W5 ; T1,T4,T5)</li> </ol>

**2. Boston Consulting Group (BCG) Matrix**

Boston Consulting Group (BCG), perusahaan konsultan manajemen terkemuka yang mengembangkan dan mempopulerkan matriks pertumbuhan pangsa-pasar (growth-share matrix).

Matriks pertumbuhan pangsa pasar dibagi menjadi empat sel, masing-masing menunjukkan jenis bisnis yang berbeda :

1. **Tanda Tanya (Question mark):** Usaha yang beroperasi di pasar dengan pertumbuhan yang tinggi, namun pangsa pasar relatifnya rendah. Sebagian besar usaha dimulai dengan **Tanda Tanya**, karena perusahaan baru memasuki pasar yang pertumbuhannya tinggi dimana telah terdapat pemimpin pasar.
2. **Bintang (star):** jika usaha dalam tanda tanya berhasil, bisnis tersebut akan masuk ke kategori bintang. Bintang adalah pemimpin pasar yang berada di pasar yang tumbuh dengan cepat.
3. **Sapi perah (Cash cow):** Bila pertumbuhan pasar tahunan turun menjadi kurang dari 10 persen, sang bintang menjadi sapi perahan jika masih memiliki pangsa pasar yang relatif terbesar. Sapi perah menghasilkan banyak kas bagi perusahaan.
4. **Anjing (dog):** Anjing menggambarkan bisnis yang memiliki pangsa pasar yang rendah di pasar yang tumbuh dengan lambat. Umumnya usaha yang berada pada posisi ini menghasilkan laba yang rendah, atau bahkan menderita rugi, walaupun kadang-kadang juga menghasilkan kas.

Sehubungan dengan analisis matrik diatas, maka strategi yang dianjurkan untuk dilakukan perusahaan ada empat strategi, yaitu :

1. **Kembangkan :** Di sini tujuannya adalah meningkatkan pangsa pasar perusahaan, meskipun harus mengorbankan laba jangka pendek. Strategi itu cocok untuk tanda Tanya yang pangsa pasarnya harus ditingkatkan jika dia



ingin menjadi bintang, dalam hal ini bisa dilakukan untuk industri : Kerajinan Eceng Gondok, Kerajinan Batu Aji.

2. **Pertahankan** : Di sini tujuannya adalah mempertahankan pangsa pasar usaha. Strategi itu cocok untuk sapi kas yang kuat agar dapat terus memberikan arus kas yang positif, Situasi ini cocok untuk industri Gerabah, Mebel Kayu/Rotan/Bambu, Pengolahan Buah.
3. **Panenlah** : Di sini tujuannya adalah meningkatkan pemasukkan kas jangka pendek perusahaan dengan mengabaikan akibat jangka panjangnya. Strategi panen mencakup keputusan untuk menarik diri dari bisnis dengan menjalankan suatu program perampingan (pengurangan) biaya secara berkelanjutan. Perusahaan "menuai atau memetik hasil usahanya" untuk "menyusul bisnis lainnya". Panen umumnya juga meliputi penghapusan pengeluaran penelitian dan pengembangan, tidak mengganti pabrik fisik yang telah rusak, tidak menambah tenaga penjual, mengurangi pengeluaran iklan, dan lain-lain.
4. **Lepaskan** : Di sini tujuannya adalah untuk menjual atau melikuidasi suatu bisnis karena sumber daya akan lebih baik digunakan di tempat lain. Strategi itu cocok untuk bisnis kategori anjing dan tanda tanya yang menghambat laba perusahaan.

Perusahaan harus hati-hati dalam memutuskan apakah akan menuai/memanen atau melepas/divestasi yang merupakan strategi terbaik bagi unit bisnis yang lemah. Menuai akan mengurangi nilai masa depan bisnis tersebut, dan dengan demikian, juga harganya bila bisnis itu akan dijual/dilepas di kemudian hari. Keputusan pelepasan yang dilakukan lebih awal, sebaliknya, cenderung akan menghasilkan harga penawaran yang cukup tinggi jika bisnis dalam keadaan yang relative baik dan memiliki nilai lebih dibandingkan perusahaan lainnya.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang terkait dengan pemetaan tentang potensi dan peluang usaha, maka dapat disimpulkan hal sebagai berikut:

- Secara umum masalah-masalah yang masih menjadi kendala para pelaku UMKM di Kawasan BIL Lombok Tengah adalah permodalan, pemasaran, bahan baku, teknologi, manajemen, masalah Birokrasi, ketersediaan infra struktur dan kemitraan.

- Peluang pengembangan UMKM yang cukup prospektif dengan keberadaan BIL di Lombok Tengah adalah jenis usaha industri kecil dan kerajinan serta usaha makanan/ minuman, seperti gerabah/kramik, mebel kayu/rotan/bambu, pengolahan buah, kerajinan eceng gondok, tenun gedogan, kerajinan anyaman dan kerajinan batu aji.

### 2. Rekomendasi

Berdasarkan analisis SWOT maka, diperoleh beberapa alternatif strategi pengembangan dan pemberdayaan UMKM di Kawasan BIL Lombok Tengah sebagai berikut:

- a. Peningkatan kapasitas produksi melalui perluasan pasar dan networking usaha.
- b. Meningkatkan kualitas SDM melalui peningkatan pelatihan, pembinaan dan pendampingan
- c. Kerjasama Pemerintah, BUMN, BUMD dengan pengusaha melalui program kemitraan yang saling menguntungkan.
- d. Training peningkatan efisiensi dan pengembangan produk UMKM, dengan memanfaatkan teknologi tepat guna.
- e. Pembangunan showroom pada wilayah/lokasi strategis.
- f. Mempertahankan pelanggan dengan pelayanan

## DAFTAR PUSTAKA

1. \_\_\_\_\_, 2004. Bappenas RI : Rencana Pembangunan Jangka Menengah RI 2004- 2009, Jakarta;
2. \_\_\_\_\_, 2007. BPS & Kementerian Negara Koperasi dan UKM: Statistik UKMK 2005 -2006;
3. \_\_\_\_\_, 2007. Profil Perekonomkian NTB 2004-2006, BPS- NTB, Mataram;
4. \_\_\_\_\_, 2003. Pengembangan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Kementerian Koperasi dan UKM , Jakarta
5. \_\_\_\_\_, 2007. : Revitalisasi Koperasi dan UKM Sebagai Solusi Mengatasi Pengangguran dan Kemiskinan, Kementerian Negara Koeparsi dan UKM, Jakarta;
6. \_\_\_\_\_, 2009. Statistik Perbankan Indonesia Edisi Mei 2009, Bank Indonesia, Jakarta.
7. \_\_\_\_\_, 2010. Peran Bank Indonesia Dalam Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM, Bank Indonesia, Mataram.

8. Hailuddin, Bd., 2007. Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah, Mengkritisi Peran Lembaga Perbankan, Mutiara Ilmu, Bandung.
9. Irianto, Jusuf , 1996. Industri Kecil Dalam Perspektif Pembinaan dan Pengembangan, Airlangga University Press, Surabaya
10. Piercy, Nigel & Gilles William (1989): Making Swot Analysis Work, Market Intelligence and Planning, No. 5/6.
11. Tambunan, Tulus, 2002. Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, Beberapa Isu Penting, Empat, Jakarta.
13. Umar, 2002. Metode Penelitian Pasar, Gramedia, Jakarta
14. Wehrich, Heinz (1982) : The TOWS Matrix, a Tools for Situational Analysis, Long Range Planning, Vol. 15, No.2.

# PELUANG PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI WILAYAH SEKITAR BANDARA INTERNASIONAL LOMBOK

---

## GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

**/0**

GENERAL COMMENTS

**Instructor**

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---