

**Strategi Kolaborasi Pengembangan UMKM Sulaman Indah
Benang Mas dan Bordir Menggunakan Metode SWOT**

**Rita Fitri Sovia¹, Riscia Wahyuni Putri², Indah Prima Yendri³, Tika Novita
Sari⁴, Ramdani Bayu Putra⁵**

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email: ritafitrisovia123@gmail.com, *wrischia@gmail.com,
*primayendri16@gmail.com, *tikanovitasari09@gmail.com,
*ramdanibayuputra@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor kekuatan, peluang, kelemahan, ancaman pada UMKM dan menentukan strategi kolaborasi yang optimal dalam pengembangan dan meningkatkan daya saing UMKM Sulaman Indah Benang Mas dan Bordir "Asnaweti Putri". Obyek penelitian yang dipilih adalah UMKM Sulaman Indah Benang Mas dan Bordir "Asnaweti Putri" Manggung Pariaman Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pengembangan UMKM yang harus di terapkan oleh usahanya meliputi: menjaga kualitas produk untuk memenuhi permintaan konsumen, melakukan perbaikan sistem manajemen industri, memperkuat jaringan dan meningkatkan pemasaran, melakukan pengoptimalan biaya produksi, mengupayakan ketersediaan bahan baku secara berkelanjutan serta melakukan pengembangan pada produk. Salah satu strategi pengembangan adalah memperkuat jaringan melalui perancangan strategi kolaborasi. Strategi kolaborasi yang diterapkan antara lain: kolaborasi klaster industri sesama UMKM, kolaborasi upstream dan dwonstream, dan kolaborasikompetensi.

Kata kunci: *Strategi bisnis, marketing, kolaborasi, UMKM*

Abstract

This study aims to determine the factors of strengths, opportunities, weaknesses, threats to MSMEs and determine the optimal collaboration strategy in developing and increasing the competitiveness of SMEs. The research object selected was MSMEs of Embroidery Indah Benang Mas and "Asnaweti Putri" Embroidery Manggung Pariaman Utara. The results show that the MSME Development Strategy that must be implemented by its business includes: maintaining product quality to meet consumer demand, improving industrial management systems, strengthening networks and increasing marketing, optimizing production costs, seeking sustainable raw material availability and developing product. One of the development strategies is to strengthen the network through the design of a collaborative strategy. The collaboration strategies implemented include: industrial cluster collaboration among MSMEs, upstream and downstream collaboration, and competency collaboration.

Keywords: *Business strategy, marketing, collaboration, MSM*

PENDAHULUAN

Usaha kecil mikro merupakan usaha bisnis yang harus memperoleh kesempatan pertama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha rakyat (Udiani, 2016). Pengembangan usaha kecil mikro merupakan salah satu cara untuk menaikkan daya beli masyarakat. Pengembangan usaha kecil mikro menjadi sangat strategis untuk mendorong perekonomian masyarakat sehingga kontribusi usaha kecil mikro menjadi sangat besar untuk meningkatkan pendapatan. Kolaborasi merupakan proses kerjasama pada suatu usaha atau industri dalam menggabungkan suatu pemikiran dengan menggapai tujuan yang di harapkan. Pengertian kolaborasi adalah jaringan atau distribusi informasi, sumber daya, kegiatan, dan kapasitas organisasi dalam dua sektor atau lebih untuk bekerja sama untuk mencapai tujuan yang tidak dapat dicapai sendirian (Udiani, 2016).

Analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Jadi analisis SWOT ini berkaitan dengan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman.

UMKM Asnaweti Putri merupakan salah satu UMKM yang menjual berbagai jenis Sulaman dan Bordir. beralokasi di Jl. Siti Manggopoh Manggung

Pariaman Utara. Permasalahan yang selama ini dihadapi oleh UMKM ketidak siapan dan ketidakfisibelnya usaha yang dihasilkan, karena pada UMKM ini kurang efisien dalam skala produksinya. Dalam artian tingkat produktivitasnya kecil, sehingga kurang fisibel dan cenderung tidak efisien. Dalam rangka meningkatkan efisiensi dan daya saing, dengan fokus pada pengolahan informasi downstream (pasar) dan upstream (supplier) yang dianggap sebagai salah satu faktor lemahnya daya saing UMKM.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yang digunakan untuk menyelidiki dan mencari informasi tentang variable- variabel yang mengetahui faktor internal dan eksternal. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT, yaitu mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Pada analisis ini didasarkan pada i pengetahuan yang memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimkan kelemahan dan ancaman. Proses pengambilan keputusan strategis selalu dikaitkan dengan pengembangan misis, tujuan, strategi dan kebijakan UMKM. Penelitian dilakukan di UMKM Sulaman Indah Benang Mas dan Bordir "Asnaweti Putri" Manggung Pariaman Utara.



Dimana objek yang diteliti adalah UMKM. Adapun pelaksanaan penelitian dilaksanakan di bulan November 2021. Para perencana strategis perlu menganalisis unsur-unsur strategis (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) suatu perusahaan dalam lingkungan saat ini. Ini disebut analisis situasi. Model analisis situasi yang paling terkenal adalah analisis SWOT. Unsur - unsur pada analisis SWOT adalah: Faktor Internal - Kekuatan (strengths), yaitu seluruh sumberdaya UMKM Kripik yang dapat digunakan secara efektif untuk mencapai tujuan - Kelemahan (weaknesses) yaitu segala keterbatasan, atau kekurangan di dalam UMKM Kripik yang dapat menghambat tercapainya tujuan. Faktor Eksternal - Peluang (opportunities), yaitu berbagai keadaan dan kondisi di lingkungan sekitar yang dapat membawa manfaat dan laba dalam usaha pengembangan UMKM.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dengan melakukan pengembangan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai target penjualan maupun produktivitas yang lebih baik. Perencanaan dan pengembangan produk usaha dengan harga yang terjangkau harus menarik minat konsumen. Penentuan saluran distribusi produk yang tepat sebagai sarana mengungguli pesaing. Selain melakukan penguatan terhadap bidang pemasaran para pelaku UMKM harus memperkuat di bidang manajemen sumber daya manusia, dalam hal ini para pelaku usaha diwajibkan untuk mampu beradaptasi pada kondisi seperti ini.

Dengan dilakukannya kolaborasi, hal ini tentunya akan meningkatkan pendapatan UMKM, hal ini juga upaya dalam mendukung pemasaran. Penyelamatan UMKM dinilai sangat penting, karena sektor UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia . Dengan penyelamatan pendapatan dan omset UMKM juga berimbas terhadap karyawan/pegawai, karena mereka tidak kehilangan pekerjaan yang dapat mengurangi angka pengangguran. Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi yang tepat selain dapat mempertahankan kelangsungan usaha kecil juga dapat memperluas jaringan pemasaran yang berdampak positif bagi pertumbuhan dan perkembangan usaha kecil di masa yang akan datang.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yang digunakan untuk menyelidiki dan mencari informasi tentang variable-variabel yang mengetahui faktor internal dan eksternal. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT, yaitu mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Pada analisis ini didasarkan pada ilmu pengetahuan yang memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimkan kelemahan dan ancaman. Proses pengambilan keputusan strategis selalu dikaitkan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan UMKM. Penelitian dilakukan di UMKM Sulaman Indah Benang Mas dan Bordir "Asnaweti Putri" Manggung Pariaman Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal IlmuEkonomi*, X(X), 120– 142
- Produktiva, J. (2021). *Jurnal Produktiva Strategi Kolaborasi PengembanganUMKM Kripik " ASA " Menggunakan MetodeSWOT. 01.*
- Utami, S. (2018). *STRATEGI KOLABORASI BISNIS UNTUK MENINGKATKANEFISIENSI DAN CAKUPAN USAHA UKM KERAJINAN (BATIK DAN KAIN JUMPUTAN) DI KECAMATAN UMBULHARJO YOGYAKARTA Oleh : Dra . Sri Utami , M . Si PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHANSEKOLAH TINGGIPEMBANGUNAN MASYARAKAT DE*