

## Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM di Kecamatan Karangampel)

Nuni Oktaviani<sup>1</sup>, Rosanti Putri<sup>2</sup>

Prodi Ekonomi Syariah IAI Pangeran Dharma Kusuma Indramayu

[nunidosen@gmail.com](mailto:nunidosen@gmail.com)<sup>1</sup>,

DOI : 10.55656/ksij.v7i1.211

Submitted: (2024-06-26) | Revised: (2025-01-15) | Approved: (2025-2-25)

### *Abstract*

UMKM are a grouping between micro businesses, small businesses and medium businesses. A micro business is a business that has a profit from its business of IDR. 300,000,000, and have assets or net worth of at least Rp. 50,000,000. In this case, MSME actors in Karangampel sub-district have criteria at the micro-enterprise level which is in the culinary sector, namely dodol products and melinjo chips which are typical Karangampel souvenirs. Dodol Karangampel is a typical Indramayu snack originating from Karangampel. This dodol is made from selected ingredients such as sticky rice, palm sugar, coconut milk and salt. Cooked using wood fuel so it adds a distinctive taste. There are two types of Karangampel Dodol, namely Dodol Enom and Dodol Tua, Dodol Enom with a soft texture, cooked for four hours. Meanwhile, Old Dodol has a chewy texture, cooked for seven to eight hours. Melinjo chips are a snack ingredient, apart from having high nutritional value, they also have a taste that many people like. Melinjo chips are a special food in the Indonesian people's diet. Based on these qualifications and supported by intensifying craftsmanship, we can guarantee the availability of emping without being influenced by time so that consumer needs can be met at any time. Emping melinjo is one of the agricultural processing commodities that has high value, both because of its relatively high selling price and as an export commodity that can generate foreign exchange. The low productivity of melinjo is a result of the cultivation of traditional farming businesses, resulting in low production and an inability to meet and guarantee the supply of raw material needs. This condition causes emping melinjo entrepreneurs to import sufficient raw materials from outside the district. This type of research uses descriptive qualitative methods, namely, data that approaches and characterizes, and can be observed and recorded. This type of data is non-numerical and collected through observation, interviews and documentation. This type of data is important in determining the frequency of certain traits or characteristics allowing statisticians to establish parameters by which larger data sets can be observed. This research uses SWOT analysis, namely, strengths, weaknesses, opportunities and threats. The SWOT analysis technique has the greatest strength because it can carry out a more systematic and contrasting evaluation of organizational and regional situations. The result of this conclusion is a SWOT analysis of Maun dodol and Melinjo chips products in Karangampel sub-district. In this analysis, several development strategies were found by maintaining product quality. Improving product quality to attract buyers. Increase promotion. Optimizing production activities with modern tools. Updating production tools. Improve management system. Increase marketing mobility. Collaborate with shops or reopen marketing outlets. Stocking production raw materials. Continuously update marketing research. Working with consumers to attract new consumers (determine). Strengthening the use of internet media to add new consumers

**Keywords :** *UMKM Business Development Strategy, Islamic Economics*

## Abstrak

UMKM merupakan pengelompokan antara usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Usaha mikro adalah sebuah usaha yang memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 300.000.000, dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp. 50.000.000. Dalam hal ini pelaku UMKM di kecamatan Karangampel memiliki kriteria pada tingkat usaha mikro yang merupakan bidang kuliner yaitu produk dodol dan keripik melinjo yang menjadi oleh-oleh khas Karangampel. Dodol Karangampel merupakan salah satu makanan ringan khas Indramayu yang berasal dari Karangampel. Dodol ini dibuat dari bahan-bahan pilihan seperti beras ketan, gula aren, santan dan garam. Dimasak dengan menggunakan bahan bakar kayu sehingga menambah rasa khasnya. Ada dua jenis Dodol Karangampel yaitu Dodol Enom dan Dodol Tua, Dodol Enom dengan tekstur lembek, dimasak dengan waktu empat jam. Sedangkan Dodol Tua dengan tekstur kenyal, dimasak dengan waktu tujuh sampai delapan jam. Keripik melinjo merupakan salah satu bahan makanan ringan, selain bernilai gizi tinggi juga memiliki cita rasa yang banyak disukai masyarakat. Keripik melinjo merupakan makanan istimewa dalam pola makanan rakyat Indonesia. Berdasarkan kualifikasi tersebut dan didukung dengan perajinan yang intensifying dapat menjamin ketersediaan emping tanpa dipengaruhi oleh waktu sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi setiap saat. Emping melinjo merupakan salah satu komoditi pengolahan hasil pertanian yang memiliki nilai tinggi, baik karena harga jual yang relatif tinggi maupun sebagai komoditi ekspor yang dapat mendatangkan devisa. Rendahnya produktifitas melinjo akibat dari budidaya usaha tani yang masih tradisional, sehingga berdampak rendahnya produksi dan tidak mampu mencukupi serta menjamin pasokan kebutuhan bahan baku. Kondisi ini mengakibatkan para pengusaha emping melinjo untuk mencukupi bahan baku mendatangkan dari luar kabupaten. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu, data yang mendekati dan mencirikan, serta dapat diamati dan dicatat. Tipe data ini bersifat non-numerik dan dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis data ini penting dalam menentukan frekuensi sifat atau karakteristik tertentu yang memungkinkan ahli statistik membentuk parameter dimana kumpulan data yang lebih besar dapat diamati. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT yakni, *streangth* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threat* (ancaman). Teknik analisis SWOT memiliki kekuatan terbesar karena dapat menjalankan evaluasi secara lebih kontras secara sistematis tentang situasi organisasi maupun daerah. Hasil dari kesimpulan ini adalah menganalisis SWOT tentang produk dodol Maun dan keripik Melinjo di kecamatan Karangampel. Dalam analisis ini ditemukan beberapa strategi pengembangannya dengan cara, mempertahankan kualitas produk. Meningkatkan mutu produk untuk menarik pembeli. Meningkatkan promosi. Mengoptimalkan kegiatan produksi dengan alat-alat yang modern. Memperbarui alat-alat produksi. Memperbaiki sistem manajemen. Meningkatkan mobilitas pemasaran. Bekerjasama dengan toko-toko ataupun membuka kembali gerai pemasaran. Menyetok bahan baku produksi. Melakukan pembaruan riset pemasaran secara berkelanjutan. Bekerja sama dengan konsumen untuk menarik konsumen baru (menjastipkan). Memperkuat penggunaan media internet untuk menambah konsumen baru.

**Kata Kunci :** Strategi Pengembangan Usaha UMKM, Ekonomi Islam

## Pendahuluan

UMKM merupakan pengelompokan antara usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Usaha mikro adalah sebuah usaha yang memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 300.000.000, dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp. 50.000.000. Kriteria adalah sebuah usaha yang dimiliki oleh suatu lembaga atau badan usaha, atau perseorangan. Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pendapatan atau keuntungan dengan jumlah yang lebih kecil. Hasil keuntungan dari penjualan yang masuk kategori usaha kecil ini berkisar dari angka Rp. 300.000.000 sampai dengan Rp. 2.500.000.000. Usaha Menengah adalah usaha yang dijalankan oleh seseorang, lembaga, atau kelompok yang berpatokan dengan peraturan UU. Untuk dapat disebut sebagai usaha menengah, terdapat dua ciri-ciri, pertama usaha menengah memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp.2.500.000.000 sampai dengan Rp. 50.000.000.000 dalam satu tahun, sementara kekayaan bersih yang dimiliki oleh usaha menengah adalah sebesar Rp. 500.000.000 dalam satu tahun. (Wilda Kurniasih (2022))

Pengaruh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) ditengah-tengah masyarakat sangatlah besar, terutama dalam meberdayakan masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan. Minimal individu dari masyarakat dapat memenuhi kebutuhan pribadinya dan jauh dari kata kemiskinan. Tidak berhenti disitu saja, peran UMKM mampu menghidupkan sektor lain seperti jasa distribusi dan angkutan transportasi, jasa sewa lahan produksi, industri manufaktur pembuat mesin produksi, industri kemasan, jasa periklanan (*advertising*), pemasaran dan jasa *design branding* produk (jika diperlukan). (LB. Ruth Florida dan W.M. Hutabarat (2015))

Menurut Riza Fatma (2021) dalam skripsinya, "*Strategi Pengembangan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat: studi kasus, tahu 151 A Kelurahan Abian Tubuh Kota Mataram*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif usaha tahu 151 A dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan untuk mengetahui faktor penghambat pengembangan UMKM dalam meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya bagi pemilik dan karyawan tahu 151 A. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan memperhatikan teknik penelitian yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan dengan reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/vertification*). Hasil penelitiannya yaitu mengandalkan strategi pengembangan produk ide-ide kreatif seperti sisa ampas tahu diolah menjadi kerupuk, tahu dibungkus rapi dalam wadad anyaman bambu (besek) sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dikalangan masyarakat, produksi dan pemesanan bertambah. Dalam hal ini, meningkatkan pendapatan bagi pemilik dan karyawan tahu 151 A yang sebelumnya hanya mendapat keuntungan Rp. 300.000,- naik menjadi Rp. 500.000 - 600.000 per bulan. Sementara itu, faktor penghambat dalam

mengembangkan UMKM dan pendapatan masyarakat khususnya bagi pemilik dan karyawan tahu 151 A yaitu dalam hal pemasaran, operasi, keuangan, pengalaman dengan kreativitas, kesempatan kerja yang tersedia, keahlian kerja, keuletan kerja, dan modal yang digunakan. Namun, hambatan tersebut mampu dihindari dengan mengandalkan strategi yang baik dan tepat.

Menurut Ugin Setyani (2020) dalam skripsinya, "*Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berbasis ekonomi kreatif pada pengrajin sepatu kulit Sumali Novitha di Kelurahan Keniten Kabupaten Ponorogo*". Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan bersumber data primer dari informan. Teknik analisis data menggunakan metode analisis SWOT untuk membantu menganalisis penentuan posisi dan alternatif strategis pengembangan UMKM pengrajin sepatu kulit Sumali Novitha yang meliputi promosi dan distribusi. Hasil penelitiannya berdasarkan Matrik IE berada pada sel V yaitu tahap pertumbuhan atau stabilitas dengan strategi konsentrasi melalui integral horizontal atau stabilitas. Sedangkan hasil analisis diagram SWOT berada pada kuadran II yaitu memiliki ancaman cukup dari luar dan kekuatan internal untuk menghadapi Alternatif strategi promosi sesuai matrik SWOT yaitu strategi ST. Untuk strategi distribusi usaha pengrajin sepatu kulit Sumali Novitha berdasarkan Matrik IE berada pada sel I yaitu tahap pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi vertikal. Sedangkan hasil analisis diagram SWOT berada pada kuadran II yaitu memiliki ancaman cukup luar dan kekuatan internal untuk menghadapi Alternatif strategi distribusi sesuai matrik SWOT yaitu strategi ST.

Menurut Nofriyandi Epriyandi dan Dedi Epriyandi (2020) dalam jurnalnya, "*Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berbasis ekonomi kreatif di Kota Batam*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan menganalisis SWOT perkembangan UMKM di kota Batam. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena menyajikan data secara sistematis, factual dan akurat mengenai kondisi yang terjadi pada tempat penelitian, serta dengan menggunakan analisis deskriptif bertujuan untuk menggali fakta mengenai strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Malang, dan mengidentifikasi faktor-faktor dalam analisis SWOT. Dengan memperhatikan, *Strength Opportunity* meningkatkan pusat layanan terpadu serta mensosialisasikan pelayanan terintegrasi elektronik *online sigle submission* (OSS) dalam pengembangan usaha mikro, *Strength Treat* meningkatkan pelaksanaan dan pengawasan serta mensosialisasikan pelayanan terintegrasi elektronik *online sigle submission* (OSS) dalam pengembangan usaha mikro, *Weakness Opportunity* meningkatkan penambahan anggaran dan sumber daya manusia serta mensosialisasikan pelayanan terintegrasi elektronik *online sigle submission* (OSS) dalam pengembangan usaha mikro, *Weakness Treat* meningkatkan pemahaman hak paten dan hukum serta memberikan kemudahan dalam perizinan para pelaku usaha.

Menurut Dani Danuar Tri dan Darwanto (2013) dalam jurnalnya, "*Perkembangan Usaha Mikro, Keci dan Menengah berbasis ekonomi kreatif di Kota Semarang*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan UMKM di kota Semarang. Jenis penelitiannya menggunakan metode kualitatif, dengan menganalisis data menurut Miles dan Huberman.

Model analisis tersebut mempunyai empat tahapan yaitu, tahap pertama dengan pengumpulan data dari awal penelitian sampai akhir penelitian dengan menggunakan metode wawancara mendalam, tahap kedua reduksi data yaitu dengan mengubah hasil wawancara ke dalam bentuk tulisan atau verbatim wawancara, tahap ketiga yaitu *display* data atau proses pengolahan semua data berbentuk tulisan menjadi beberapa kategori sesuai dengan tema atau kelompok masing-masing, tahap keempat yaitu penarikan kesimpulan serta verifikasi data disertai dengan *quote* wawancara. Dalam hal ini, peneliti masih banyak menemukan kesulitan dalam penelitiannya. Pertama, keterbatasan waktu dalam meneliti informan, menjadikan kurangnya informasi yang maksimal. Kedua, lokasi informan yang tersebar, dikarenakan tidak adanya sentra UMKM kreatif di kota Semarang. Ketiga, pemerintah dapat belum mengelompokkan sentra UMKM kreatif sehingga terdapatnya keracunan dalam pengelompokkannya.

Dalam hal ini pelaku UMKM di kecamatan Karangampel memiliki kriteria pada tingkat usaha mikro yang merupakan bidang kuliner yaitu produk dodol dan keripik melinjo yang menjadi oleh-oleh khas Karangampel.

Dari uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul, **“Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Ekonomi Islam.”**

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah peneliti, yaitu:

- 1) Bagaimana model strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif?
- 2) Bagaimana analisis SWOT strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif?

### Metode Penelitian

#### 1. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek penelitian ini adalah UMKM di kecamatan Karangampel. Sedangkan objek penelitian ini adalah mengenai Strategi Pengembangan UMKM di kecamatan Karangampel.

#### 2. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menggunakan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan.<sup>22</sup> Dengan kaitannya penelitian ini, maka yang menjadi fokus kajian adalah usaha Kang Bagong Catering Semarang berdasarkan data-data yang diperoleh oleh peneliti baik data primer maupun data sekunde

Peneliti menggunakan metode kualitatif, menurut Moleong penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi,

motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Menurut Kriyantono, tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti. (Anwar Hidayat (2022))

Dalam hal ini, peneliti memiliki metode kualitatif deskriptif yaitu, dengan adanya data tersebut, maka penelitian ini dapat memberikan kesimpulan yang terintrepresentasikan juga teranalisis.

### 3. Sumber Data

Sumber data merupakan hal yang sangat penting untuk digunakan dalam penelitian guna menjelaskan riil atau tidaknya suatu penelitian tersebut. Dalam hal ini, peneliti membagi dalam dua kategori, yaitu:

#### 1) Data Primer

Data Primer merupakan data pokok yang diperoleh secara langsung dari sumber data atau dari hasil penelitian lapangan. Sumber data yang di dapatkan melalui dokumen, observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti kepada pemilik UMKM di kecamatan Karangampel.

#### 2) Data Sekunder

Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data yang merupakan sebagai data pendukung. Data sekunder di dapat dari buku-buku, internet serta sumber-sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

### 4. Jenis Data.

Penelitian ini menggunakan data kualitatif sebagai data yang mendekati dan mencirikan, serta dapat diamati dan dicatat. Tipe data ini bersifat non-numerik dan dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis data ini penting dalam menentukan frekuensi sifat atau karakteristik tertentu yang memungkinkan ahli statistik membentuk parameter dimana kumpulan data yang lebih besar dapat diamati. (Algoritma Data Science Academy (2022))

### 5. Teknik Pengumpulan Data.

1)Dokumentasi, yaitu proses mengumpulkan dan mempelajari informasi dan data-data yang diperoleh melalui observasi lapangan, jurnal, atau situs internet yang menjadi referensi.

2)Observasi, yaitu metode melalui pengamatan secara langsung di lapangan terhadap obyek penelitian. Dalam hal ini peneliti mengamati baik secara langsung maupun tidak langsung segala hal permasalahan yang terkait dengan penelitiannya, yang artinya peneliti terjun langsung dan melakukan observasi untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan yang dilakukan.

3) Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data, dengan cara tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung dengan responden. Dalam hal ini, peneliti mewawancarai pemilik UMKM di kecamatan Karangampel.

#### 6. Analisis Data.

Peneliti melakukan analisa setelah semua data yang diperlukan terkumpul. Peneliti menggunakan metode deskriptif analisa, yaitu suatu teknik data dimana peneliti terlebih dahulu memaparkan data yang diperoleh dari hasil pengamatan secara sistematis, kemudian dianalisis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

### Hasil Penelitian

UMKM merupakan suatu usaha yang sangat banyak didirikan, contohnya UMKM di Kecamatan Karangampel yaitu Dodol dan Keripik Melinjo yang menjadi oleh-oleh khas. Dalam hal ini, perspektif ekonomi Islam terdapat dalam Al-Tawazun bayna Al-Maslahah Al-Fard wa Al-Jama'ah (keseimbangan antara kemaslahatan individu dan masyarakat) bertujuan untuk membangun harmonisasi kehidupan sehingga menjadikan kesejahteraan bermasyarakat karena Allah tidak akan mengubah masyarakat sebelum individu dari masyarakat tersebut mengubah keadaannya sendiri. Akhirnya dikembangkan dalam Al-Waqi'ah (Realistis) mendorong tumbuhnya usaha kecil dalam masyarakat yang bisa mendongkrak pendapatan mereka.

Dari hasil pengamatan selama di tempat penelitian yaitu :

1. Dodol Maun Karangampel, yaitu produk rumahan dodol yang pertama kali di kecamatan Karangampel. Dari 100 tahun yang lalu, hingga sampai generasi ketiga yang dipegang oleh Ibu Neneng Ani Mulya. Dengan bahan dasar tepung beras yang dimasak hingga mendidih, ditambahkan gula pasir, sedikit garam serta perasa vanilin juga santan. Kemudian, ditambahkan gula merah yang larut dan sudah disaring terlebih dahulu. Diaduk merata sampai kurang lebih empat jam untuk dodol muda dan delapan jam untuk dodol tua. Perbandingannya tepung beras, gula pasir, dan gula merah untuk dodol tua 1:1:1 dengan ketahanan dodol tiga hari. Sedangkan untuk dodol muda 1:1:2 dengan ketahanan dodol lima hari. Dengan demikian, produk rumahan dodol belum dapat dipasarkan ke dalam toko-toko besar, hanya menerima pesanan saja.
2. Keripik Melinjo Karangampel, yaitu produk rumahan melinjo yang dipelopori oleh Ibu Hj. Tasniah kemudian dikelola anaknya yaitu Pak Muji. Pada mulanya hanya mencoba melinjo dimakan, kemudian muncul ide untuk menggeprek melinjo ditambahkan bumbu-bumbu dan digoreng, jadilah untuk lauk pauk. Karena rasanya enak, muncul kembali ide untuk dijual kepada tetangga sekitar. Proses pembuatan yang membutuhkan banyak bahan baku pun menjadi kesulitan tersendiri, terlebih sulitnya mencari harus dengan melancong ke daerah lain.

Pembahasan

Analisis SWOT yang dialami pelaku UMKM di Kecamatan Karangampel yaitu

:

- 1) Kekuatannya (*strenght*), produk rumahan dodol dan keripik melinjo di kecamatan Karangampel merupakan buah tangan khas yang sering diminati saat pulang ke Indramayu tepatnya Karangampel. Rasa yang khas serta ukuran yang bervariasi, menjadikan konsumen berminat untuk membeli. Tidak adanya bahan berbahaya, seperti pengawet. Menjadikan produk tersebut sangat disukai konsumen.
- 2) Kelemahannya (*weakness*), produk rumahan dodol dan keripik melinjo banyak ditemui berbagai tempat di Karangampel. Ketahanan produk yang kurang, menjadikan konsumen tidak dapat menikmati sesering mungkin. Produk rumahan dodol Karangampel kurangnya dalam hal pemasaran, menjadikan konsumen tidak terlalu banyak hanya menerima dari pesanan, belum tersedianya di marketplace ataupun toko-toko makanan ringan. Dan juga kemasan yang kurang *aesthetic*. Keripik melinjo sendiri, meskipun sudah tersedia di marketplace, tidak dipungkiri banyaknya pesaing. Meskipun kemasannya beragam, namun ke *aesthetic* produk belum menjadi alasan konsumen untuk membeli.
- 3) Peluangnya (*opportunity*), tempat pengolahan yang lumayan strategis membuat produk rumahan dodol dan keripik melinjo dapat ditemukan di daerah Karangampel, serta terdapat dalam *google maps*. Rasa serta ukuran yang beragam menjadikan produk ini cocok untuk diberikan sebagai buah tangan bagi konsumen yang sedang berkunjung ke sanak saudara.
- 4) Ancamannya (*treat*), banyaknya pelaku usaha dodol dan keripik melinjo Karangampel. Dengan memberikan bermacam rasa, kualitas, kemasan juga harga yang bervariasi membuat produk rumahan ini banyak pesaing. Untuk menanggulangi adanya pesaing, pemiliknya tentu harus semakin meningkatkan kualitas produk sehingga daya beli masyarakat meningkat.

Dari hasil pembahasan tersebut dapat digambarkan pada tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2

Analisis SWOT

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ragam jenis produk yang berkualitas.</li> <li>2. Peminat pembeli dari kalangan atas, menengah dan bawah.</li> <li>3. Varian rasa berbeda.</li> <li>4. Harga terjangkau.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perencanaan dan sistem keuangan yang kurang tersusun.</li> <li>2. Jaringan pemasaran yang masih terbatas.</li> <li>3. Ketahanan produk.</li> <li>4. Kemasan yang kurang menarik.</li> <li>5. Peralatan sederhana.</li> </ol>

Peluang (O)	Ancaman (T)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan dan minat pembeli selalu ada.</li> <li>2. Letak produk perumahan yang strategis dapat ditemukan <i>google maps</i>.</li> <li>3. Adanya sarana perekonomian.</li> <li>4. Peningkatan pendapatan masyarakat.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya pelaku usaha.</li> <li>2. Banyak produk makanan asing.</li> <li>3. Kehabisan bahan baku.</li> </ol>

Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan kualitas produk.</li> <li>2. Meningkatkan mutu produk untuk menarik pembeli.</li> <li>3. Meningkatkan promosi.</li> <li>4. Mengoptimalkan kegiatan produksi dengan alat-alat yang modern</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbarui alat-alat produksi,</li> <li>2. Memperbaiki sistem manajemen dan</li> <li>3. Meningkatkan mobilitas pemasaran.</li> </ol>
Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bekerjasama dengan toko-toko ataupun membuka kembali gerai pemasaran.</li> <li>2. Menyetok bahan baku produksi.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pembaruan riset pemasaran secara berkelanjutan.</li> <li>2. Bekerja sama dengan konsumen untuk menarik konsumen baru (menjastipkan).</li> <li>3. Memperkuat penggunaan media internet untuk menambah konsumen baru.</li> </ol>

Dari hasil tabel 1.2 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Strategi S-O menggunakan kekuatan dengan mengambil keuntungan peluang yang ada, diantaranya mempertahankan kualitas produk, meningkatkan mutu produk untuk menarik pembeli. Mutu produk yang sudah baik harus terus ditingkatkan dengan penambahan inovasi baru agar dapat memenuhi referensi pembeli yang dapat meningkatkan daya saing usaha. Meningkatkan promosi, mengoptimalkan kegiatan produksi dengan alat-alat modern.
- 2) Strategi W-O bertujuan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan usaha dengan memanfaatkan peluang. Memperbarui alat-alat produksi, dengan pembaruan ini diharapkan menambah citarasa produk tersebut agar lebih higienis. Memperbaiki sistem manajemen, dengan adanya ini diharapkan peningkatan produktifitas dan mobilitas pekerjaan, yang

- mana menjadi tersusun dan terperinci. Serta meningkatkan mobiltas pemasaran, dengan adanya ini diharapkan semakin meluasnya jejaring pembeli, menjadikan peningkatan pembeli baru.
- 3) Strategi S-T bertujuan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman dengan kekuatan yang dimiliki usaha. Dengan cara bekerjasama dengan toko-toko atau membuka kembali gerai pemasaran agar konsumen lebih mudah mengenal produk yang dipasarkan. Serta penyetokan bahan baku produksi, agar produksi berjalan dengan lancar, tidak terhambat dan mengecewakan pembeli.
  - 4) Strategi W-T merupakan taktik bertahan dengan cara mengurangi kelemahan serta menghindari ancaman. Dengan melakukan pembaruan riset pemasaran secara berkelanjutan, bekerja sama dengan konsumen untuk menarik konsumen baru (menjastipkan), memperkuat penggunaan media internet untuk menambah konsumen baru. Tujuannya untuk menjadi daya tarik kembali pembeli baru akan produk tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan salah satu faktor utama yang dilakukan dalam mengembangkan suatu bisnis adalah mengutamakan faktor produksi. Dodol Maun dan Keripiki Melinjo Karangampel merupakan oleh-oleh khas dari kecamatan Karangampel, dibidang kuliner dengan mengutamakan penjualan serta kualitas produk yang akan dijual. Dalam hal ini strategi pengembangan yang dilakukan yaitu memberikan kualitas makanan yang enak dan sesuai dengan keinginan masyarakat dengan adanya varian rasa produk.

Kemudian, dari segi penetapan harga yang dilakukan sudah sesuai dengan kualitas produk yang enak. Namun, diharapkan memberikan promosi dengan tetap memperhatikan harga produk, supaya meningkatkan volume penjualan, maka industri tumbuh dengan secara pesat dan lancar.

Dalam hal kualitas rasa dan varian sudah sangat baik, terlebih produk rumahan kripik melinjo melakukan promosi lewat media sosial, menjadikan semakin meningkatkannya volume penjualan. Namun, pada ke *aesthetic*-an kemasan baik produk rumahan dodol Maun atau keripik melinjo Karangampel masih kurang menjadi daya tarik bagi pembeli.

Selanjutnya, memperluas pasar harus semakin gencar dilakukan, terlebih banyaknya pesaing bisnis yang sama. Maka dari itu, bukan hanya produksi di rumahan saja, namun mencoba untuk membuka gerai baru.

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan produksi dodol Maun serta keripik melinjo Karangampel sudah sangat baik, terlebih masih banyak peminat dengan cara memesan lewat media sosial ataupun datang langsung ke tempat produksi. Rasa dan beragam varian kemasan pun, membuat pembeli menjadi mudah dalam hal pembelian.

## Simpulan

Dari hasil penelitian yang selama ini dikemukakan dalam bab per bab, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa :

UMKM merupakan pengelompokan antara usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Usaha mikro adalah sebuah usaha yang memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 300.000.000, dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp. 50.000.000. Kriteria adalah sebuah usaha yang dimiliki oleh suatu lembaga atau badan usaha, atau perseorangan. Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pendapatan atau keuntungan dengan jumlah yang lebih kecil. Hasil keuntungan dari penjualan yang masuk kategori usaha kecil ini berkisar dari angka Rp. 300.000.000 sampai dengan Rp. 2.500.000.000. Usaha Menengah adalah usaha yang dijalankan oleh seseorang, lembaga, atau kelompok yang berpatokan dengan peraturan UU. Untuk dapat disebut sebagai usaha menengah, terdapat dua ciri-ciri, pertama usaha menengah memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp.2.500.000.000 sampai dengan Rp. 50.000.000.000 dalam satu tahun, sementara kekayaan bersih yang dimiliki oleh usaha menengah adalah sebesar Rp. 500.000.000 dalam satu tahun.

Dalam hal ini pelaku UMKM di kecamatan Karangampel memiliki kriteria pada tingkat usaha mikro yang merupakan bidang kuliner yaitu produk dodol dan keripik melinjo yang menjadi oleh-oleh khas Karangampel. Maka :

- 1) Strategi pengembangan UMKM di kecamatan Karangampel dengan produk dodol dan keripik melinjo sudah sangat baik. Produk rumahan tersebut menjadi ciri khas sebagai buah tangan saat berkunjung ke Karangampel, membuat daya tarik tersendiri bagi konsumen. rasa, kualitas, kemasan serta harga yang beragam. Terdapatnya produk dalam marketplace pun menjadi modal awal pengembangan bisnis produk rumahan tersebut.
- 2) Upaya yang dilakukan dengan terus menjaga rasa, kualitas, kemasan juga harga yang tidak kalah penting agar produk rumahan dodol dan emping melinjo Karangampel tetap digemari masyarakat ramai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Akbar, Wiwin (2014), *Skripsi Studi Potensi Wisata Kuliner di Kabupaten Indramayu*, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Al-Arif, Muhammad Nur Rianto (2012), *Skripsi Strategi Pengembangan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, Lampung Timur.
- Algoritma Data Science Academy (2022), *Artikel Jenis-jenis Data Dalam Science*.
- As'ari, Ahmad Hisyam *Artikel Peran UKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*.

- Ayu, Meri (2018), *Skripsi Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima di Darussalam*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Epriyandi, Nofriyandi dan Dedi Epriadi (2020) *Jurnal Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berbasis ekonomi kreatif di Kota Batam*, Universitas Putera Batam
- Farida, Leli (2018), *Skripsi Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Fatma, Riza (2021) *Skripsi Strategi Pengembangan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat: studi kasus, tahu 151 A Kelurahan Abian Tubuh Kota Mataram*, Mataram
- Florida, LB. Ruth dan W.M. Hutabarat (2015) *Jurnal Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di kota Malang berbasis ekonomi kreatif*, Malang
- Hidayat, Anwar (2022) *Artikel Penelitian Kualitatif (Metode): Penjelasan Lengkap*, Jakarta: Statistikian
- Kurniasih, Wilda (2021), *Artikel Pengertian UMKM: Kriteria, Aturan, Peran dan Contoh*, Gramedia.com.
- Kurniawan, Heru (2019), *Model Pengembangan UKM Industri Kreatif di Kota Cirebon dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 4. Universitas Swadaya Gunung Jati.
- Muji (2022), *Wawancara pengusaha keripik melinjo Karangampel*, Indramayu
- Mulachela, Husen (2021) *Artikel UMKM adalah: ciri, peran dan faktor perkembangannya*, Katadata.co.id
- Mulya, Neneng Ani (2022), *Wawancara pengusaha dodol Maun Karangampel*, Indramayu
- Oktaviani, Nuni dan kawan-kawan (2021), *Buku Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, Indramayu
- Profil Kecamatan Karangampel
- Risvidayanie, Rachmawaty Dwi (2021), *Skripsi Pengaruh Kebijakan Pemerintah Daerah Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Setyani, Ugin (2020) *Skripsi Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berbasis ekonomi kreatif pada pengrajin sepatu kulit Sumali Novitha di Kelurahan Keniten Kabupaten Ponorogo*,
- Sulkipli (2018), *Skripsi Pendapatan Usaha Mikro Kecil yang berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba*, Universitas Muhammadiyah Makassar
- Tri, Dani Danuar dan Darwanto (2013) *Jurnal Perkembangan Usaha Mikro, Keci dan Menengah berbasis ekonomi kreatif di Kota Semarang*, Universitas Diponegoro