

Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Guna Pengembangan Usaha di Masa Pandemi

Novita Herlissha¹, Ryand Daddy Setyawan², Padlun Fauzi³

^{1,2,3}Universitas Bangka Belitung, Indonesia

Email : Novita-Herlissha@ubb.ac.id

Abstract

In the era of the pandemic, business Owners must be able to carry out the right business strategy so that the business that has been run can survive and remain the choice of consumers so that they can compete with similar businesses. This study aims to determine the effective factors that can be carried out by Tanahwari SMEs to develop their business in order to increase their competitiveness in similar competitor businesses. Tanahwari is one of the SMEs engaged in the fashion industry with a unique historical motif on Bangka Island. This research is a type of descriptive qualitative research with data source sampling conducted by purposive sampling of the owners, employees and some consumers of MSMEs in Tanahwari This study shows the results that digital marketing, product innovation and the quality of human resources affect business competitiveness.

Keywords : Competitiveness, Business Development.

Abstrak

Di era pandemi, Pelaku Usaha harus dapat menjalankan strategi bisnis yang tepat agar usaha yang dijalankan dapat bertahan dan tetap menjadi pilihan konsumen sehingga dapat bersaing dengan usaha sejenis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor efektif yang dapat dilakukan UMKM Tanahwari untuk mengembangkan usahanya agar dapat meningkatkan daya saingnya pada pesaing yang sejenis. Tanahwari merupakan salah satu UMKM yang bergerak di industri fashion dengan motif sejarah yang unik di Pulau Bangka. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pengambilan sampel sumber data dilakukan dengan Teknik wawancara terhadap pemilik, karyawan dan beberapa konsumen UMKM di Tanahwari. Pada Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pemasaran digital, inovasi produk dan kualitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap daya saing usaha.

Kata Kunci : Daya Saing, Pengembangan Usaha.

©2023 Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan industri perdagangan khususnya di era pandemi covid 19 mendorong para pelaku UMKM Indonesia untuk memasuki ke dunia digital. Usaha ini tentunya mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah dengan menargetkan sampai 2024 UMKM on boarding di digital 30 juta (kemenkopukm.go.id, 2021).

Salah satu usaha mikro kecil dan menengah yang saat ini berjalan pada bidang Fashion dikota Pangkalpinang adalah Tanahwari. Tanahwari ini berdiri dengan mengangkat nilai budaya dan sejarah-sejarah yang ada di Pulau Bangka untuk dideskripsikan kedalam produk yang dihasilkan. Usaha tanahwari merupakan usaha yang menjanjikan dan menarik karena usaha ini mencoba untuk menggabungkan industri fashion dengan sejarah dan ditambah dengan ornamen timah didalamnya, dimana Pulau Bangka adalah daerah

penghasil timah terbesar. Meskipun potensi usaha Tanahwari sangatlah menarik, namun sejumlah tantangan bisa menjadi penghambat usaha yang bisa mengubah potensi keuntungan menjadi kerugian. Tantangan dan hambatan dalam usaha tanahwari antara lain sumber daya manusia yang kurang, kapasitas produksi yang terbatas, brand yang masih belum terlalu dikenal masyarakat, harga jual yang kompetitif, dan persaingan global yang semakin ketat. Namun demikian, tantangan tersebut harus sebaiknya dilakukan perubahan untuk menyusun strategi yang dapat untuk mengembangkan usahanya.

Mengingat demikian peneliti merasa tertarik untuk meneliti daya saing usaha UMKM Tanahwari, sehingga memahami permasalahan ini melalui penelitian akan difokuskan padadaya saing yaitu, bagaimana cara yang dilakukan untuk mengatasi kendala agar dapat mengembangkan usaha dan memiliki daya saing yang kuat. Untuk mengetahui

upaya mengatasi kendala pada usaha Tanahwari yang efektif agar dapat mendukung pengembangan usaha dan memiliki daya saing yang kuat.

KAJIAN LITERATUR

Daya Saing

Daya saing sebuah negara dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan. Proses penciptaan nilai tambah (value added creation) berada pada lingkup perusahaan (Kuncoro, 2007: 82). Tingginya daya saing suatu negara akan berimplikasi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan. Dari teori tersebut dalam kaitannya dengan fungsi operasi suatu perusahaan daya saing dilihat dari beberapa dimensi yang secara garis besar dapat disimpulkan dimensi-dimensi tersebut adalah kualitas, biaya, harga, waktu dan fleksibilitas.

Produk

Menurut Kotler (2018) produk didefinisikan sebagai apa pun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Pemasaran Digital

Menurut Kotler (2018) pemasaran online (e-marketing) adalah saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dan modem. Modem menghubungkan komputer dengan jalur telepon sehingga komputer menjangkau beragam layanan informasi online.

Pemasaran digital yang semakin berkembang memberikan pengaruh positif salah satunya mempermudah konsumen mendapatkan informasi yang diinginkan, memperluas jangkauan pemasaran serta dapat mengefisienkan biaya pemasaran.

Inovasi Produk

Menurut Myers & Marquis (dalam Kotler, 2016: 454), inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kualitas Sumber Daya Manusia

Menurut Soekidjo Notoatmodjo dalam Tri Pamungkas (2015:2) kualitas sumber daya manusia adalah menyangkut mutu sumber daya manusia yang terbagi dari dua aspek, yang pertama adalah kualitas fisik dan yang kedua adalah kualitas non

fisik. Kualitas fisik ditampakkan oleh postur tubuh, kekuatan, daya tahan, kesehatan dan kesegaran jasmani sedangkan kualitas non fisik berupa kemampuan berpikir, bekerja, dan keterampilan.

Kerangka pemikiran

Produk merupakan hal penting dalam melakukan penjualan untuk itu penjual harus dapat memberika keunggulan atau keunikan pada Produk yang dijual. Keunikan dan Keunggulan akan membuat produk lebih melekat di ingatan konsumen. Sebagai informasi, perbedaan yang ada pada produk akan membuat konsumen lebih mudah untuk mengingat produk yang dipasarkan. Pengaruh dari pengguna Media sosial yang cukup tinggi pada saat ini dikalangan masyarakat menyebabkan peluang pemasaran digital sangat terbuka untuk dijalankan oleh setiap UMKM. Pada era pandemic ini pengguna internet selalu mengalami kenaikan dan makin tingginya pengguna gadget memberikan dampak positif yaitu mempermudah layanan pemasaran setiap produk yang ingin di pasarkan serta jaringan pemasaran yang luas serta dapat mengefisienkan biaya pemasaran. pengembangan desain produk sehingga menghasilkan produk yang unik dan berbeda dengan produk pesaing yang telah ada akan memberikan ciri khas sendiri untuk usaha sehingga dapat memiliki daya saing. Kualitas SDM dalam suatu usaha perlu diperhatikan hal ini dengan adanya SDM yang berkualitas maka produk yang dihasilkan juga dapat berkualitas sehingga hal ini dapat memberikan keunggulan bersaing dan dapat dilakukan untuk pengembangan usaha UMKM. Melalui kerangka pemikiran ini, diketahui pengembangan usaha yang dapat dilakukan adalah dengan memperhatikan Produk, pemasaran digital, Inovasi produk dan kualitas SDM agar memiliki daya saing yang kuat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif Deskriptif. peristiwa yang berlangsung di lapangan. Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara Purposive Sampling. Teknik Purposive Sampling diperoleh melalui proses Tanya jawab yang dilakukan Peneliti dan beberapa narasumber.

Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan pada lokasi yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu pada usaha Tanahwari di Pangkalpinang. Penelitian ini dilaksanakan selama 1 tahun yaitu pada tahun 2022.

Teknik Pengumpulan Data

Sumber Data

data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari responden penelitian, seperti data hasil wawancara dan observasi yang langsung kepada pemilik UMKM Tanahwari. Sumber data sekunder dalam penelitian ini seperti buku, jurnal, karya ilmiah, internet.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran UMKM

Tanahwari ini didirikan oleh Ibu finalia Arifin. Tanahwari didirikan pada tahun 2021, diawali pada bulan mei 2021 dan di launching pada bulan November 2021. Pada saat mendirikan menginspirasi pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah Kebutuhan akan produk sandang dalam hal ini pakaian yang bermotifkan sejarah. Karena kebetulan pemilik ibu finalia lahir di kota muntok yang merupakan salah satu kota saksi sejarah kemerdekaan Indonesia. Jadi semangat untuk mengangkat cerita sejarah melalui pakaian

Profil Responden

Pada Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara dan observasi langsung ke lokasi penelitian yaitu UMKM Tanahwari. Responden Pada Penelitian ini adalah Pemilik UMKM Tanahwari, Karyawan dan Konsumen Tanahwari.

Daya Saing

Tanahwari merupakan produk yang diproduksi dengan mengangkat dari cerita-cerita bersejarah di Pulau Bangka. Strategi pada penjualan Produk dengan dilakukan dengan membuat sebuah pagelaran dan seminar mengenai perjuangan rakyat di pulau bangka. Agar masyarakat tahu mengenai proses dan saksi sejarah perjuangan orang terdahulu dalam melawan penjajah. Untuk menghadapi pesaing pemilik UMKM Tanahwari mengatakan bahwa Untuk pesaing yang serupa, ditingkat nasional, hanya ada satu. Jadi tidak membuat persaingan yang sangat ketat di industri ini. Ditambah masih banyak sekali hal-hal yang bias di explore dari wisata sejarah yang akan diangkat.

Dibanding dengan usaha lain, tanahwari sendiri memiliki cirikhas sendiri yang tidak dimiliki oleh pesaing lain. Disini tanahwari mencoba untuk menjual cerita sejarah. Sehingga membuat orang tertarik untuk mengikuti ceritanya. Pada produksinya Tanahwari sendiri tidak menemui kendala dalam kebutuhan bahan baku. Kendala sekarang adalah kebutuhan penjahit. Penjahit yang apik dalam memotong pola dan menjahit pakaian sehingga cerita yang tertuang di pakaian tidak biasa.

Produk

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan pada UMKM Tanahwari ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan memiliki ciri khas sendiri dengan memberikan ciri khas setiap produk nya, memberikan logo tanahwari yang terbuat dari Timah di setiap Logonya hal ini menunjukkan bahwa produk yang dijual di UMKM Tanahwari ini memiliki keunggulan dari produk lainnya. Pada UMKM Tanahwari ini juga terlihat menjual Produk Yang Beragam seperti Pakaian, Jas, Ikat Pinggang dan lainnya.

Pemasaran Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah Tanahwari Ibu Finalia mengatakan: Pemasaran Digital sangat memberikan pengaruh terhadap penjualan pada Pandemi Covid-19 namun dengan menggunakan pemasaran digital membuat produk yang dijual lebih dikenal konsumen. Teknik pemasaran digital yang digunakan adalah menggunakan media social seperti Instagram dan website dalam memasarkan produk dan ditambah dengan mengikuti beberapa event dalam mempromosikan produk. Berdasarkan wawancara dengan pemilik dan karyawan UMKM Tanahwari mengatakan bahwa pemasaran digital ini memiliki kelemahan dan kekurangannya yaitu konsumen kurang dapat merasakan bahan dari pakaian yang ditawarkan dan untuk mengatasi kekurangan tersebut Tanahwari memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melihat produk yang dijual dengan mendatangi langsung gallery yang ada di bukitbaru dan menitipkan produk di gallery – gallery pemerintah. Untuk distribusi produk yang dipesan, tanahwari membutuhkan waktu sekitar 14 hari dalam membuat suatu produk. Karna membutuhkan ketelitian dan kerapihan dalam membuat produk yang bagus.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen UMKM Tanahwari mengatakan dengan penggunaan pemasaran digital ini

mempermudah konsumen untuk mengetahui produk yang akan diluncurkan oleh Tanahwari dan dengan penggunaan media social seperti Instagram mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian.

Inovasi Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah Tanahwari Ibu Finalia mengatakan bahwa produk yang dihasilkan oleh Tanahwari memberikan inovasi produk yang sesuai dengan kondisi dan permintaan dari konsumen. Untuk Produk yang dijual oleh Tanahwari akan diproduksi dengan jumlah yang tidak terlalu banyak dengan maksimal produksi paling banyak 10 pcs produk yang dijual. Produk yang dijual oleh Tanahwari ini juga memberikan difensiasi dimana pada produk yang ditawarkan adalah produk yang diangkat dari Sejarah di Pulau Bangka. pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah Tanahwari Ibu Finalia juga mengatakan bahwa Produk yang dibuat menggunakan mesin printing berkualitas tinggi dan menggunakan logo tanahwari yang berasal dari kerajinan timah. Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Tanahwari yang dijual adalah Baju, celana, outer, pakaian tidur, topi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen UMKM Tanahwari mengatakan dengan produk yang dilakukan oleh Tanahwari sangat menarik dimana para konsumen juga bisa melakukan custom produk yang ingin dibeli sehingga produk yang dibeli tidak akan sama dengan produk konsumen lain.

Kualitas Sumber Daya Manusia

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah Tanahwari Ibu Finalia mengatakan 4 orang karyawannya dengan Ibu finalia sebagai pemimpin project. Suami nya Pak Briyan arya putra sebagai marketing dan research project, dan ada dua teman yang bertanggung jawab di bidang produksi dan desainer. Jam operasional kantor biasanya dari jam 07.00 – 21.00 wib, dan buka setiap hari. Untuk gaji desainer dan operasional menggunakan system bulanan. Jika Ibu Finalia dan Bapak Briyan menggunakan system share (saham). Untuk Meningkatkan kualitas SDM di Tanahwari Tidak ada pelatihan khusus, hanya berharap rekan-rekan melayani customer dengan sebaik-baiknya. Karena bagi kami, kepuasan konsumen adalah yang paling utama. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen UMKM Tanahwari mengatakan dengan Kualitas SDM yang

dilakukan oleh Tanahwari sangat baik dalam melayani konsumen.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada UMKM Tanahwari maka dapat disimpulkan bahwa dengan Produk yang dijual yang memiliki ciri khas maka akan juga meningkatkan daya saing usaha tersebut serta pada UMKM Tanahwari ini juga terlihat produk yang dijual beragam dan dapat disesuaikan dengan keinginan customer. penggunaan pemasaran digital memberikan pengaruh pada penjualan dan daya saing UMKM dengan penggunaan digital marketing seperti Instagram dan website membantu UMKM Tanahwari dalam menginformasikan produk dengan konsumen. UMKM Tanahwari mengatakan bahwa penggunaan pemasaran digital ini memperluas pangsa pasar dan mempermudah memperbarui informasi mengenai produk yang akan dijual. Pada Inovasi Produk UMKM Tanahwari dapat disimpulkan bahwa inovasi yang dilakukan sudah menarik karena dengan inovasi produk yang menggabungkan cerita-cerita sejarah di pulau Bangka Sulit ditemui dan juga inovasi yang dilakukan sudah menarik dengan melihat pangsa pasar terkini. Pada Kualitas SDM Tanahwari bahwa tidak adanya pelatihan khusus untuk karyawannya namun setiap karyawan diberikan pemahaman bahwa kepuasan konsumen adalah kunci utama dalam keberhasilan.

PENUTUP

Produk yang memiliki keunggulan dan ciri Khas akan memberikan keunggulan UMKM sehingga dengan adanya keunggulan produk makan akan menciptakan daya saing UMKM. Penggunaan pemasaran digital memberikan pengaruh pada penjualan dan daya saing UMKM dengan penggunaan digital marketing seperti Instagram dan website membantu UMKM Tanahwari dalam menginformasikan produk dengan konsumen. Penggunaan pemasaran digital ini memperluas pangsa pasar dan mempermudah memperbarui informasi mengenai produk yang akan dijual. Pada Inovasi Produk perlu diperhatikan dengan inovasi produk yang menggabungkan cerita-cerita sejarah di pulau Bangka Sulit ditemui dan juga inovasi yang dilakukan sudah menarik dengan melihat pangsa pasar terkini. Pada Kualitas SDM Tanahwari bahwa tidak adanya pelatihan khusus untuk karyawannya namun setiap karyawan diberikan pemahaman bahwa kepuasan konsumen adalah kunci utama dalam keberhasilan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih Kepada Universitas Bangka Belitung atas Pendanaan Penelitian Melalui Skema Penelitian Dosen Muda pada tahun 2022 dengan no Kontrak Penelitian LPPM No : 4.8/UN50/PP/III/2022 yang telah membiayai untuk penelitian ini, Terimakasih kepada UMKM Tanahwari yang telah memberikan informasi dan Izinnya atas pelaksanaan pengabdian serta Terimakasih Kepada Pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung sehingga penelitian ini dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. (2019). *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing . *International Journal of Management*, 8(10), pp 321–339.
- Christiana, Yuli., Ari Pradhanawati, dan Wahyu Hidayat. 2014. Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Pembinaan Usaha Dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil dan Menengah Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan). *Jurnal Akuntansi*. Universitas Diponegoro: Semarang
- Kemenkopukm, 2021. Target UMKM Go Digital. <https://kemenkopukm.go.id/read/ri-kejar-30-juta-umkm-go-digital-hingga-2024>. Diakses pada tanggal 9 Februari 2022 pukul 13.30 WIB.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principle of Marketing* (16th ed). North Carolina: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip And Gary Armstrong., 2018., *Principle Of Marketing*, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.
- Kuncoro, M. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta
- Lang, Kana, Massie, James, dan Ogi Imelda. (2015). Strategi Meningkatkan Daya Saing Nilai Produk Usaha Mikro Di Manado (Studi Kasus UD. Kloeman Bakery). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15, 646-655.
- Siswanto, Tony. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan umkm sepatu di sentra industri sidoardjo (studi kasus desa seruni kec.gedangan kab.sidoardjo). *Jurnal Akuntansi*. Universitas Negeri Surabaya: Surabaya.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Tamamudin. (2012). Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus merek Tamima). *Jurnal Penelitian*, 9 (2), 283-300.
- Tri Pamungkas, P. (2015). Pengaruh Modal, Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Promosi Terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha di Sekitar Babadan, Ungaran). *Jurnal Ekonomi*, 1-6.

Profil Penulis

1. **Novita Herlissha, S.E., M.M.**, Keilmuan Manajemen, Univeristas Bangka Belitung, Indonesia, Balun Ijuk -Merawang – Kepulauan Bangka Belitung Email: Novita-herlissha@ubb.ac.id
2. **Ryand Daddy Setyawan, M.A.B** Keilmuan Manajemen, Univeristas Bangka Belitung, Indonesia, Balun Ijuk -Merawang – Kepulauan Bangka Belitung. Email : Ryand.daddy@sbm-itb.ac.id
3. **Padlun Fauzi, S.Hum., M.Sc.** Keilmuan Pancasila, Univeristas Bangka Belitung, Indonesia, Balun Ijuk -Merawang – Kepulauan Bangka Belitung. Email : padlunfauzi@ubb.ac.id