

STRATEGI PENINGKATAN UKM INDUSTRI SANITAIRUD. DARMO PUTRO UNTUK KELANGSUNGAN USAHA DI KOTA MALANG

Oleh:

Hendra Rustantono

Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Islam Raden Rahmat Malang
email: hendrarus09@yahoo.com

Abstrak

Dalam perkembangannya kondisi penjualan industri sanitair masih relatif stagnan dikarenakan teknik pemasarannya masih tradisional, produk yang kurang bervariasi, serta kurangnya upaya dari pemerintah dalam mendukung pengembangan potensi yang dimiliki industri sanitair. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan internal dan eksternal di industri sanitair UD. Darmo Putro untuk kelangsungan usaha di Kota Malang dalam rangka peningkatan strategi persaingan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang diteliti meliputi aspek internal dan eksternal, sehingga akan ditemukan peluang, kendala, kekuatan dan kelemahan UKM industri sanitair dalam menghadapi pesaing. Penelitian ini berfokus pada strategi peningkatan UKM industri sanitair untuk kelangsungan usaha ditinjau dari aspek manajemen, pemasaran, ekonomi, pasar dan persaingan, dan sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis SWOT terhadap faktor internal dan eksternal UD. Darmo Putro, strategi alternatif yang direkomendasikan dan tepat adalah kombinasi strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk. Dimana strategi penetrasi pasar adalah meningkatkan pangsa pasar suatu produk dengan cara meningkatkan tenaga penjualan, meningkatkan promosi penjualan dan upaya promosi lainnya. Dalam strategi pengembangan produk, UD. Darmo Putro akan berkonsentrasi atau fokus pada upaya untuk meningkatkan atau memodifikasi produk yang memiliki konsep berbeda dan lebih baik dari pesaing dan dengan harga yang bersaing.

Kata Kunci: strategi peningkatan, industri sanitair, kelangsungan usaha

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah jantung perekonomian Asia Selatan karena mereka memiliki kekuatan untuk menghasilkan lebih banyak peluang. Saat ini ekonomi dihadapkan dengan tantangan kritis. Banyak peneliti (Moktan, 2007; Agarwal, 2006; Bala Subramanya, 2005; Minto, 2004; Amaratunge, 2003; Gamage, 2003) telah mengungkapkan bahwa perkembangan ekonomi masa depan ini negara berkembang bergantung pada perbaikan sektor UKM di negara mereka. Oleh karena itu, pemerintah negara berkembang di kawasan Asia Selatan sering memberikan lebih banyak dukungan dalam upaya untuk mengamankan pertumbuhan yang berkelanjutan selama era saat ini.

Upaya pemberdayaan UKM selalu dipantau dan dievaluasi kemajuannya, baik dari sisi kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB), karyawan, investasi, dan distribusi melalui ekspor barang dan jasa. Sektor ini berperan dalam mendorong pertumbuhan negara, karena industri ini dapat bertahan dari krisis ekonomi serta dapat memenuhi kebutuhan pasar lokal dan regional.

UKM merupakan pilar terpenting perekonomian Indonesia. Menurut data Dinas UKM pada tahun 2021, jumlah UKM telah mencapai 64,2 juta, dan kontribusi PDB sebesar 61,07% atau 853,7 triliun rupiah. Kontribusi UKM terhadap perekonomian Indonesia antara lain mampu menyerap 97% tenaga kerja yang ada dan

memulihkan hingga 60,4% dari total investasi (ekon.go.id).

Namun karena beberapa permasalahan menjadi kendala utama dalam perkembangannya, sebagian besar UKM belum berkembang secara optimal. Diantaranya, dalam hal pengembangan UKM dan operasionalnya meliputi manajemen, legalitas, permodalan, pemasaran dan produksi. Di antara berbagai masalah yang patut mendapat perhatian, masalah yang sering dikeluhkan para industri kecil dan menengah ini adalah masalah manajemen, khususnya masalah strategi bersaing di dalam dan diluar perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa di era persaingan global saat ini, semua perusahaan harus merencanakan pertumbuhan dan kelangsungan hidup.

Perusahaan harus selalu mengantisipasi perubahan yang cepat yang mengakibatkan persaingan yang ketat, serta menanggapi dengan cepat perubahan yang dibuat untuk bertahan dalam persaingan. Salah satu cara bagi pelaku bisnis untuk melakukan hal ini adalah dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan mempersiapkan segala potensi ancaman yang mungkin timbul.

Kota Malang dikenal sebagai kota kembang, hal ini membuat prospek usaha sanitair salah satunya pot bunga sangat menjanjikan. Terlepas dari banyaknya produk berbahan plastik, kepercayaan konsumen terhadap industri sanitair masih tinggi. Pot yang dibuat oleh industri ini memiliki keunggulan yaitu tekstur dan bentuk yang lebih tahan lama dan lebih beragam. Namun tetap memperhatikan dan

mewaspadai ancaman produk pengganti seperti pot bunga dari plastik, tanah liat, atau bahan lain yang dapat merugikan industri sanitair.

UD.Darmo Putro merupakan salah satu produsen sanitair yang ada di Malang.Dilihat dari lokasinya berada di sentra industri sanitair yang letaknya di Karangbesuki Kota Malang. Ciri utama dari suatu pusat industri adalah tumbuhnya klaster-klaster yang menghasilkan produk yang terbilang sama. Semuaindusatri sanitair harus mampu bertahan dalam persaingan.Apakahsuatu perusahaanberoperasi atau tidak mempengaruhikeadaanpusat industri, tetapi perusahaan yang tidak aktif tidak akan mampu bersaing. Oleh karena itu, kegiatan ini dapat menyebabkan persaingan antar UKM di sektor sanitair yang ada.Selain itu, kurangnya peran dari pemerintah membuat perkembangan sentra industri menjadi lambat.Keberadaan sentra industri tidak dapat dijadikan sebagai wadah kerjasama antar UKM sanitair yang ada.Dukungan pemerintah juga harus menjadikan industri sanitair sebagai salah satu indikator dukungan bagi peningkatan ekonomi lokal.

Industri Sanitair UD. Darmo Putro bagian dari UKM sanitair yangmemiliki kesempatan untuk menentukan lingkungan bisnis mereka sehingga mereka dapat bersaing dengan industri sanitair lainnya dan mengelola lingkungan bisnis mereka.Lingkungan internal perusahaan meliputi peningkatan kualitas sumber daya manusia, pemasaran, produksi, keuangan, penelitian dan pengembangan dan sistem informasi manajemen.Sementaraitu, UKMSanitair UD.Darmo Putro juga merespondengan cepat dan hati-hati dalam menghadapi kondisi lingkungan eksternal,termasuk kondisi ekonomi, faktor pasar yang kompetitif, pasar dan teknologi, mendapatkan prospek bisnis dan pada akhirnya menciptakan masa depan bisnis yang cerah dan maju.

Salah satu konsep manajemen strategis yang harus diterapkan sebelum memutuskan untukmenerapkan manajemen strategis dalam konsep manajemen organisasi adalah menganalisis lingkungan internal dan eksternal.UD. Darmo Putro. UKM industri sanitair UD. Darmo Putro dituntut untuk sanggup mengenali area internal serta eksternal industri yang terdiri dari ancaman, kesempatan, kelemahan serta kekuatan yang mempunyai kedudukan sangat berarti dalam proses perencanaan manajemen strategis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh lingkungan internal dan eksternal di industri sanitair UD.Darmo Putro untuk kelangsungan usaha di Kota Malang.

2. METODE PENELITIAN

Dari uraian diatas, penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menemukan serta menjelaskanfaktor-faktor yang menghambat dan mendukung perkembangan UKM industri sanitair di UD. Darmo Putro di kota

Malang.Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang sedang terjadi saat ini. Pada hakekatnya penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode untuk meneliti keadaan sekelompok orang atau suatu objek, dengan tujuan deskriptif, deskripsi sistematis atau faktual atau lukisan tentang fakta atau fenomena yang diteliti (Sousa, 2014).Artinya, penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang keadaan saat ini.

Prosedur analisis data yang digunakan merupakan metode analisis data kualitatif serta analisis SWOT. Metode analisis data kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan informasi yang diperoleh dari bermacam sumber yang didukung oleh instrumen penelitian setelah itu dilanjutkan dengan pengolahan informasi, setelah itu dideskripsikan secara deskriptif bersumber pada rumusan permasalahan serta data yang diperoleh di lapangan melalui wawancara sebaliknya guna menganalisis strategi peningkatan industri sanitasi UKM di UD. Darmo Putro untuk kelangsungan usaha di kota Malang yaitu dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT.

Metode pengumpulan data yang diperoleh dengan cara observasi serta wawancara dengan pemilihan informan secara purposive sampling serta *accidental sampling* (Etikan, et al., 2016). *Accidental sampling* adalah pengambilan sampel yang diambil dari pembeli, masyarakat Karangbesuki, pemilik usaha UKM sanitair.Perolehan data tersebut digunakan untuk merumuskan peningkatan UKM industri sanitair di UD. Darmo Putro untuk kelangsungan usaha di kota Malang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT digunakan sebagai dasar untuk memberikan gambaran tentang suasana industri sanitair termasuk kekuatan dan kelemahannya, serta untuk situasi eksternal yaitu peluang serta ancaman. Analisis SWOT dilakukan terhadap kelangsungan usahasanitair yang terletak di Karangbesuki, Kecamatan Sukun Kota Malang. Strategi kelangsungan usaha sanitair dapat dilihat pada Tabel 1 yang tertara di bawah.

Tabel 1. Matriks Strategi Kelangsungan Usaha Sanitair

	Kekuatan	Kelemahan
Internal (S= Strengths – W= Weaknesses)	Memiliki bentuk dan kualitas yang bagus	Karyawan hanya fokus pada proses produksi, distribusi saja dan masih menggunakan model lama
	Bahan yang digunakan mempunyai standart dan kualitas yang baik serta mudah didapat	Kurangnya kemampuan promosi

	Loyalitas karyawan cukup tinggi	Lokasi yang tidak terlalu strategis, serta akses jalan yang tidak terlalu lebar
	Bebas biaya pengiriman dengan jumlah barang tertentu untuk wilayah Kota Malang	Tidak adanya lahan parkir
External (O= Opportunities – T= Threats)	Adanya investor yang berinvestasi Kerjasama dengan pemerintah dan Universitas	

Peluang (O= Opportunities)	S (Strengths) – O (Opportunities)	W (Weaknesses) – O (Opportunities)
Mendapat dukungan dari pemerintah karena sesuai dengan visi dan misi pemerintah	Memperkenalkan sanitair kepada masyarakat dengan dukungan dari pemerintah sehingga pembeli yang datang semakin meningkat	Rancang situs web sanitair khusus untuk memperkenalkan produk sanitair yang dijual kepada masyarakat
Mengikuti sejumlah pameran UMKM di Kota Malang	Pemerintah daerah perlu memberi stimulus yang tepat sasaran kepada industri sanitair	Merancang media pendukung yang dapat menjadi nilai plus dari industri sanitair.
Mendapat pelatihan berbasis digital bagi UKM sanitair	Pemerintah perlu merestrukturisasi kredit UKM industri sanitair	

Perlakuan (T= Threats)	S (Strengths) – T (Threats)	W (Weaknesses) – T (Threats)
Menjadi pesaing UKM sanitair di sekitarnya	Rancang website khusus sanitair agar pembeli tertarik dan mau 134rker ke sentra industri sanitair	Merancang identitas visual dan media pendukung untuk meningkatkan Brand Awareness sanitair
Kondisi pembeli yang berfluktuasi	Meningkatkan koordinasi dan sinkronisasi antar instansi yang terkait dalam mengatasi permasalahan untuk kelangsungan usaha sanitair	Kolaborasi masyarakat dengan pemangku kepentingan harus dilakukan dengan baik koordinasi untuk mengatasi permasalahan untuk mengatasi kelangsungan usaha sanitair
Adanya wabah Covid yang melanda Dunia		

Sumber: Olah data, 2021

Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) and EFE (External Factor Evaluatio)

Matriks ini digunakan untuk menentukan bobot, skor dan faktor penilaian internal untuk usaha sanitair yang ada di kota malang tepatnya di Karang Besuki, Kecamatan Sukun Kota Malang.

Tabel 2. Matriks IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan Produk sanitair memiliki bentuk dan kualitas yang bagus	0,11	3,50	0,37
Bahan untuk pembuatan sanitair memiliki standart dan kualitas yang baik serta bahan	0,13	5,00	0,64

yang digunakan mudah didapat			
Karyawan UKM sanitair memiliki loyalitas yang tinggi	0,13	4,00	0,51
Industri sanitair memiliki fasilitas bebas biaya pengiriman untuk wilayah kota Malang	0,13	4,50	0,57
Total	0,49		2,10
Kelemahan			
Karyawan sanitair hanya fokus pada proses produksi, distribusi saja dan pasih menggunakan model lama	0,13	2,50	0,32
Kurangnya kemampuan untuk mempromosikan produk sanitair	0,13	2,50	0,32
Lokasi yang tidak terlalu strategis, serta akses jalan yang tidak terlalu lebar	0,13	2,00	0,26
Tidak adanya lahan parkir untuk para pembeli produk sanitair	0,13	2,00	0,26
Sub Total	0,51		1,15
Total	1,00		3,24

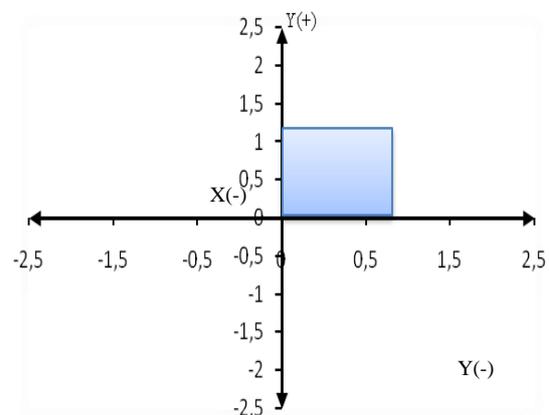
Sumber: Olah data, 2021

Tabel 3. Matriks EFE

Faktor External	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Dengan adanya industri sanitair membuat investor untuk berinvestasi	0.30	3.5	1.05
Dengan adanya industri sanitair membuka kerjasama dengan pemerintah, swasta dan Universitas	0.30	3	0.9
Total	0,60		1,95
Ancaman			
Menjadi pesaing UKM sanitair di sekitarnya	0.10	2	0.20
Kondisi pembeli yang berfluktuasi	0.10	1.5	0.2
Wabah Covid-19 yang saat ini sedang merajalela di seluruh dunia	0.20	2	0.4
Sub Total	0,40		0,75
Total	1,00		2,70

Sumber: Olah data, 2021

Berdasarkan data diatas, matrik IFAS (*Internal Strategic Analysis Summary*) dan EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*) menghasilkan nilai sumbu X yang merupakan hasil pengurangan antara faktor kekuatan dengan nilai 2,10, dan faktor kelemahan sebesar 1,15 dari lingkungan internal yaitu sebesar 0,95 sedangkan nilai sumbu Y merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dengan nilai skor 1,95 dan faktor ancaman dengan nilai skor 0,75 lingkungan eksternal yaitu sebesar 1,2, sehingga dapat digambarkan pada diagram SWOT yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Seperti terlihat pada gambar 1, koordinatnya terletak pada kuadran 1 yang menunjukkan simbol positif. Hal ini menunjukkan bahwa UKM Sanitair UD. Darmo Putro saat ini dalam posisi yang kuat dan

menjanjikan.Strategi yang diberikan direkomendasikan adalah progresif, yang berarti UD. Darmo Putro dalam kondisi prima dan stabil sehingga memungkinkan untuk lebih aktif dan mencapai potensi maksimalnya.

Ada beberapa cara untuk meningkatkan efisiensi industri UKM sanitair di Kota Malang. Tabel 4 di bawah ini memberikan daftar strategi lain yang dapat digunakan.

Tabel 4.Matriks Alternatif Strategi Peningkatan UKM Industri Sanitair Hasil Analisis SWOT Untuk Kelangsungan Usaha di Kota Malang

	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
Strengths (Kekuatan)	<p>S-O (Kuadran 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Bekerjasama dengan pemangku kepentingan pemerintah/swasta dan Universitas) untuk meningkatkan industri sanitair. Memfaatkan keunggulan produk sanitair untuk menambah daya tarik konsumen. 	<p>S-T (Kuadran 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> Mengembangkan desain sanitair sehingga menghasilkan model yang variatif dan inovatif. Memfaatkan media internet sebagai promosi dan penjualan produk sanitair. Memberdayakan masyarakat lokal dalam mengembangkan UKM industri sanitair serta membina masyarakat lokal dalam mengelola sumber daya lokal.
Weaknesses (Kelemahan)	<p>W-O (Kuadran 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan koordinasi dan sinkronisasi antar instansi yang terkait dalam mengatasi permasalahan dalam peningkatan industri sanitair. Pemerintah perlu memfasilitasi forum diskusi untuk melakukan diskusi terkait kendala yang dihadapi oleh pengusaha industri sanitair untuk mencari solusi bersama. 	<p>W-T (Kuadran 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> Kegiatan berupa pelatihan berbasis digital. Kolaborasi antara pengusaha dengan pemangku kepentingan dalam rangka menyelesaikan permasalahan terkait UKM industri Sanitair guna menjaga kelangsungan usaha

Penelitian ini berfokus pada strategi peningkatan UKM industri sanitair untuk kelangsungan usaha di Kota Malang ditinjau dari aspek manajemen, pemasaran, ekonomi, pasar dan persaingan, dan sosial.

Selain meningkatkan keterampilan dan kemampuan karyawan, manajer industri sanitair perlu memberikan deskripsi pekerjaan yang jelas yang akan membantu mereka menemukan produk baru dan inovatif. Perlu diingat juga bahwa UKMsanitair jugamemperhatikan tunjangan dari karyawan dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan.Tambahanbiaya yang dikeluarkan UKM

untuk gaji karyawan juga harusdiperhatikanterlebih dahulu, serta efisiensi biaya produksi,sehinggakenaikan gaji karyawan tidak mempengaruhi harga jual produk sanitair.

Aspek pemasaran industri sanitair dapat meningkatkan penjualan dengan cara promosi melalui pameran-pameran UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah Kota Malang. Selain itu juga dapat memanfaatkan internet sebagai media iklan untuk menawarkan produk sanitair serta tetap menjaga kualitas produk sanitair yang akan dijual.

Aspek ekonomi yang dimaksud dalam industri sanitair ini adalah mengenai penetapan harga produk. Penetapan harga produksebaiknya disesuaikan dengan kondisi ekonomi saat ini.Sebagai contoh jika kondisi ekonomi menyebabkan harga sanitair naik, maka harga sanitair juga harus naik sebagai hasil dari upaya UKM meningkatkan kualitas sanitair.

Aspek komersial dan kompetitif memainkan peran penting dalam pemasaran produk sanitair jenis ini. Ada banyak sekali pesaings yang menyediakan produk dengan spesifikasi, desain, tema, dan harga yang bervariasi.Hal ini perlu mendapat perhatian serius bagi UKM industri sanitair UD.Putro Darmo agar tidak kehilangan konsumen.

Aspek sosial merupakan peran utama di dalam industri sanitair ini, karenarata-rata pekerja atau pegawai di bidang sanitairadalahpenduduk lokal, kehadiran industri sanitair ini secara tidak langsung dapat mengurangi pengangguran.Masyarakat sangat mendukung dengan adanya industri sanitair ini, hal ini dapat dilihat dari kesejahteraan orang-orang yang tinggal di daerah industri sanitair ini.

4. KESIMPULAN

Berikut merupakan kesimpulan dari pembahasan yang sudah dijelaskan diatas:

1. Memasukkan penetrasi pasar ke dalam strategi pengembangan produk. Misalnya, jika ingin meningkatkan penjualan produk apa pun, kita dapat melakukannya dengan meningkatkan pengeluaran untuk iklan dan aktivitas promosi lainnya. Untuk mengembangkan suatu produk, digunakan strategi yang disebut pengembangan produk (*Product Development*). Hal ini merupakan strategi untuk meningkatkan penjualan usaha kecil dan menengah di bidang sanitair denganmeningkatkan kualitas produk sanitair atau memodifikasinya sehingga harganya lebih kompetitif.
2. UD. Darmo Putro memiliki dua faktor penting yang menonjol dari pesaingnya.Artinya, pangsa pasar yang dapat dijadikan sebagai inovasi produk dan keunggulan kompetitif bagi UKM di bidang sanitair.

5. REFRENSI

- Agarwal, S.P. (2006). Technology Capacity Building of SMEs: Leveraging International Networks and Resources. A paper presented in the workshop organised by United Nations Economic and Social Commission for Asia and Pacific. Dec 21-22.
- Amaratunge, S. (2003). Role of Small Industries in Economic Development of Sri Lanka: A Quantitative Aspect. First International Symposium on Business Management of Developing Countries, Faculty of Management Studies and Commerce, Sri Jayewardenepura University, Sri Lanka.
- Bala Subrahmanya, M.H. (2005). SMEs in India: Will they be able to join „Global Chains?. The Chartered Accountant, (September), 421-427.
- Gamage, A. S. (2003). Small and Medium Enterprise Development in Sri Lanka: A Review.
<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>. Diakses pada tanggal 31 Juli 2021.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. American journal of theoretical and applied statistics, 5(1), 1-4.
- Mintoo, A.A. (2004). SMEs in Bangladesh: the present and the future. Special Feature: Sustainable growth of SMEs, TECH MONITOR (Sep-Oct).
- Moktan, S. (2007). Development of small and medium enterprises in Bhutan: analysing constraints to growth. South Asian Survey 14(2), 251-282.
- Sousa, D. (2014). Validation in qualitative research: General aspects and specificities of the descriptive phenomenological method. Qualitative Research in Psychology, 11(2), 211-227.