

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOPERASI GERAI LENGKONG TANGERANG SELATAN

Gojali Supiandi, Adji Widodo, Yhonanda Harsono

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

dosen01554@unpam.ac.id, dosen01800@unpam.ac.id, dosen00297@unpam.ac.id

ABSTRAK

Koperasi Gerai Lengkong Tangerang Selatan memiliki potensi produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berbasis ekonomi kreatif yang perlu untuk di kembangkan, mulai dari hasil laut, perikanan, pertanian, kerajinan tangan, peternakan, makanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisa strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Koperasi Gerai Lengkong Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi, dengan analisis Matrik SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam rangka pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Koperasi Gerai Lengkong. Informan yang dijadikan sumber data terdiri dari: Pemilik Koperasi, Pihak akademisi, pelaku UMKM, Pegawai Dinas UMKM Tangsel, pengamat UMKM, penelitian dilakukan selama kurun waktu 3 bulan. Sedangkan strategi yang tepat dilakukan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Koperasi Gerai Lengkong Tangerang Selatan adalah strategi adalah Strategi SO (Growth). Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan para pelaku UMKM yang berbasis ekonomi kreatif belum mampu memberikan predikat khusus bagi Koperasi Gerai Lengkong, karena mereka memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM kreatif di Koperasi Gerai Lengkong antara lain permasalahan permodalan yang terbatas, bahan baku dan penggunaan peralatan produksi yang sederhana, media pemasaran terbatas karena belum adanya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup banyak, tenaga kerja yang kurang terampil, dan masalah pendaftaran hak cipta mereka.

Kata Kunci: Pengembangan, UMKM, Ekonomi Kreatif

PENDAHULUAN

Indonesia telah mengalami dampak Covid-19 yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor termasuk industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya pada bulan Maret, April, Mei, Juni, dengan diberlakukannya Work From Home (WFH). Namun, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat covid-19 pada berbagai sektor ekonomi.

Kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaharelatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan

perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto. UMKM mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan sektor UMKM bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan sementara bagi parapekerja yang belum masuk ke sektor formal, tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktivitas ekonomi. Hal ini dikarenakan jumlah penyerapan tenaga kerjanya yang demikian besar. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis ekonomi, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM.

Kementerian Koperasi dan UMKM (2012) menyebutkan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif. Sektor industri kreatif diyakini mampu bertahan ketika berbagai sektor lain dilanda krisis keuangan global. Pemerintah mulai melirik industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar. Industri kreatif meliputi 14 subsektor, yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, busana, video, film, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan 4 percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangannya.

Departemen Perdagangan (2008) menyebutkan industri kreatif adalah bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif. Pemerintah menyadari bahwa ekonomi kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing, dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.

Industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia karena memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi negara dan daerah (Departemen Perdagangan, 2008). Pertama, sektor industri kreatif memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan seperti peningkatan lapangan pekerjaan, peningkatan ekspor, dan sumbangannya terhadap PDB. Kedua, menciptakan iklim bisnis positif yang berdampak pada sektor lain. Ketiga, membangun citra dan identitas bangsa seperti turisme, ikon Nasional, membangun budaya, warisan budaya, dan 5 nilai lokal. Keempat, berbasis kepada Sumber Daya yang terbarukan seperti ilmu pengetahuan dan peningkatan kreatifitas. Kelima, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa. Terakhir, dapat memberikan dampak sosial yang positif seperti peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial.

Kecamatan Serpong dengan luas wilayah 2.404 Ha terdiri atas 9 kelurahan, yaitu Serpong, Buaran, Ciater, Rawa Mekar Jaya, Rawa Buntu, Cilenggang, Lengkong Gudang, Lengkong Gudang Timur, Lengkong Wetan. Di Kecamatan Serpong ada sebuah lembaga yaitu Koperasi Gerai Lengkong memiliki potensi produk UMKM yang perlu untuk di kembangkan, mulai dari hasil perkebunan, kerajinan tangan, peternakan ,makanan, dan lain sebagainya. Namun selama ini masyarakat Kecamatan Serpong mulai aparat kecamatan, aparat desa, para pelaku UMKM, dan lain sebagainya belum bisa mengembangkan produk hasil olahan mereka, belum bisa menciptakan produk khas lokal yang terbentuk melalui produk-produk UMKM mereka. Hal ini

menyebabkan di Kecamatan Serpong mengalami ketertinggalan dalam pengembangan UMKM dengan Kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 1. Daftar Nama Produk UMKM Kecamatan Serpong

No.	Nama Kelurahan	Produk UMKM	Keterangan
1	Serpong	Keripik pisang, dodol	Industri Produktif
2	Buaran	Olahan makanan dari ikan	Industri Produktif
3.	Ciater	Kerajinan sanitary	Industri Kreatif
4.	Rawa mekar jaya	Kue Gipang, Kerupuk Udang	Industri Produktif
5	Rawa Buntu	Emping, Kerupuk	Industri Produktif
6.	Cilenggang	Tempe & Tahu, Dodol	Industri Produktif
7	Lengkong Gudang	Sanitari, makanan ringan	Industri Produktif
8	Lengkong Gudang Timur	Tempe & Tahu, olahan ikan asin	Industry Produktif
9	Lengkong Wetan	Kacang sangria, Sambel	Industry Produktif

Sumber: data Kecamatan Serpong 2022

Permasalahan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada umumnya terletak pada : sumber daya manusia, modal, pemasaran dan penguasaan teknologi informasi, masih banyak masyarakat Kecamatan Serpong yang belum mau menjadi wirausaha, belum terlihat maksimal adanya unit – unit koperasi usaha seperti Koperasi Gerai Lengkong yang ada di Kecamatan Serpong yang mampu mengolah, menampung dan memasarkan produk hasil olahan UMKM di Koperasi Gerai Lengkong. Gambaran kondisi potensi UMKM yang ada di Koperasi Gerai Lengkong berbasis ekonomi kreatif pada saat ini, dilihat dari peluang pemberdayaan dari waktu ke waktu, dari tempat ke tempat, dan dari sektor ke sektor belum mengindikasikan besarnya harapan pada kelompok usaha tersebut untuk mendukung tumbuhnya sistem perekonomian yang berkeadilan. Hal ini juga mengakibatkan UMKM berbasis ekonomi kreatif belum mampu memberikan suatu ciri khas khusus bagi Koperasi Gerai Lengkong dikenal oleh masyarakat umum baik di dalam maupun luar kecamatan Serpong itu sendiri.

Hasil temuan penelitian Dani Danuar Tri Darwanto (2013) menunjukkan bahwa UMKM kreatif belum mampu memberikan predikat khusus bagi Kota Semarang karena mereka memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM kreatif kota Semarang antara lain permasalahan permodalan yang terbatas, bahan baku dan penggunaan peralatan produksi yang sederhana, media pemasaran terbatas karena belum adanya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup banyak, tenaga kerja yang kurang terampil, dan masalah pendaftaran hak cipta mereka. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah atau dinas terkait maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM berbasis ekonomi kreatif karena seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, UMKM berbasis ekonomi kreatif memiliki peranan yang penting dalam pengembangan ekonomi negara dan daerah. Bagaimanakah penerapan strategi pengembangan UMKM di Koperasi Gerai Lengkong Tangerang Selatan Banten. Tujuan penelitian untuk mengkaji dan menganalisa strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Koperasi Gerai Lengkong Tangerang Selatan Banten.

METODE

Objek dan Lokasi penelitian ini yaitu pada koperasi Gerai Lengkong yang terdapat pada Kecamatan Serpong Kota Tangerang Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian disajikan dalam bentuk data. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT. Menurut David & Rangkuti (2014), strategis pertimbangan dari kombinasi empat faktor yaitu:

- (1) Strategi SO Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pemikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang;
- (2) Strategi ST Ini adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dengan cara menghindari ancaman;
- (3) Strategi WO Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan/kelemahan yang dimiliki; dan
- (4) Strategi WT Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Informan yang digunakan pada penelitian ini yaitu Pengeola Koperasi Gerai Lengkong, para pelaku UMKM, Akademisi, pengamat UMKM, masyarakat Kecamatan Serpong. Kegiatan penelitian dilakukan selama kurun waktu tiga bulan. Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas, maka didapatkan strategi pengembangan UMKM di Kecamatan Serpong Kota Tangerang Selatan, yang tepat adalah Strategi SO (Growth). Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Karakteristik Objek Penelitian

Berikut gambaran mengenai karakteristik objek paa penelitian ini. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan sementara bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor formal, tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktivitas ekonomi. Hal ini dikarenakan jumlah penyerapan tenaga kerjanya yang demikian besar. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis ekonomi, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM.

B. Analisis Data

Kecamatan Serpong dengan luas wilayah 2.404 Ha terdiri atas 9 kelurahan, yaitu Serpong, Buaran, Ciater, Rawa Mekar Jaya, Rawa Buntu, Cilenggang, Lengkong Gudang, Lengkong Gudang Timur, Lengkong Wetan. Kecamatan Serpong memiliki potensi produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang perlu untuk di kembangkan, mulai dari hasil perkebunan, perikanan, kerajinan tangan, peternakan, makanan, dan lain sebagainya. Namun selama ini masyarakat Kecamatan Serpong mulai aparat lingkungan, para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dan lain sebagainya belum bisa mengembangkan produk hasil olahan mereka, belum bisa menciptakan produk khas lokal yang terbentuk melalui produk-produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mereka. Hal ini menyebabkan Kecamatan Serpong mengalami ketertinggalan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan Kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 2. Daftar Nama Produk Hasil UMKM Kecamatan Serpong

No.	Nama Kelurahan	Produk UMKM	Keterangan
1	Serpong	Keripik pisang, dodol	Industri Produktif
2	Buaran	Olahan makanan dari ikan	Industri Produktif

3.	Ciater	Kerajinan sanitary	Industri Kreatif
4.	Rawa mekar jaya	Kue Gipang, Kerupuk Udang	Industri Produktif
5	Rawa Buntu	Emping, Kerupuk	Industri Produktif
6.	Cilenggang	Tempe & Tahu, Dodol	Industri Produktif
7	Lengkong Gudang	Sanitari, makanan ringan	Industri Produktif
8	Lengkong Gudang Timur	Tempe & Tahu, olahan ikan asin	Industry Produktif
9	Lengkong Wetan	Kacang sangria, Sambel	Industry Produktif

Sumber: Data Kecamatan Serpong 2022

Permasalahan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif pada umumnya terletak pada : sumber daya manusia, modal, pemasaran dan penguasaan teknologi informasi, masih banyak masyarakat Kecamatan Serpong yang belum mau menjadi wirausaha, dengan adanya tempat penampungan seperti unit Koperasi Gerai Lengkong yang ada di Kecamatan Serpong yang mampu mengolah, menampung dan memasarkan produk hasil olahan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Serpong. Gambaran kondisi potensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Koperasi Gerai Lengkong berbasis ekonomi kreatif pada saat ini, dilihat dari peluang pemberdayaan dari waktu ke waktu, dari tempat ke tempat, dan dari sektor ke sektor belum mengindikasikan besarnya harapan pada kelompok usaha tersebut untuk mendukung tumbuhnya sistem perekonomian yang berkeadilan. Hal ini juga mengakibatkan Usaha Mirko Kecil Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif belummampu memberikan suatu ciri khas khusus bagi Koperasi Gerai Lengkong dikenal oleh masyarakat umum baik di dalam maupun luar kecamatan Serpong itu sendiri.

C. Hasil Wawancara dengan Informan

Profil Informan - Informan penelitian berjumlah 20 informan UMKM Industri kreatif dan Insutri Produktif yang ada di Kecamatan Serpong, Pihak Akademisi, dan pihak Aparatur Lingkungan dan parapelaku UMKM. Pelaku UMKM kreatif berjenis kelamin laki-laki sejumlah 12 orang atau 37,5% dari total informan dan pelaku UMKM berjenis kelamin perempuan sebesar 20 orang atau 62,5% dari total informan UMKM. Informan paling dominan adalah yang berusia 30-40 tahun sebanyak 10 orang atau 50% dari total responden yang diteliti. Dilihat dari jumlah tenaga kerja, jenis usaha mereka tergolong jenis usaha skala mikro dengan jumlah tenaga kerja yang berkisar 1-5 orang.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang di teliti adalah industri kecil produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi, sebagian besar dari olahan hasil laut seperti: Dodol dari terigu, Kerupuk dari olahan ikan laut, keripik dari buah pisang dll.

1. Permasalahan umum UMKM Kreatif di Koperasi Gerai Lengkong Kecamatan Serpong
Salah satu informan selaku setaf dari koperasi gerai lengkong, (BapakAdha) mengatakan bahwa :
Kerjasama antar UMKM masih kurang dan perlu ditingkatkan. Bagi usaha mikro biasanya permodalan, masih banyak yang kurang sehingga mengakibatkan produksi mereka terbatas. Bagi usaha mikro juga tenaga kerja masih dari keluarga saja, sedangkan usaha kecil biasanya sudah ada karyawan. Pemasaran produk masih bersipat konvensional, keliling dan menunggu pesanan.
Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa UMKM produktif dan kreatif di Kecamatan Serpong, memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan UMKM khususnya bagi usaha mikro masih berkuat pada modal. Permodalan yang terbatas dapat menyebabkan kapasitas produksi mereka terbatas. Tenaga kerja bagi UMKM juga kebanyakan masih berasal dari

keluargasendiri, sehingga kemampuan dan jam kerjanya pun masih sekedarnya. Selain itu, pemasaran yang dilakukan oleh UMKM pemula masih sederhana dan hanya mengandalkan pasenan.

Pihak Akademisi warga Serpong (Udin Saprudin., SE., MM), mengatakan: Selama ini para pelaku Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) yang ada di Kecamatan Serpong, kualitas sumber daya manusianya masih kurang baik, dalam proses produksi maupun proses pemasaran.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia para pelaku UMKM masih kurang, karena latabelakang pendidikan yang masih minim, untuk itu perludanya pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia para pelaku UMKM di Kecamatan Serpong, terutama dalam proses pembuatan produk dan pemasarannya.

Pelaku Usaha Dodol-ketan mengatakan:

Masih kurang kerjasama para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Serpong dengan Dinas Koperasi & UMKM Kota Tangerang Selatan, Aparat Kecamatan Serpong, Aparat kelurahan yang ada di Kecamatan Serpong dan masyarakat sekitarnya dalam pengembangan UMKM.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya kerjasama antara para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Kecamatan Serpong dalam proses pengembangan UMKM berbasis Ekonomi kreatif dan produktif dalam membantu meningkatkan perekonomian masyarakat yang ada di Kecamatan Serpong itu sendiri.

2. Permasalahan Modal

Permasalahan modal merupakan masalah yang klasik bagi UMKM. Para pelaku UMKM kreatif di Koperasi Gerai Lengkong, mayoritas mengalami keterbatasan finansial dalam permodalan. Salah satu informan pelaku UMKM kreatif, Ibu Harni mengungkapkan:

“Kebanyakan para pelaku UMKM di Koperasi Gerai Lengkong, membutuhkan tambahan modal, tetapi banyak pihak bank atau lembaga keuangan yang mempersulit dalam proses peminjaman ke bank tersebut”. Pernyataan tersebut diatas menunjukkan belum adanya kerjasama antara para pelaku UMKM dengan lembaga keuangan terkait permodalan usaha, sehingga perlu adanya kerjasama dengan lembaga keuangan terkait pinjaman modal usaha dengan bunga rendah bagi para pelaku UMKM yang ada di Koperasi Gereai Lengkong, perlu adanya Koperasi Unit Simpan Pinjam Permodalan.

3. Bahan baku dan peralatan produksi

Para pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di Koperasi Gerai Lengkong juga mengungkapkan kendala dalam perolehan bahan baku dan peralatan proses produksi. Para pelaku Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) yang ada di Koperasi Gerai Lengkong sering mengalami kendala bahan baku untuk memproduksi produk olahan dan belum adanya alat yang praktis dan ekonomi dalam memproduksi sebuah produk. Pernyataan diatas menunjukkan bahwa para pelaku UMKM sering mengalami kendala bahan baku, terutama bahan baku dari hasil pabrikan, kerika kondisi inflasi susah di cari walaupun ada mahal , dimana sebagian usaha mereka berbahan baku olahan pabrik, sedangkan untuk alat produksi selama ini masih sederhana, belum menggunakan sebuah alat atau mesin yang bisa membantu secara ekonomis dan praktis dalam proses memproduksi sebuah produk.

4. Media Pemasaran Terbatas

Masalah pemasaran yang dihadapi oleh para pelaku UMKM kreatif di Kecamatan Serpong yaitu tidak adanya tempat aktualisasi. Hal ini diungkapkan oleh pihak akademisi pengamat UMKM, Udin Safrudin. SE., MM berikut:

Masalah yang dihadapi yaitu pemasaran produk, tidak adanya tempat aktualisasi sehingga masih banyak orang yang belum mengenal produk hasil olahan UMKM Kecamatan Serpong, baik industri produktif maupun industri kreatifnya.

Di perlukan adanya pembentukan sentra industri kreatif dan industri produktif di Koperasi Gerai Lengkong untuk mendukung pengembangan industri kreatif dan insutri produktif bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Koperasi Gerai Lengkong dan di kecamatan Serpong dengan produk hasil olahan mereka bisa di kenal bukan hanya di sekitar Kota Tangerang Selatan tetapi di harapkan bisa dikenal di luar Kota Tangerang Selatan dan sekitarnya.

5. Tenaga Kerja

Permasalahan ketenagakerjaan yang dialami oleh UMKM berbasis ekonomi kreatif di Koperasi Gerai Lengkong adalah keterampilan/skill individu. Kepala Pengembangan Koperasi Gerai Lengkong menuturkan:

Kualitas sumber daya manusia para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Koperasi Gerai Lengkong masih kurang, selama ini mereka otodidak dalam menjalankan usahanya, baik dalam proses produksi dan pemasarannya.

Banyak pelaku UMKM mengeluhkan tentang kurang berkualitasnya sumber daya manusia karena sebagian besar dari tenaga kerja mereka berlatar belakang pendidikan yang rendahsehingga diperlukan upaya ekstra untuk membina secara lebih baik dalam proses memproduksi produk dan pemasaran produknya.

6. HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual)

Pengertian Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) secara umum adalah hak-hak yang secara hukum diberikan untuk melindungi nilai ekonomi bagi usaha-usaha kreatif. Jenis-jenis perlindungan terhadap HAKI meliputi patent (patents), hak cipta (copy rights), merek (trademarks), desain industri (industrial designs), rahasia dagang (trade secrets), indikasi geografis (geographical indications), desain tataletak sirkuit terpadu (layout design of integrated circuits), dan perlindungan varietas tanaman (plant variety protection). UMKM kreatif di kota Semarang masih belum sepenuhnya memiliki Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI).

Solusi untuk kemajuan UMKM berbasis ekonomi kreatif Koperasi GeraiLengkong

UMKM berbasis ekonomi kreatif memerlukan kerja sama dari berbagai pihak untuk mencapai kemajuan di dunia usaha. Tidak hanya pemerintah dan pelaku UMKM itu sendiri, tetapi juga masyarakat perlu turut serta mengembangkannya. Upaya tersebut dapat tercermin melalui penggunaan produk lokal dan kampanye untuk senantiasa menggunakan produk buatan anak bangsa. Selain itu, kerjasama antar individu juga diperlukan untuk menghindari terciptanya iklim persaingan yang tidak sehat. Pihak pemerintah mengatakan untuk melakukan pengembangan UMKM kreatif di Koperasi Gerai Lengkong harus dilakukan antisipasi ke depan yang sifatnya kontinyu. Seperti penuturan Staff Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatana berikut:

UMKM berbasis ekonomi kreatif harus senantiasa menjaga mutu serta meningkatkan kreatifitas dan inovasinya dalam menghasilkan karya-karya baru. Peningkatan kreatifitas bagi para pelaku UMKM dapat dilakukan melalui serangkaian proses pelatihan dari pemerintah seperti manajemen pengelolaan usaha, manajemen pemasaran, keuangan, dan lain sebagainya. Hal tersebut juga merupakan salah satu senjata yang ampuh untuk terus mengembangkan potensi budaya lokal di Koperasi Gerai Lengkong dan di Kecamatan Serpong. Peran pemerintah secara penuh tentunya sangat diperlukan untuk membantu proses pengembangan UMKM kreatif di Kecamatan Serpong. Solusi untuk kemajuanUMKM kreatif di Koperasi Gerai Lengkong juga diperoleh melalui pendapat Eman Sulaeman, SE., MM.

Informan selaku akademisi pengamat UMKM yang menyampaikan bahwa: Solusinya untuk UMKM kreatif sendiri yaitu: yang pertama jelas pemetaan dulu, pemetaan atau identifikasi kita itu punya industri kreatif seperti apa. Setelah itu, kitamemilih mana yang bener-bener ciri khas yang pengen dikembangkan, bagaimana mengenalkan produk itu di luar Koperasi Gerai Lengkong.

Setelah sudah terkenal, barukan kita membentuk suatu sentra industri. Setelah itu memberdayakan SDM nya untuk meningkatkan kualitas produk. Lalu kita memperkenalkan di level nasional.

Pernyataan diatas menyebutkan bahwa solusi yang pertama bagi kemajuan UMKM yaituperlu dilakukan pemetaan industri kreatif dan industri produktif yang ada di Koperasi Gerai Lengkong. Pemetaan di sini bisa berupa pembagian cluster Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) seperti UMKM Industri Ekonomi Produktif dan UMKM Industri Ekonomi Kreatif. Setelah itu, memilih produk apa yang menjadi ciri khas Koperasi Gerai Lengkong serta layak untuk dikembangkan dan bagaimana cara mengenalkan produk kreatif tersebut ke luar daerah. Setelah sudah terkenal, baru dilakukan pembentukan sentra industri kreatif dan Industri Produktif kemudian memberdayakan sumber daya manusia agar kualitas produk tetap terjaga. Langkah terakhir yang dilakukan yaitu dengan memperkenalkan produk kreatif dan produktif UMKM lokal ke level nasional.

Tabel 2. Matriks SWOT

Faktor Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none">1. Modal milik sendiri2. Bahan Baku Mudah di peroleh3. Kualitas bahan baku konsisten4. Tenaga kerja keluarga5. Menerima Pesanan6. Biaya produksi terjangkau7. Penjualan konvensional8. Memiliki alat transportasi9. Memiliki gudang10. Memiliki kemasan baik& menarik	<ol style="list-style-type: none">1. Tidak memiliki akses pada lembaga keuangan2. Tidak memiliki pengalaman dalam meminjam dana3. Tidak memiliki aset buat jaminan4. Tidak dipisahkan keuangan usaha dan pribadi5. Peralatan produksi masih sederhana6. Tidak memiliki merek yang di patenkan7. Tidak memiliki tim pemasaran8. Tiak memilki informasi terkait pemasaran

<p>Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui informasi kredit 2. Mencari pembelian bahan baku yang lebih baik. 3. Mencari pasar baru atau peluang baru 4. Mengikuti pelatihan peningkatan keahlian tenaga kerja 5. Ikut serta dalam kebijakan dan kegiatan UMKM 6. Mengikuti sistem pemasaran dari kelompok yang diikuti 7. Ikut dalam pembinaan program kemitraan 	<p>Strategi SO (Growth)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti program pengembangan UMKM kredit lunak untuk menambah modal usaha 2. Melakukan kerjasama antara pelaku UMKM dengan Dinas Koperasi & UMKM Kabupaten.Serang. 3. Menjaga hubungan baik dengan karyawan dan memberikan pelatihan 4. Melakukan pengembangan produk dengan menjaga kualitas produk 5. Melakukan pemasaran dan promosi online 	<p>Strategi WO (Stability)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti pelatihan peningkatan kualitas produk dan tenaga pembukuan keuangan 2. Mengikuti program pengembangan UMKM kredit rendah untuk menambah modal usaha 3. Melakukan pembaruan alat produksi 4. Melakukan pembelian secara kredit 5. Melakukan promosi dan pemasaran online 6. Mencari pasar baru dan penyedia bahan baku yang lebih besar
<ol style="list-style-type: none"> 8. Adanya peran Dinas Koperasi & UMKM Tangerang Selatan 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Mengikuti program pengembangan UMKM baik oleh pemerintah atau swasta 7. Menjaga aset dengan baik 	<ol style="list-style-type: none"> 7. Mengikuti program pengembangan UMKM yang diadakan baik oleh pemerintah & swasta
<p>Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ikut dalam pendanaan bunga lunak yang diberikan oleh pemerintah. 2. Tidak ada pelatihan pengembangan produk 3. Tidak ada pelatihan teknologi informasi terkait pemasaran online 4. Tidak ada kerjasama para pelaku UMKM dengan Dinas Koperasi & UMKM Kabupaten Serang. 5. Kualitas SDM masih minim. 6. Kondisi pandemi covid-19, bisa menghambat perkembangan usaha 	<p>Strategi ST (Diversification)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti program kemitraan UMKM kredit lunak untuk menambah modal usaha 2. Menjaga hubungan baik dengan penyedia bahan baku 3. Menjaga hubungan baik dengan karyawan 4. Menjaga kualitas produk yang di legalkan 5. Melakukan pembaruan alat produk yang lebih canggih dan efisien 6. Melakukan promosi terhadap industri yang lebih besar 7. Menjaga aset dengan baik 8. Memperhatikan kondisi pasar. 	<p>Strategi WT (Defend)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti program pengembangan umkm dengan bunga lunak untuk menambah modal usaha 2. Mengikuti pelatihan peningkatan kualitas tenaga kerja bagian pembukuan keuangan 3. Melakukan pembaruan alat produksi yang canggih & efisien 4. Melakukan diferensiasi produk dan mematenkan produk 5. Melakukan promosi dan memberikan pembayaran kredit 6. Melakukan promosi terhadap industri yang lebih besar 7. Memperhatikan kondisi pasar.

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas, maka didapatkan strategi pengembangan UMKM di Koperasi Gerai Lengkong Tangerang Selatan, yang tepat adalah Strategi SO (*Growth*). Strategi SO (*Growth*) merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Melalui strategi SO (*Growth*) tersebut, UMKM yang ada di Koperasi Gerai Lengkong, di harapkan menjalankan ekspansi pasar, memperbesar pertumbuhan produksi dan pengupayakan kemajuan teknologi secara maksimal. Strategi SO (*Growth*) yang tertuang dalam matriks SWOT, menunjukkan bahwa terdapat 7 (tujuh) strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Koperasi Gerai Lengkong diantaranya:

1. Mengikuti program pengembangan UMKM kredit lunak untuk menambah modal usaha
2. Melakukan kerjasama antara pelaku UMKM dengan Dinas Koperasi & UMKMKota Tangerang Selatan.
3. Menjaga hubungan baik dengan karyawan dan memberikan pelatihan
4. Melakukan pengembangan produk dengan menjaga kualitas produk
5. Melakukan pemasaran dan promosi online
6. Mengikuti program pengembangan UMKM baik oleh pemerintah atau swasta
7. Menjaga aset dengan baik.

KESIMPULAN

UMKM kreatif belum mampu memberikan predikat khusus bagi Koperasi Gerai Lengkong, karena mereka memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM kreatif Koperasi Gerai Lengkong antara lain permasalahan permodalan yang terbatas, bahan baku dan penggunaan peralatan produksi yang sederhana, media pemasaran terbatas karena belum adanya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup banyak, tenaga kerja yang kurang terampil, dan masalah pendaftaran hak cipta mereka. Solusi dari pihak pengelola koperasi untuk kemajuan UMKM kreatif di Koperasi Gerai Lengkong yaitu dengan dilakukan antisipasi ke depan yang sifatnya kontinyu. Adapun solusi dari pihak akademisi pengamat UMKM antara lain perlu dilakukan pemetaan industri kreatif yang ada di Kopersai Gerai Lengkong. Pemetaan disini bisa berupa pembagian cluster seperti: UMKM industri kreatif dan produktif dan sebagainya, memilih produk apa yang menjadi ciri khas Koperasi Gerai Lengkong, serta layak untuk dikembangkan, bagaimana cara mengenalkan produk kreatif tersebut ke luar daerah, setelah sudah terkenal baru dilakukan pembentukan sentra industri kreatif, memberdayakan sumber daya manusia agar kualitas produk tetap terjaga, memperkenalkan dilevel nasional.

REFERENSI

- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020), Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, Vol. 6 No. 2, pp. 139-146.
- Amri, A. (2020), Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia, *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, Vol. 2 No. 1, pp. 123-131.
- Avianto, B. N. (2017), Analisis Pengembangan Home Industri Unggulan Kaos Etnik Khas Cirebon di Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon, *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 2 No. 5, pp. 48-57.
- Daulay, Z. A. A. (2018), Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan), *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No. 1. pp. 170-190.
- David & Rangkuti, F. (2014), Manajemen Strategi, Edisi Sepuluh, Salemba Empat, Jakarta.
- Hamid, R. S., & Ikbali, M. (2017), Analisis Dampak Kepercayaan pada Penggunaan Media

- Pemasaran Online (E-Commerce) yang Diadopsi oleh UMKM: Perspektif Model DeLone & McLean, *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 16 No. 3, pp. 310- 337.
- Hamid, R. S., & Ikbal, M. (2017), Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Remaja Pintar Berbasis Ekonomi Kreatif Desa Lera Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur, *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1 No. 1. pp. 39-45.
- Pakpahan, A. K. (2020), Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah, *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, (Edisi Khusus), pp. 59-64.
- Santosa, A. (2020), Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Kecil Menengah Kota Serang Di Masa Pandemi Covid-19, *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol.5 No. 11, pp. 1257-1272.
- Sugiyanto, S., Putri, A., & Kartolo, R. (2021), Potensi Kekayaan Intelektual Pada Pemberdayaan Umkm Dan Koperasi Kota Tangerang Selatan, *Proceedings Universitas Pamulang*, Vol. 1 No. 1. pp. 502-520.
- Sulistyo, S. (2010). Pengembangan USAha Kecil dan Menengah dengan Basis Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 6 No. 1, pp. 58-73.
- Supardi, S., Nugraha, N. M., Susanti, N., Sumantri, M. B. A., & Mukhlis, T. I. (2021), PELUANG DAN PERUBAHAN CARA BERPIKIR SAAT PANDEMIK (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat), *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, Vol. 3 No. 2, 162-168.
- Syarif, M., Azizah, A., & Priyatna, A. (2015), Analisis perkembangan dan peran industri kreatif untuk menghadapi tantangan MEA 2015, *SNIT 2015*, Vol. 1 No. 1, pp. 27-30.
- Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMK

