

## Analisis Pemberdayaan UMKM pada Kampung Tematik di Kota Tangerang

### Analysis of SME Empowerment in The Thematic Village in Tangerang City

Hendra Galuh Febrianto<sup>1</sup>, Amalia Indah Fitriana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Tangerang

Jl. Perintis Kemerdekaan I No. 33 Kota Tangerang

#### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui gambaran mengenai pelaku UMKM di kampung tematik pada Kota Tangerang terkait dengan strategi dan pemberdayaan UMKM. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif dan kualitatif. Populasi dan sampel yang digunakan yaitu pelaku UMKM yang ada di kampung tematik di Kota Tangerang, dengan sampel sebanyak 15 responden dari 5 kampung tematik yang memiliki potensi untuk diberdayakan. Metode pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuesioner, wawancara dan juga observasi langsung ke lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan dari faktor tingkat kepentingan internal seperti pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, dan akuntansi, pelaku UMKM menilai faktor itu penting. Sedangkan faktor tingkat kepentingan eksternal seperti, kondisi sosial dan ekonomi, teknologi, pembeli, dan pesaing dinilai oleh pelaku UMKM itu penting.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan UMKM, kampung tematik, Kota Tangerang

#### ABSTRACT

The purpose of this study is to find out a description of MSME actors in thematic villages in the city of Tangerang related to the strategy and empowerment of SMEs. This research is included in descriptive and qualitative research. The population and sample used are SME actors in thematic villages in the city of Tangerang, with a sample of 15 respondents from 5 thematic villages that have the potential to be exploited. The data collection method is by distributing questionnaires, interviews and also direct observation to the field. The results of this study show that from factors of internal importance such as marketing, production, human resources, finance, and accounting, SME actors assess these factors as important. Meanwhile, factors of the level of external importance such as social and economic conditions, technology, buyers, and competitors are considered important by SME actors.

**Keywords:** Empowering SMEs, thematic villages, Tangerang City

Email:

<sup>1</sup>hgf.4646@gmail.com

<sup>2</sup>amalia.indahfitriana@gmail.com

#### Cite This Article:

Febrianto, H. G., & Fitriana, A. I. (2022). Analisis Pemberdayaan UMKM pada Kampung Tematik di Kota Tangerang. *Jurnal Pembangunan Kota Tangerang*, 1 (1), 67–85.



Copyright (c) 2022 Jurnal Pembangunan Kota Tangerang. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0

## PENDAHULUAN

Salah satu permasalahan di negara berkembang seperti Indonesia adalah pertumbuhan dan perkembangan penduduk. Pertumbuhan dan perkembangan penduduk merupakan imbas dari tingginya arus urbanisasi. Seiring waktu berjalan Kawasan perkotaan mengalami berbagai dinamika permasalahan. Meningkatnya pertumbuhan penduduk dan permasalahan penyediaan permukiman beserta sarana prasarana pendukungnya serta kemiskinan merupakan permasalahan yang seakan tidak pernah lepas dari kehidupan perkotaan.

Salah satu inovasi Pemerintah Kota Tangerang dalam mengatasi permasalahan kemiskinan sekaligus mewujudkan penataan pembangunan kawasan permukiman beserta sarana dan prasarana pendukung yang terdapat di Kota Tangerang adalah dengan pengembangan UMKM dalam program pembentukan kampung tematik. Wali Kota Tangerang, Arief R Wismansyah, mengatakan, UMKM merupakan salah satu program prioritas kerjanya dalam mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan berdaya saing. "Pemkot Tangerang melalui program Kampung Tematik, fokus mengembangkan UKM yang ada dan menjadi potensi wilayah tersebut ketika ada yang berkunjung, Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang, Teddy Bayu Putra, mengatakan, pertumbuhan UMKM di wilayahnya sangat pesat. Setiap bulan tumbuh. Beberapa produk UMKM telah menembus pasar nasional dan internasional. Misalnya dodol, busana muslim, cenderamata tangan, kuliner, seperti minuman jahe, dan lain sebagainya.

Kegiatan ekonomi pada masa pandemi Covid-19 telah menyebabkan banyak lembaga memangkas perkiraan pertumbuhan mereka terhadap ekonomi global. Untuk Indonesia sendiri, Menteri Keuangan, Sri Mulyani Indrawati memprediksi pertumbuhan ekonomi dalam skenario terburuk bisa mencapai minus 0,4%. Sementara itu, secara keseluruhan pertumbuhan komponen penerimaan Pajak hingga akhir bulan Maret 2020 masih bersumber dari pajak atas konsumsi rumah tangga, meskipun penerimaan pajak juga masih dibayangi tekanan akibat tren pelemahan industri khususnya UMKM, sehingga pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan beberapa masalah, yaitu: 1). Strategi pemberdayaan apa yang digunakan pelaku UMKM pada Kampung Tematik di Kota Tangerang? 2). Apakah terdapat alternatif strategi pemberdayaan yang lebih sesuai dengan situasi yang ada di UMKM pada Kampung Tematik di Kota Tangerang? Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu: 1). Untuk mengetahui strategi pemberdayaan apa yang digunakan pelaku UMKM pada Kampung Tematik di Kota Tangerang. 2). Untuk mengetahui ada atau tidaknya alternatif strategi pemberdayaan yang lebih sesuai dengan situasi yang ada di UMKM pada Kampung Tematik di Kota Tangerang.

## **KERANGKATEORI**

### **Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki

kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diatur dalam UU UMKM ini yang memuat peran pemerintah dalam pengembangan UMKM, yaitu: Pasal 7 ayat (1): Pemerintah dan Pemerintah daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek: a). Pendanaan, b). Sarana dan prasarana, c). Informasi usaha, d). Kemitraan, e). Perizinan usaha, f). Kesempatan berusaha, g). Promosi dagang dan h). Dukungan kelembagaan.

### **Pemberdayaan UMKM**

Secara konseptual, pemberdayaan (*empowerment*), berasal dari kata power (kekuasaan atau keberdayaan). Karenanya, ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Pemberdayaan berkaitan dengan kemampuan manusia yaitu manusia secara perorangan maupun manusia dalam kelompok yang rentan dan lemah.

Bertolak dari pengertian tersebut maka pemberdayaan dapat dimaknai sebagai suatu proses menuju berdaya, atau proses untuk memperoleh daya/ kekuatan/ kemampuan, dan atau proses pemberian daya/ kekuatan/ kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya. Pemberdayaan sebagai proses mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan-kekuatan penekan di segala bidang dan sektor kehidupan.

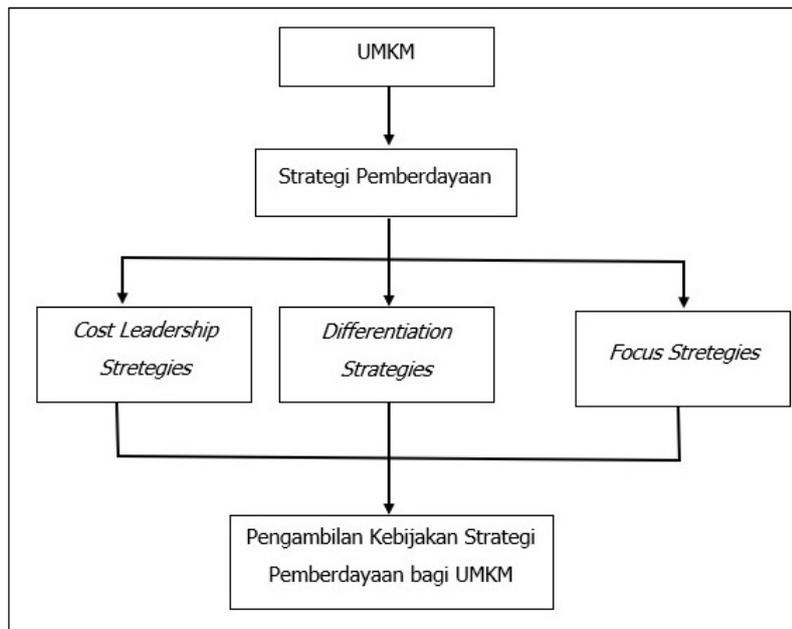
Pemberdayaan dapat dipahami berbeda menurut cara pandang orang maupun konteks kelembagaan, politik dan sosial budaya. Misalnya, memaknai pemberdayaan dengan menempatkan masyarakat bukan sebagai obyek penerima manfaat (*beneficiaries*) yang tergantung pada pemberian dari pihak luar seperti pemerintah, melainkan sebagai subyek yang mandiri.

### **Kampung Tematik**

Kampung tematik merupakan titik sasaran dari sebagian wilayah kelurahan yang dilakukan perbaikan dengan memperhatikan beberapa hal sebagai berikut: a). mengubah lokasi kumuh menjadi tidak kumuh atau peningkatan dan perbaikan kondisi lingkungan. b). peningkatan

penghijauan wilayah yang intensif. c). pelibatan partisipasi masyarakat secara aktif. d). mengangkat potensi sosial dan ekonomi masyarakat setempat

Konsep kampung tematik menurut Idziak, Majewski, & Zmycelony (2015), lebih pada menawarkan masyarakat untuk terlibat proaktif, sehingga tidak hanya berbasis masyarakat akan tetapi juga penciptaan ruang kampung berciri khas yang berkelanjutan oleh masyarakat. Lahir dari gagasan kreatif komunitas maupun masyarakatnya, kampung tematik dapat disebut juga sebuah inovasi sosial (Kloczko-Gajewska, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Kloczko-Gajewska (2014) menunjukkan bahwa kampung tematik yang berhasil merupakan kampung yang melibatkan kelompok masyarakat untuk dapat mengimplementasikan tema yang sesuai dengan kampungnya. Sebaliknya, kampung tematik dikatakan tidak berhasil apabila dilihat dari ketidakikutsertaan masyarakat dalam implementasi tema sehingga akhirnya tema itu tidak dapat berjalan hingga ditinggalkan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang artinya bahwa data yang dikumpulkan bukan berupa angka, melainkan data tersebut berasal dari wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, dan dokumen lainnya. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan UMKM dalam Kampung Tematik Kota Tangerang.

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah UMKM dalam Kampung Tematik di Kota Tangerang. Kampung Tematik yang berada di Kota Tangerang yang dipilih adalah dimana kawasan tersebut dipilih, karena merupakan kampung tematik yang memiliki potensial sehingga dapat diberdayakan.

## Definisi Variabel

### *Strategi Pemberdayaan*

Variable strategi pemberdayaan dalam penelitian ini diukur menggunakan checklist untuk mengetahui strategi dan alternatif strategi yang digunakan UMKM dalam Kampung Tematik di Kota Tangerang.

**Tabel 1. Pengukuran Strategi Pemberdayaan**

No	Penilaian	Deskripsi
1	Ya	Pemilik menerapkan strategi ( <i>cost leadership</i> atau <i>differentiation</i> atau <i>focus strategies</i> )
2	Tidak	Pemilik belum menerapkan strategi ( <i>cost leadership</i> atau <i>differentiation</i> atau <i>focus strategies</i> )

Pengukuran strategi pemberdayaan diukur dengan menggunakan skala dikotomi. Skala dikotomi digunakan untuk memperoleh jawaban YA tau TIDAK. Menjumlahkan seluruh jawaban YA, dan seluruh jawaban TIDAK untuk tiap nomor pernyataan. Lalu jumlah jawaban YA akan dihitung persentasenya:

Rumus menghitung strategi pemberdayaan per kategori :

$$= \frac{\text{Total skala yang dipilih oleh responden}}{\text{Jumlah responden}} \times 100\%$$

Untuk jawaban TIDAK juga dihitung persentase nya dengan menggunakan rumus yang sama. Hasilnya akan dideskripsikan dan digunakan dalam menganalisis strategi yang digunakan saat ini oleh UMKM.

### *Alternatif Strategi Pemberdayaan*

Variabel alternatif strategi pemberdayaan diukur dengan menggunakan checklist untuk mengetahui alternatif strategi pemberdayaan yang digunakan UMKM. Pengukuran alternatif

strategi pemberdayaan dilakukan dengan melakukan identifikasi faktor tingkat kepentingan internal dan faktor tingkat kepentingan eksternal. Identifikasi faktor tingkat kepentingan internal merupakan proses dimana perencanaan strategi mengkaji mengenai pemasaran, produksim sumber daya manusia, keuangan, akuntansi. Identifikasi faktor tingkat kepentingan eksternal mengkaji mengenai kondisi sosial dan ekonomi, teknologi, pembeli, dan pesaing.

Pengukuran alternatif ini diukur dengan menggunakan skala likert. Pengukuran dilakukan dengan menghitung jumlah responden yang memilih skala (1 sampai dengan 5) dan mengalikannya dengan skala yang dipilih, kemudian jumlah skor dari kelima skala dikelompokkan kedalam klasifikasi kriteria yang sesuai. Semakin mendekati angka 5 artinya responden pelaku UMKM memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi dalam melakukan strategi pemberdayaan tersebut.

**Tabel 2. Pengukuran Alternatif Strategi Pemberdayaan (Faktor Internal dan Faktor Eksternal)**

No	Skala	Keterangan
1	Tidak Penting	1
2	Kurang Penting	2
3	Cukup Penting	3
4	Penting	4
5	Sangat Penting	5

Menghitung jumlah skor (per item) dengan cara:

Jumlah skor untuk (jumlah responden) menjawab skala 5 (SP) :  $\sum x 5 = \dots$

Jumlah skor untuk (jumlah responden) menjawab skala 4 (SP) :  $\sum x 4 = \dots$

Jumlah skor untuk (jumlah responden) menjawab skala 3 (SP) :  $\sum x 3 = \dots$

Jumlah skor untuk (jumlah responden) menjawab skala 2 (SP) :  $\sum x 2 = \dots$

Jumlah skor untuk (jumlah responden) menjawab skala 1 (SP) :  $\sum x 1 = \dots$

Keterangan:

Jumlah skor ideal untuk seluruh item =  $5 \times 15 = 75$  (SP)

Jumlah skor rendah =  $1 \times 15 = 15$  (TP)

Kriteria skor diperoleh dari:

= (jumlah responden (15) x 5 skala) / 5 skala

=  $75/5$

= 15

Kriteria Skor

0 – 20 : tidak penting (TP)

21 – 40 : kurang penting (KP)

- 41 – 60 : cukup penting (CP)
- 61 – 80 : penting (P)
- 81 – 100 : sangat penting (SP)

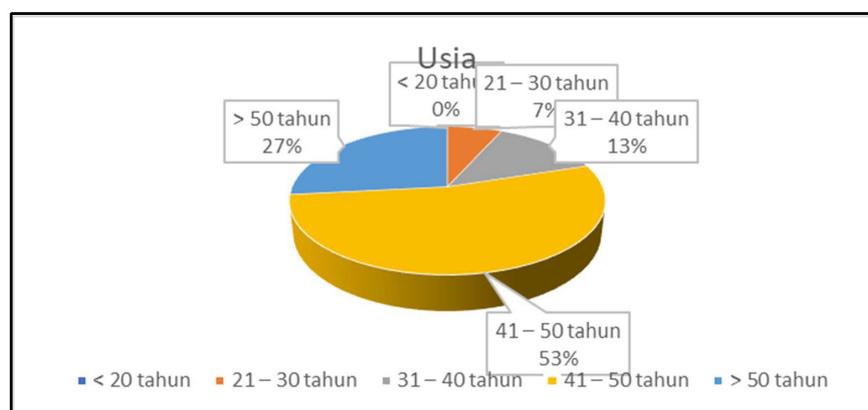
Metode Pengumpulan Data dilakukan dengan cara: 1) Wawancara: Teknik ini dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada pemilik UMKM dalam Kampung Tematik di Kota Tangerang. 2) Kuesioner: Teknik ini dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada pelaku UMKM yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Jenis kuesioner ini adalah kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. 3) Dokumentasi: Teknik ini digunakan untuk membantu melengkapi data – data yang diperoleh, sehingga data- data yang diperoleh dapat digunakan dalam penelitian. Teknik Analisis Data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif berdasarkan rumusan masalah yang ada.

## HASIL PENELITIAN

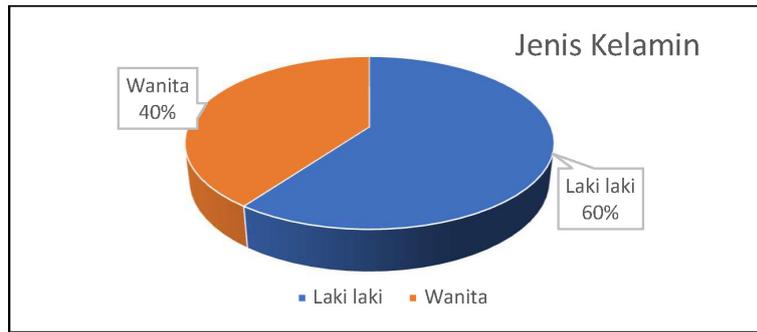
### Karakteristik Identitas Responden

Karakteristik identitas dalam penelitian ini beragam. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha UMKM di kampung tematik kota Tangerang. Adapun responden yang diamati di kampung tematik pada 5 lokasi yaitu: kampung berkelir, kampung saungkuriang, kampung tidar, kampung markisa dan kampung batik.

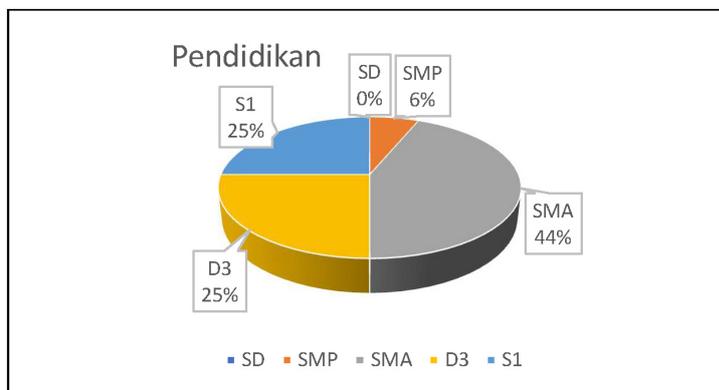
Dalam penelitian ini jumlah respondennya adalah sebanyak 15 responden dimana jumlah itu sudah cukup mewakili dari seluruh populasi. Menurut arikunto (2006-112) mengatakan bahwa “apabila jumlah subjeknya besar penentuan sampel dapat diambil antara 10-15% atau 15-25% atau lebih”



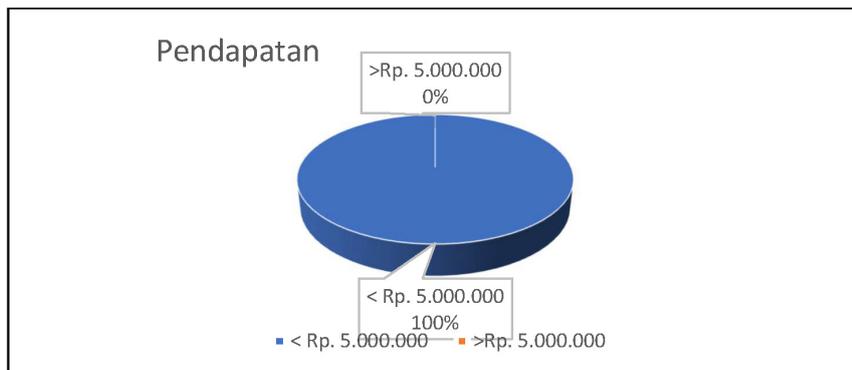
Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



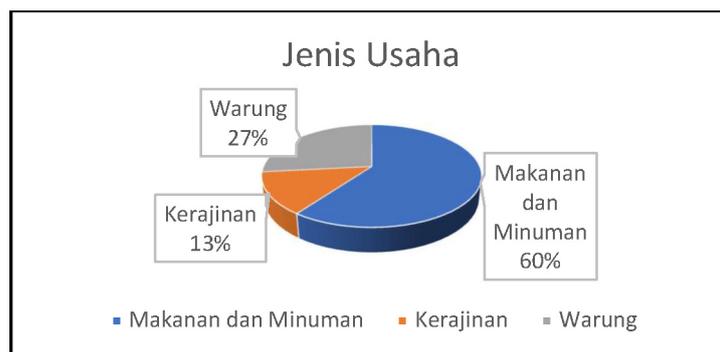
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan



Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

### Analisis Strategi Pemberdayaan yang Digunakan oleh Pelaku UMKM

Berikut tabel hasil kuesioner berkaitan dengan strategi pemberdayaan yang digunakan oleh pelaku UMKM

Tabel 3. Hasil Kuesioner Strategi Pengembangan yang Digunakan oleh Pelaku UMKM

No.	Strategi Pemberdayaan	Jawaban Responden		Alasan Jawaban yang Dominan
		Ya	Tidak	
1.	Apakah dalam pengembangan usaha produk pemilik berfokus pada biaya murah saja tetapi tidak memperhatikan keragaman produk ? ( <i>cost leadrshio</i> )	1 (5%)	14 (95%)	Selain biaya yang murah, keragaman produk juga harus diperhatikan supaya memperkaya motif dan menarik konsumen untuk membeli produk.
2.	Apakah dalam mengembangkan usaha pemilik berfokus pada keragaman produk tetapi tidak memperhatikan biaya produk ? (diferensiasi)	1 (5%)	14 (95%)	Biaya murah juga harus diperhatikan untuk mengetahui usaha yang dijalankan menghasilkan laba atau rugi.
3.	Apakah dalam mengembangkan usaha pemilik memperhatikan biaya dan keragaman produk ? (kombinasi 1 dan 2)	13 (90%)	2 (10%)	Biaya murah dan keragaman produk sama pentingnya. Biaya menyesuaikan dari kualitas keragaman produk yang dijual.

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Jawaban YA untuk Pertanyaan 1	Jawaban TIDAK untuk Pertanyaan 1
$= \frac{1}{20} \times 100\%$ = 0,05 atau 5%	$= \frac{19}{20} \times 100\%$ = 0,95 atau 95%

### Hasil Penelitian Faktor Tingkat Kepentingan Internal

Hasil penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi 5 (lima) indikator antara lain: pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, dan akuntansi dimana masing – masing indikator terdapat beberapa item pernyataan. Berikut table hasil kuesioner faktor tingkat kepentingan internal:

Tabel 4. Hasil Penelitian Jumlah Responden Menurut Tingkat Kepentingan Internal

No.	Kriteria – Kriteria yang dipertimbangkan dalam pengembangan UMKM	Tingkat Kepentingan					Skor	Tingkat Kepentingan
		TP 1	KP 2	CP 3	P 4	SP 5		
<b>A</b>	<b>Pemasaran</b>							
A1	Memiliki pelanggan tetap	0	0	0	3	12	72	Penting
A2	Harga produk yang terjangkau	0	1	0	10	3	57	Cukup Penting
A3	Strategi Penjualan	0	0	1	5	9	68	Penting
A4	Memiliki tempat distribusi yang tetap	0	0	1	9	5	64	Penting
A5	Melakukan promosi dengan menggunakan media elektronik	0	0	4	9	2	58	Cukup Penting
A6	Melakukan promosi secara langsung	0	0	2	3	10	68	Penting
<b>B</b>	<b>Produksi</b>							
B1	Produk yang berkualitas	1	0	0	2	12	69	Penting
B2	Memiliki variasi produk yang khas dan unik	0	0	0	9	6	66	Penting
B3	Kemasan Produk	0	0	1	11	3	62	Penting
<b>C</b>	<b>Sumber Daya Manusia</b>							
C1	Jenjang pendidikan yang dimiliki karyawan	7	2	3	3	0	32	Kurang Penting
C2	Kemampuan karyawan dalam memproduksi produk	0	0	1	6	8	67	Penting
C3	Pengalaman yang dimiliki karyawan	2	1	2	7	3	53	Cukup Penting
C4	Pelatihan untuk karyawan pemula	0	0	2	8	5	63	Penting
<b>D</b>	<b>Keuangan</b>							
D1	Akses modal (pinjaman)	1	1	2	4	6	55	Cukup Penting
D2	Modal dari pemerintah atau lembaga kredit lainnya	2	1	1	6	5	56	Cukup Penting
<b>E</b>	<b>Akuntansi</b>							
E1	Sistem Pembukuan (pencatatan kas masuk dan kas keluar)	1	1	1	10	2	56	Cukup Penting

Sumber: Data primer diolah (2020)

Menghitung skor dengan cara :

AI :

Jumlah skor untuk 12 orang menjawab SP :  $12 \times 5 = 60$

Jumlah skor untuk 3 orang menjawab SP :  $3 \times 4 = 12$

Jumlah skor untuk 0 orang menjawab SP :  $0 \times 3 = 0$

Jumlah skor untuk 0 orang menjawab SP :  $0 \times 2 = 0$

Jumlah skor untuk 0 orang menjawab SP :  $0 \times 1 = 0$

Jumlah skor item AI = 72 (P)

### Hasil Penelitian Faktor Tingkat Kepentingan Eksternal

Analisa faktor tingkat kepentingan eksternal digunakan untuk mengetahui berbagai macam item faktor kepentingan yang berasal dari luar usaha yang dimiliki oleh pelaku UMK. Menggunakan kuesioner yang berisi 4 (empat) indikator yaitu kondisi sosial dan ekonomi, teknologi, pembeli, dan pesaing. Berikut tabel hasil kuesioner faktor tingkat kepentingan eksternal.

Tabel 5. Hasil Penelitian Jumlah Responden Menurut Tingkat Kepentingan Eksternal

No.	Kriteria – Kriteria yang dipertimbangkan dalam pengembangan UMKM	Tingkat Kepentingan					Skor	Tingkat Kepentingan
		TP	KP	CP	P	SP		
<b>A</b>	<b>Kondisi Sosial dan Ekonomi</b>							
A1	Pemberian upah	0	0	1	5	9	68	Penting
A2	Perubahan gaya hidup pelanggan konsumen	2	1	0	7	4	52	Cukup Penting
A3	Tingkat inflasi	2	1	0	7	5	57	Cukup Penting
A4	Kenaikan harga bahan baku	1	1	2	8	3	56	Cukup Penting
<b>B</b>	<b>Teknologi</b>							
B1	Teknologi baru	2	2	0	7	4	54	Cukup Penting
B2	Perbaikan produktivitas	1	1	2	10	5	74	Penting
<b>C</b>	<b>Pembeli</b>							
C1	Minat pelanggan terhadap produk	0	0	1	5	9	68	Penting
<b>D</b>	<b>Pesaing</b>							
D1	Kemasan produk	0	1	2	7	5	61	Penting
D2	Produk yang dihasilkan	0	0	0	7	8	68	Penting
D3	Adanya produk cina	6	2	1	3	3	40	Kurang Penting
D4	Pesaing yang berasal dari UMKM sejenis	3	0	0	8	4	55	Cukup Penting

Sumber : Data primer dioleh, 2020

Menghitung skor dengan cara sebagai berikut :

AI :

Jumlah skor untuk 9 orang menjawab SP :  $9 \times 5 = 45$

Jumlah skor untuk 5 orang menjawab SP :  $5 \times 4 = 20$

Jumlah skor untuk 1 orang menjawab SP :  $1 \times 3 = 3$

Jumlah skor untuk 0 orang menjawab SP :  $0 \times 2 = 0$

Jumlah skor untuk 0 orang menjawab SP :  $0 \times 1 = 0$

Jumlah skor item AI = 68 (P)

## PEMBAHASAN

Pemberdayaan UMKM di kampung tematik sudah berjalan dengan baik dimana tiap kampung tematik selalu ada pelaku UMKMnya. Akan tetapi masih perlu terus dilakukan perbaikan dan pembenahan agar pelaku UMKM bisa dapat bertahan dengan baik apalagi dimasa pademi sekarang ini, pelaku UMKM terkena dampak dari penurunan jumlah pembeli. Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM sekarang ini khususnya yaitu pada kekurangan modal, penguatan kelembagaan dan juga dari segi pemasaran.

Sebagai contoh pelaku UMKM di kampung berkelir dimana disana pelaku UMKMnya termasuk banyak berjumlah kurang lebih 100 pelaku UMKM. Pada kampung berkelir pelaku UMKM sudah disiapkan tempat untuk berdagang sehingga tidak mengganggu kenyamanan dari pengunjung. Contoh yang lain yaitu pada saungkuriang disana UMKM juga sudah berjalan dengan baik karena dukungan dari pemerintah sudah sangat memadai, tetapi perlu adanya pengembangan supaya pelaku UMKM dapat berkembang bukan hanya lingkup kampung tersebut tetapi juga harus secara nasional. Oleh karena itu perlu strategi-strategi dalam pemberdayaan UMKM di kampung tematik dalam upaya mengatasi permasalahan yang masih ada pada pelaku UMKM di kampung tematik. Berikut strategi-strategi yang dapat digunakan oleh pemerintah kota tangerang dalam mengatasi masalah-maslah yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan yang digunakan oleh para pengusaha UMKM menggunakan strategi pemberdayaan yang berfokus strategi kombinasi *cost leadership* dan strategi diferensiasi. Meskipun strategi pemberdayaan tersebut digunakan oleh masing – masing pelaku usaha UMKM, misalnya pelaku usaha kuliner menggunakan strategi dalam pemberian nama produk yang unik dan kekinian.

Alasannya dengan pemberian nama produk yang unik dan kekinian tersebut dapat membuat konsumen penasaran dengan produk tersebut oleh semua kalangan. Sehingga kombinasi strategi ini memperhatikan produknya tetapi juga memperhatikan biaya produk yang dikeluarkan. Walaupun biaya rendah merupakan fokus utama dari strategi kombinasi ini akan tetapi pemberian nama produk yang unik dan kekinian ini menjadi hal yang dapat diunggulkan

agar dapat bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang dapat diterima semua kalangan oleh masing – masing pelaku UMKM.

Berikut penjelasan strategi pemberdayaan yang digunakan oleh pelaku UMKM pada Kampung Tematik Kota Tangerang: (a) strategi pemberdayaan dalam pemasaran; (b) strategi pemberdayaan dalam produksi; (c) strategi pemberdayaan dalam sumber daya manusia; dan (d) strategi pemberdayaan dalam keuangan dan akuntansi.

### **Strategi Pemberdayaan dalam Pemasaran**

Pendorong Produktifitas dan tumbuhnya usaha diperlukan prasarana produksi dan pemasaran. Jika hasil produksi tidak dipasarkan maka usaha akan sia-sia. Untuk itu, komponen penting lainnya dalam pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi adalah tersedianya prasarana produksi dan pemasaran.

Hal ini sesuai dengan hasil kuesioner dimana mayoritas responden menjawab sangat penting pemasaran. Seperti pada point pertanyaan promosi secara langsung dimana mayoritas responden (sebanyak 10 responden) menjawab sangat penting. 3 orang responden menjawab penting. Bentuk promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM di kampung tematik masih sangat sederhana hanya melalui mulut kemulut. Contohnya yaitu pada kampung tidar dimana hasil produk dari kampung tersebut belum maksimal dikarenakan promosinya masih sederhana. Padahal zaman sekarang pelaku usaha harus kreatif dalam melakukan promosi seperti melalui media social atau juga bisa mengendrose influncer agar usahanya terus berkembang. Contoh yang lain adalah pelaku UMKM di kampung batik dimana hasil produk dari kampung tersebut belum dipasarkan dengan baik karena masih sebatas memberikan pelatihan pada masyarakat yang ingin membatik sedangkan hasil batiknya belum dipasarkan dengan baik.

Hal penting lainya dari strategi pemasaran yaitu pelaku usaha UMKM harus memiliki tempat usaha yang nyaman dan bersih. Hal ini sesuai dengan hasil jawaban dari rseponden ketika ditanya tentang tempat berjualan dimana hasilnya 9 responden menjawab tempat berjualan penting dan 5 responden menjawab sangat penting tempat usaha. Hal ini sesuai dengan yang terjadi di kampung berkelir dimana pelaku UMKM disediakan tempat untuk berjualan. Sehingga konsumen merasa nyaman dan aman pada saat berbelanja akibatnya omzet berjualan dari pelaku usaha dikampung berkelir meningkat. Disamping hal itu juga membuat suasana menjadi terartur tidak terlihat kumuh. Begitupula yang terjadi di kampung saungkiriang dimana disana disediakan tempat berjualan untuk pelaku UMKM dan juga dari pemerintah memberikan suport yang baik dari segi pemasaran dengan mengikutkan pelaku UMKM kedalam setiap event-event kegiatan yang khusus UMKM.

### **Strategi Pemberdayaan dalam Produksi**

Pelaku UMKM perlu juga memperhatikan produksi karena kunci keberhasilan suatu produk laku atau terjual ada pada proses produksi. Pada kampung tematik proses produksi masih terbilang sederhana dimana masih dilakukan dengan alat-alat yang sederhana. Seperti pada kampung markisa dimana ada produk andalanya yaitu berupa madu. Dalam proses produksinya masih menggunakan alat sederhana dan juga masih dikemas dalam kemasan yang seadanya. Disamping itu hasil produk yang dipasarkan oleh pelaku UMKM di kampung tematik masih belum bervariasi dan belum kekinian.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan pada beberapa pelaku usaha UMKM di kampung tematik dalam hal produksi hasilnya dari indikator yang ada yaitu Produk yang berkualitas, Memiliki variasi produk yang khas dan unik dan Kemasan Produk mayoritas responden menjawab penting memperhatikan hal-hal tersebut. Pada kampung sangkuriang ada hasil olahan makanan ringan yang dibuat oleh pelaku UMKM disana, akan tetapi hasil dari produk tersebut belum bervariasi. Padahal tujuan dari dibentuknya kampung tematik yaitu dimana setiap kampung tematik memiliki produk unggulnya akan tetapi sampai sekarang belum tercapai tujuan tersebut. Oleh karena itu pelaku UMKM di kampung tematik perlu memperhatikan hal tersebut agar usahanya dapat maju dan dapat bertahan dan bersaing dengan pelaku UMKM lainnya.

### **Strategi Pemberdayaan dalam Sumber Daya Manusia**

Hasil penelitian dalam hal sumber daya manusia pada pelaku UMKM di kampung tematik hasilnya yaitu pada indikator Jenjang pendidikan yang dimiliki karyawan mayoritas responden menjawab tidak penting jenjang Pendidikan. Hal ini dikarenakan dalam berwirausaha tidak diperlukan jenjang Pendidikan yang tinggi tetapi diperlukan adalah kemauan dan usaha yang keras supaya usahanya menjadi maju dan berkembang. Sedangkan dari indikator yang lainnya seperti Kemampuan karyawan dalam memproduksi produk, Pengalaman yang dimiliki karyawan dan Pelatihan untuk karyawan pemula mayoritas responden menjawab sangat penting karena kemampuan karyawan dan pelatihan sangat penting bagi pelaku UMKM. Hal ini dikarenakan pelatihan akan membuat pelaku usaha tersebut menjadi lebih terampil lagi dan mendapatkan ilmu dalam hal mengembangkan produknya.

Agar pelaku UMKM dapat maju dan bersaing dengan usaha lainnya perlu memperhatikan SDM dari usahanya, dengan cara memberikan pelatihan yang terus menerus pada pelaku UMKM. Sehingga pelaku usaha UMKM khususnya yang ada pada kampung tematik perlu

memperhatikan SDM karyawannya dengan memberikan pelatihan yang cukup agar usahanya dapat bersaing dengan usaha-usaha lainnya yang lebih besar lagi.

### **Strategi Pemberdayaan dalam Keuangan dan Akuntansi**

Strategi ini melihat dari aspek keuangan dan akuntansi yang ada pada pelaku UMKM di kampung tematik. Indikator yang digunakan untuk mengukurnya yaitu Akses modal (pinjaman), Modal dari pemerintah atau lembaga kredit lainnya dan Sistem Pembukuan (pencatatan kas masuk dan kas keluar). Hasil penelitian ini dilihat dari aspek akses modal baik dari modal pemerintah maupun Lembaga keuangan lainnya jawaban responden adalah sangat penting. Dimana permodalan ini sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM untuk dapat mengembangkan usahanya. Masih banyak pelaku UMKM khususnya di kampung tematik modalnya masih terbatas. Hal ini terjadi karena keterbatasan akses pada perbankan atau juga pada Lembaga keuangan lain dikarenakan banyak pelaku UMKM yang belum berbadan hukum. Banyak juga pelaku UMKM yang belum memiliki NPWP sehingga apabila berhubungan dengan bank akan mengalami kesulitan karena tidak memiliki persyaratan tersebut.

Akibatnya yaitu banyaknya pelaku UMKM yang meminjam modal pada bank keliling atau renternir yang bunganya sangat besar. Dengan alasan lebih mudah dan cepat dalam memperolehnya dibandingkan dengan bank ataupun Lembaga lainnya yang berbelit-belit dan lama cairnya. Hal lainnya yaitu masih banyaknya pelaku UMKM yang kekurangan informasi akan adanya bantuan modal dari pemerintah kota Tangerang seperti program Tangerang mas. Sedangkan dari segi pembukuan masih banyak pelaku UMKM di kampung tematik yang belum mencatat pemasukan dan pengeluarannya sehingga masih tercampur antara modal dengan keuntungannya. Hal ini yang membuat banyaknya pelaku UMKM yang kekurangan modalnya karena tidak memisahkan antara modal dengan keuntungannya. Padahal menurut jawaban dari pelaku UMKM itu sendiri melakukan pencatatan atas laporan keuangan usahanya itu sangat penting.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan dan rekomendasi sebagai berikut.

- a. Strategi pemberdayaan yang digunakan pada UMKM dalam Kampung Tematik di Kota Tangerang ialah focus strategi (kombinasi strategi *cost leadership* dan strategi differnsiasi). Alasannya karena kombinasi strategi ini disamping memperhatikan keragaman jenis produk tetapi juga memperhatikan biaya produk. Walaupun biaya rendah merupakan focus utama dari strategi kombinasi ini akan tetapi keragaman dari produk dapat

diunggulkan karena dalam menjaga kebersihan produksi dan pengemasan produk agar dapat bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan oleh masing– masing pelaku UMKM.

- b. Strategi pemberdayaan yang dilakukan oleh pelaku UMKM di kampung tematik melihat dari 4 aspek yaitu pemasaran, produksi, sumber daya manusia dan keuangan dan akuntansi. Dimana hasilnya masih belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan karena masih banyaknya ditemukan permasalahan-permasalahan yang ada.

## **Rekomendasi**

### *Bagi Pemerintah Kota Tangerang*

Untuk mengatasi permasalahan pemberdayaan UMKM di kampung tematik, berikut ini strategi yang harus dilakukan oleh pemerintah kota tangerang., antara lain yaitu sebagai berikut:

- a. Pemberian Bantuan Modal

Salah satu aspek permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di kampung tematik adalah permodalan. Dimana banyak pengusaha UMKM yang terjerat oleh renternir atau lintah darat. Karena lambannya akumulasi kapital di kalangan pengusaha mikro, kecil, dan menengah, merupakan salah satu penyebab lambannya laju perkembangan usaha dan rendahnya surplus usaha di sektor usaha mikro, kecil dan menengah. Usaha pemberdayaan pelaku UMKM di bidang ekonomi melalui aspek permodalan ini adalah dengan pemberian bantuan modal lunak dengan tujuan tidak menimbulkan ketergantungan. Pemecahan aspek modal ini dilakukan melalui penciptaan sistem yang kondusif baru usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah untuk mendapatkan akses di lembaga keuangan. Bisa juga dengan membuat program pemberian bantuan kepada pelaku UMKM dengan bunga yang sangat rendah seperti KUR yang berkerjasama dengan bank daerah.

- b. Bantuan Pembangunan Prasarana Untuk UMKM Yang Nyaman Dan Bersih

Usaha mendorong produktivitas dan tumbuhnya usaha, tidak akan memiliki arti penting bagi masyarakat, kalau hasil produksinya tidak dapat dipasarkan, atau dapat dijual hanya dengan harga yang sangat rendah. Oleh sebab, itu komponen penting dalam usaha pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi adalah pembangunan prasarana produksi dan pemasaran. Hal ini juga supaya pelaku UMKM tidak mengganggu keindahan dari kota tangerang itu sendiri dan juga dapan membuat konsumen menjadi lebih nyaman dan terjaga kebersihannya. Sehingga rekomendasi untuk pemerintah kota tangerang

membangun tempat-tempat yang nyaman dan bersih untuk pelaku UMKM di sekitaran kampung tematik.

c. Bantuan Pendampingan Kewirausahaan Untuk UMKM

Masih rendahnya SDM pada pelaku UMKM dikarenakan pelaku UMKM selama ini kurang adanya pendampingan sehingga apabila terjadinya masalah kurang adanya tempat atau wadah untuk tempat berdiskusi untuk berbagai hal. Saran penulis yaitu pemerintah bisa memberikan pendampingan untuk pelaku UMKM di kampung tematik ini dapat berkerjasama dengan perguruan tinggi yang ada di kota tangerang. Diharapkan dengan adanya pendampingan bagi UMKM di kampung tematik dapat membuat UMKM tersebut menjadi besar dan bertahan.

d. Penguatan Kelembagaan

Pemberdayaan ekonomi pada masyarakat lemah, pada mulanya dilakukan melalui pendekatan individual. Pendekatan individual ini tidak memberikan hasil yang memuaskan. Oleh sebab itu pendekatan yang dilakukan sebaiknya dengan pendekatan kelompok. Alasannya adalah, akumulasi kapital akan sulit dicapai di kalangan orang miskin, oleh sebab itu akumulasi kapital harus dilakukan bersama-sama dalam wadah kelompok atau usaha bersama. Demikian pula dengan masalah distribusi, orang miskin mustahil dapat mengendalikan distribusi hasil produksi dan input produksi, secara individual. Melalui kelompok, mereka dapat membangun kekuatan untuk ikut menentukan distribusi.

Penguatan lembaga bisa dengan membuat koperasi bagi pelaku UMKN supaya pemerintah bisa membantu juga dari segi modal apabila ada koperasi. Pelaku UMKM juga harus memiliki NPWP supaya dalam segala pengurusan dokumen perusahaan dapat terlayani dengan memiliki NPWP dan juga agar pelaku UMKM sadar akan kewajibannya dari segi perpajakan.

e. Penguatan Kemitraan Usaha

Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah penguatan bersama, dimana yang besar hanya akan berkembang kalau ada yang kecil dan menengah, dan yang kecil akan berkembang kalau ada yang besar dan menengah. Daya saing yang tinggi hanya ada jika ada keterkaitan antara yang besar dengan yang menengah dan kecil. Sebab hanya dengan keterkaitan produksi yang adil, efisiensi akan terbangun. Oleh sebab itu, melalui kemitraan dalam bidang permodalan, kemitraan dalam proses produksi, kemitraan dalam distribusi, masing-masing pihak akan diberdayakan.

f. Memperluas jaringan pemasaran

Selama ini pelaku UMKM masih melakukan pemasaran yang sederhana padahal pada zaman sekarang ini pemasaran harus sudah berdasarkan teknologi atau digital marketing. Oleh karena itu pemerintah dapat membantu pelaku UMKM dari segi pemasaran digital dengan memberikan pemahaman dan juga pelatihan tentang digital marketing ini. Pemerintah kota tangerang dapat menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi untuk melatih dan memberikan pemahaman tentang digital marketing

g. Memperbaiki kualitas SDM

Berdasarkan hasil survey terhadap pelaku UMKM di kampung tematik kota tangerang mayoritas SDM dari pelaku usaha tersebut sangat tidak memahami. Sehingga peran dari pemerintah kota tangerang sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan skill dan keterampilannya dengan sering-sering dan rutin melalui dinas koperasi memberikan pelatihan dan pemahaman terhadap hal-hal yang baru yang dapat meningkatkan keterampilan dan skill dari pelaku UMKM tersebut.

h. Melakukan kajian ilmiah / penelitian lanjutan

Penelitian yang dilakukan oleh penulis masih perlu kajian tambahan untuk melengkapi penelitian ini. Penulis berharap agar pemerintah kota Tangerang melakukan kajian/ penelitian lanjutan terhadap penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis. Kajian selanjutnya terkait dengan UMKM antara lain:

1. Efektifitas UMKM dalam mengatasi masalah kemiskinan.
2. Strategi pemasaran UMKM di kampung tematik.
3. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) di kampung tematik kota Tangerang.
4. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis industri kreatif di kota Tangerang.
5. Model pedampingan bagi UMKM di kota Tangerang.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan penelitian ini, antara lain:

1. Saya ucapkan terima kasih kepada BAPPEDA Kota Tangerang yang sudah memberikan dukungan berupa dana supaya penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.
2. Saya ucapkan terima kasih kepada bu Hj.Euis dan pak Youpi atas kerja samanya sehingga laporan penelitian ini bisa selesai dan semoga hasil penelitian ini dapat dipergunakan dan juga bermanfaat bagi banyak pihak.
3. Saya ucapkan terima kasih kepada pihak kelurahan dan pelaku UMKM di kampung tematik yang sudah menjadi objek dari penelitian.

## REFERENSI

- Priyatna, "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Prespektif Pengukuran Keberdayaan Komunitas Lokal", Jurnal Pendidikan Luar Sekolah, No. 2, 2008, hal.1.
- Arikunto. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atkoëiû nienë , V., & Kaminaitë , G. (2017). *The drivers of thematic village's development in strengthening their vitality*. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, 39(2), 139–147. doi:10.15544/mts.2017.10.Vol.
- Idziak, W., Majewski, J., & Zmyœ lony, P. (2015). *Community participation in sustainable rural tourism experience creation: A long-term appraisal and lessons from a thematic villages project in Poland*. Journal of Sustainable Tourism, 23(8–9), 1341–1362. doi:10.1080/09669582.2015.1019513.
- K<sup>3</sup>oczko-Gajewska, A. (2013). *General characteristics of thematic villages in Poland*. Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development, 2(2), 60–63. doi:10.2478/vjbsd-2013-0012.
- Kloczko-Gajewska, A. (2014). *Can we treat thematic villages as social innovations?* Journal of Central European Green Innovation, 2(3), 49–59. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/ags/hukrgr/188135.html>.
- M. Afif Dalma, "Pengertian UMKM: Kriteria, Syarat, Tujuan, Jenis, Contoh", Dalam [www.dosenpintar.Com](http://www.dosenpintar.Com), (13 Oktober 2019), hal.1.