



## **Strategi Pemasaran Produk Usaha Mikro di Kabupaten Probolinggo Pada Masa Pandemi Covid-19**

**Adil Abdillah**

Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto, Indonesia

email: [ayah.adil1181@gmail.com](mailto:ayah.adil1181@gmail.com)

---

**Abstract:** This study aims to determine the constraints and problems in the marketing of micro business products in Probolinggo Regency so that it can be used in policy making by the local government for efforts to increase the marketing of the micro business. The object of this research is micro business actors in Probolinggo Regency. This research is a descriptive evaluative research using SWOT analysis technique, the data collection method is primary and secondary surveys. This research was conducted in July-August 2020. The analysis used was micro-enterprise data analysis, policy analysis, analysis of marketing potential and problems and analysis of micro-enterprise marketing strategy directions. Based on the analysis and identification of conditions in the field, the results of the micro business marketing strategy of Probolinggo Regency are located in quadrant I, meaning that in this quadrant it faces enormous market opportunities and internal strengths. The strategy set is Room A with Rapid Growth Strategy, which is a fast-flow growth strategy to show maximum development for certain targets and in a short time.

**Keywords:** *Strategy, Marketing, Micro Business Product*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kendala dan pemasalahan dalam pemasaran produk usaha mikro di Kabupaten Probolinggo sehingga dapat digunakan dalam penyusunan kebijakan oleh pemerintah daerah untuk upaya peningkatan pemasaran usaha mikro. Dengan obyek penelitian adalah para pelaku usaha mikro di Kabupaten Probolinggo. Pada penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif evaluatif dengan menggunakan teknik analisis SWOT, dengan metode pengumpulan datanya adalah survei primer dan sekunder. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2020. Analisis yang digunakan adalah analisis data usaha mikro, analisis kebijakan, analisis potensi dan permasalahan pemasaran dan analisis arahan strategi pemasaran usaha mikro. Berdasarkan analisis dan identifikasi kondisi di lapangan dipeoleh hasil Strategi pemasaran usaha mikro Kabupaten Probolinggo terletak pada kuadran I, artinya dalam kuadran ini menghadapi peluang pasar dan kekuatan internal yang sangat besar. Adapun strategi yang ditetapkan adalah Ruang A dengan *Rapid Growth Strategy*, yaitu strategi pertumbuhan aliran cepat untuk diperlihatkan pengembangan secara maksimal untuk target tertentu dan dalam waktu singkat.

**Kata Kunci:** *Strategi, Pemasaran, Produk Usaha Mikro*

---

Copyright (c) 2021 The Authors. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

---

### **PENDAHULUAN**

Pelaku Usaha Mikro Kecil serta Menengah (UMKM) adalah roda penggerak perekonomian Indonesia. Ketika berdiskusi tentang bisnis serta ekonomi, terlebih tentang dunia usaha terkadang kita dihadapkan pada satu

sebutan yang sangat berfungsi terhadap perekonomian adalah UMKM (Priharto, 2020). Dari namanya UMKM mempunyai kepanjangan Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM), tetapi jangan salah sang kecil ini mempunyai donasi yang sangat besar serta krusial untuk perekonomian Indonesia secara makro. Departemen Koperasi serta UKM RI memberikan data kalau secara jumlah unit, UMKM mempunyai pangsa berkisar 99, 99% (62. 9 juta unit) dari total totalitas pelaksana usaha di Indonesia (2017), sedangkan usaha besar cuma sebanyak 0,01% ataupun kurang lebih 5400 unit. Usaha Mikro menyerap berkisar 107, 2 juta tenaga kerja (89, 2%), Usaha Kecil 5,7 juta (4,74%), serta Usaha Menengah 3, 73 juta ( 3, 11%). Sedangkan Usaha Besar menyerap kurang lebih 3, 58 juta jiwa. Maksudnya secara keseluruhan UMKM menyerap kurang lebih 97% tenaga kerja nasional, sedangkan Usaha Besar hanya mencapai 3% dari total tenaga kerja nasional (Haryanti & Hidayah, 2018).

Awal kontribusinya yang cukup baik terhadap perekonomian nasional ternyata Usaha mikro tergolong jenis usaha marjinal, karena masih terdapatnya permasalahan mendasar sehingga menghambat perkembangan usaha mikro tersebut, diantaranya adalah penggunaan teknologi yang relatif sederhana, tingkat modal yang rendah, akses terhadap kredit yang rendah, serta cenderung berorientasi pada pasar lokal (Kurniawan & Fauziah, 2015)

Berdasarkan penelitian Adawiyah (2014) menerangkan jika hambatan dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Banyumas dibagi jadi dua yaitu; aspek internal dan aspek eksternal. Aspek internal mencakup Terbatasnya modal, Terbatasnya kemahiran SDM, Lemahnya jaringan usaha serta akses pasar, Adaptasi inovasi teknologi, Hambatan pembedahan (pemasaran serta pengendalian persediaan), Hambatan administratif (pembukuan serta manajemen secara universal). Sebaliknya buat aspek eksternal mencakup infra struktur/ fasilitas prasarana, hawa usaha, otonomi wilayah serta globalisasi. Berdasarkan pemahaman tersebut pastinya butuh terdapatnya kedudukan pemerintah daerah serta pihak pelaksana usaha mikro serta menengah untuk menanggulangi perihal tersebut, dengan mengelukan kebijakan wilayah sehingga bisa terpecahkannya permasalahan yang dialami oleh pelaksana usaha mikro.

Pelaku Usaha Mikro Kecil serta Menengah (UMKM) saat ini, baik di bagian usaha jasa ataupun pembuatan hadapi bermacam- macam tantangan berat dalam keadaan pandemi Covid- 19 yang sudah berlangsung semenjak 3 bulan terakhir. Tantangan yang sangat banyak dialami oleh pelaku UMKM adalah terdapatnya penurunan omzet yang signifikan, sepiunya pelanggan, kesusahan memperoleh bahan baku, serta hambatan pemasaran produk sebab terdapatnya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dilaksanakan di sebagian besar daerah Indonesia. Saat ini pelaku UMKM dihadapkan pada masa tatanan baru serta kenormalan baru ataupun lebih diketahui dengan istilah New Normal yang diisyarati dengan dibukanya kembali kegiatan keseharian warga dengan dengan tetap memepertahankan protokol kesehatan dari penyebaran pandemi Covid- 19 (Narto & HM, 2020).

Jumlah usaha skala mikro di Kabupaten Probolinggo sangat tinggi, yakni sebesar 66.406 unit atau sebesar 87,11% dari seluruh total usaha di Kabupaten Probolinggo(BPS Probolinggo, 2021). Sedangkan untuk usaha skala kecil terdapat sebanyak 8.987 unit atau sebanyak 11,79%. Usaha skala besar menempati urutan jumlah terendah, yakni sebanyak 47 unit atau sebesar 0,06% dari seluruh total usaha di Kabupaten Probolinggo. berdasarkan data Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo terdapat 125 nama yang terdiri dari sektor industri, makanan dan minuman, jasa, batik, camilan dan *handy craft* (Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo, 2020) .

Untuk lingkup Kabupaten/Kota yang memiliki kewenangan dalam pengembangan usaha mikro, memerlukan rumusan kebijakan yang lebih kondusif, koordinatif dan terintegrasi. Usaha mikro adalah badan usaha perorangan yang memiliki kriteria sesuai Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yaitu memiliki aset atau kekayaan bersih hingga Rp 50 juta, tidak termasuk tanah atau bangunan tempat usaha dan omzet penjualan tahunan hingga Rp 300 juta. Sementara, berdasarkan perkembangannya, usaha mikro diklasifikan menjadi dua, yaitu : (1) *Livelihood*, yakni usaha mikro yang sifatnya untuk mencari nafkah semata. Jenis usaha mikro yang satu ini dikenal luas sebagai sektor informal. Contohnya, pedagang kaki lima dan (2) Mikro, yakni usaha mikro yang sudah cukup berkembang, namun memiliki sifat kewirausahaan

dan belum bisa menerima pekerjaan sub kontraktor serta belum bisa melakukan kegiatan ekspor (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008).

Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan mengidentifikasi permasalahan produk usaha mikro yang ada di Kabupaten Probolinggo dan selanjutnya rumusan kebijakan alternatif yang dapat dilakukan pemerintah daerah sebagai rekomendasi dalam upaya meningkatkan pemasaran usaha mikro di Kabupaten Probolinggo. Dengan adanya kebijakan dari pemerintah daerah dapat mendorong pertumbuhan ekonomi sektoral daerah melalui strategi pemasaran produk-produk usaha mikro yang banyak mengusung potensi dan produk unggulan daerah setempat dengan kekhasan dan keunikan tersendiri

## **METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif evaluatif dengan menggunakan metode analisis SWOT dan EFAS IFAS. Penelitian dilaksanakan di seluruh wilayah kecamatan yang ada di Kabupaten Probolinggo, dimana penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Agustus tahun 2020.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan riset deskriptif. Riset deskriptif adalah sesuatu metode riset yang ditunjukkan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang terdapat, yang berlangsung pada disaat ini maupun dikala masa dulu sekali. Riset deskriptif sanggup mendeskripsikan kondisi saja, namun dapat pula mendeskripsikan tahapan-tahapan perkembangannya dan menggambarkan suatu keadaan sesuai dengan kenyataan yang ada (Saepul & Baharuddin, 2014). Jenis Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah deskriptif evaluatif.

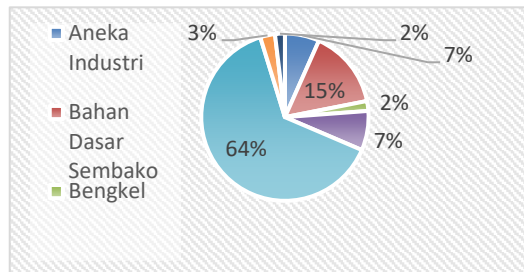
Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan metode survey primer dan sekunder. Survey primer dengan wawancara, observasi dan kuisioner. Sedangkan survey sekunder dengan menggunakan studi literatur, dokumentasi dan data dari organisasi serta instansi terkait. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data usaha mikro, analisis kebijakan terkait, analisis potensi dan permasalahan pengembangan permasalahan, dan analisis arahan strategi pemasaran usaha mikro.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

## 1) Hasil Analisis Data usaha Mikro

### a) Karakteristik Jenis Usaha Mikro

Berdasarkan hasil survey diperoleh data bahwa karakteristik data usaha mikro di Kabupaten Probolinggo dibagi menjadi beberapa kelompok usaha, yakni aneka industri, bahan dasar sembako, kerajinan, makanan dan minuman, pertanian, dan tekstil.

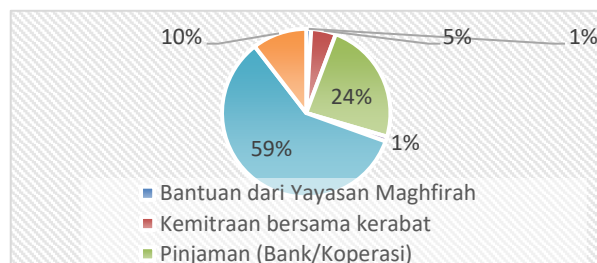


Gambar 1. Jenis Usaha Mikro di Kabupaten Probolinggo

Karakteristik jenis usaha mikro menentukan keberhasilan usaha tersebut dijalankan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Safitri & Khasan Setiaji, 2018) mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha mempengaruhi perkembangan usaha mikro, selain itu faktor modal juga menentukan perkembangan usaha mikro yang dijalankan.

### b) Sumber produksi atau modal usaha mikro

Sumber produksi usaha mikro di Kabupaten Probolinggo memiliki jenis yang beragam, namun yang terbanyak adalah dana pribadi. Hal ini dikarenakan sebagian pelaku usaha merasa penggunaan bank terlalu rumit.



Gambar 2. Sumber Modal Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo

Hasil survey dan analisis tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Safanah, 2018) menyatakan bahwa sebagian besar usaha mikro memiliki sumber modal berasal dari modal sendiri dan utang dari lembaga formal maupun non-formal. Tetapi permasalahannya adalah usaha UMKM dan usaha mikro ini memiliki pencatatan keuangan yang belum

terlalu baik dan rinci sehingga dapat mengancam usaha yang mereka jalankan.

c) **Karakteristik Sistem Pemasaran**

Para pelaku usaha mikro dan UMKM memiliki tantangan besar dalam menjalankan usahanya yaitu adanya pemanfaatan IT, karena penggunaan IT dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah besar (Akhmad, 2015).

Namun di kabupaten Probolinggo sistem pemasaran usaha mikro mayoritas dilakukan secara manual sebanyak 73% dan hanya sebanyak 6,67% yang menggunakan media online. Hasil penjualan usaha mikro di Kabupaten Probolinggo dipasarkan mulai dari Kabupaten Probolinggo (72%), Jawa Timur (17%), dan Nasional (11%). Tingkat kemitraan pada usaha mikro di Kabupaten Probolinggo dilakukan secara individu, yakni sebesar 78,10%. Sedangkan untuk kemitraan, hanya 21,90%. Kemitraan terbanyak terdapat pada jenis makanan dan minuman, yakni 12,38%,

Berikut ini merupakan data pemasaran usaha mikro di Kabupaten Probolinggo, berdasarkan hasil survey dan beberapa data dari dinas terkait di Kabupaten Probolinggo;

Tabel 1. Persentase Pemasaran Usaha Mikro di Kabupaten Probolinggo

Jenis Usaha Mikro	Jenis Pemasaran			
	Manual	Manual dan Online	Manual dan Pameran	Online
Aneka Industri	3.81%	2.86%		
Bahan Dasar Sembako	12.38%	0.95%	0.00%	1.90%
Bengkel	1.90%			
Kerajinan	6.67%	0.95%		
Makanan dan Minuman	46.67%	10.48%	2.86%	3.81%
Pertanian	0.95%	1.90%		

Tekstil	0.95%			0.95%
<b>Total Kabupaten</b>	<b>73.33%</b>	<b>17.14%</b>	<b>2.86%</b>	<b>6.67%</b>

Sumber : Hasil Survey dan Analisis Tahun 2020

Sedangkan berikut merupakan tabel Data Tingkat Kemitraan Usaha Mikro di Kabupaten Probolinggo, berdasarkan atas hasil survey primer dan sekunder.

Tabel 2. Data Tingkat Kemitraan Usaha Mikro di Kabupaten Probolinggo

Jenis Usaha Mikro	Jenis Kemitraan	
	Bermitra	Individu
Aneka Industri	0.95%	5.71%
Bahan Dasar Sembako	4.76%	10.48%
Bengkel		1.90%
Kerajinan	3.81%	3.81%
Makanan dan Minuman	12.38%	51.43%
Pertanian		2.86%
Tekstil		1.90%
<b>Total Kabupaten</b>	<b>21.90%</b>	<b>78.10%</b>

Sumber : Hasil Survey dan Analisis Tahun 2020

Usaha mikro di Kabupaten Probolinggo mengalami gangguan akibat adanya wabah covid-19. Sebanyak 81% mengalami penurunan pendapatan dan omset, sedangkan yang lain mengalami gangguan bahan baku dan proses distribusi. Namun, terdapat 17% masih dapat bertahan dengan penjualan yang stabil. Hal ini sejalan dengan penelitian (Amri, 2020) dimana dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat penurunan omzet UMKM dan Koperasi di masa pandemi covid 19. Sektor yang paling terdampak adalah sektor industri wisata yang menyebabkan efek domino terhadap penurunan usaha lainnya yaitu usaha mikro makan dan minuman, usaha kerajinan, dan usaha mikro lainnya yang terakut pariwisata.

Tabel 3. Data Pengaruh Wabah Covid-19 Terhadap Usaha Mikro di Kabupaten Probolinggo

Jenis Usaha	Jenis Pengaruh Wabah Covid				Total	
	Mikro	Menurun	Stabil	Terganggu bahan baku		Terganggu distribusi
Aneka Industri		5.71%	0.95%		6.67%	
Bahan Dasar Sembako		12.38%	2.86%		15.24%	
Bengkel		0.95%		0.95%	1.90%	
Kerajinan		5.71%	1.90%		7.62%	
Makanan dan Minuman		54.29%	9.52%		63.81%	
Pertanian		1.90%			0.95%	2.86%
Tekstil			1.90%		1.90%	
<b>Total Kabupaten</b>		<b>80.95%</b>	<b>17.14%</b>	<b>0.95%</b>	<b>0.95%</b>	<b>100.00%</b>

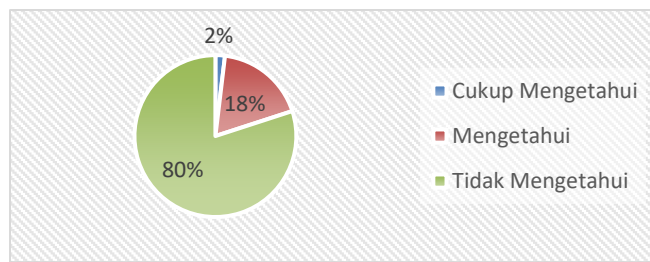
*Sumber : Hasil Survey dan Analisis Tahun 2020*

Dari tabel tersebut dapat dilihat usaha mikro di kabupaten Probolinggo yang terdapat besar adalah usaha makanan dan minuman serta bahan dasar sembako. Dalam penelitian Kristian (2020) mengungkapkan bahwa salah satu cara bertahan bagi UMKM dan usaha mikro salah satunya dengan menggunakan strategi jangka pendek adalah bantuan pinjaman dan bantuan tunai baik dari pemerintah maupun swasta. Sedangkan untuk strategi jangka panjang adalah pemanfaatan teknologi digital.

d) Karakteristik terkait Kebijakan Pemerintah

Sebanyak 80% pelaku usaha mikro di Kabupaten Probolinggo tidak mengetahui kebijakan pemerintah terkait usaha mikro. Namun, terdapat 18,10% pelaku usaha yang mengetahui kebijakan tersebut. Hal ini dapat dikarenakan kurangnya sosialisasi pemerintah terkait sosialisasi pengetahuan kebijakan pemerintah dalam pengembangan usaha mikro.





Gambar 3. Pengetahuan Usaha Mikro terhadap Kebijakan Pemerintah Kabupaten Probolinggo

Dari gambar tersebut terlihat masih cukup tinggi masyarakat pelaku usaha mikro di Kabupaten Probolinggo belum mengetahui kebijakan-kebijakan terkait usaha mikro yang berlaku di Kabupaten Probolinggo. Untuk itu perlu peran aktif pemerintah dalam mensosialisasikan beberapa kebijakan yang terkait usaha mikro.

## 2) Hasil Analisis Kebijakan Terkait

Tujuan tahapan analisis ini untuk mendekonstruksi tulisan yang ada. Selain itu sebagai pengenalan pola untuk mengidentifikasi pola yang serupa dari informasi yang bersifat acak. Tujuannya mengklasifikasikan secara umum konsep yang ada dan kemudian melihat kemiripan pola secara lebih detail.

Tabel 4. Evaluasi Kebijakan dan Peraturan Terkait Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo

Jenis Dokumen	Kebijakan	Kondisi Nyata	Penilaian atau tindakan
<b>Keputusan menteri negara urusankoperasi dan usahakecil dan menengah Nomor 20 Tahun 2000</b> tentang pedoman Penetapan Standar Pelayanan Minimal Bidang Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang Wajib dilakukan Kabupaten/Kota	Pengaturan tentang pelayanan kabupaten/kota di bidang Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah di daerah harus berpedoman pada pedoman penetapan standar pelayanan minimal yang dikeluarkan oleh pemerintah	Beberapa masih belum berpedoman pada penetapan standar pelayanan minimal yang dikeluarkan oleh pemerintah	Perlu adanya sosialisasi secara kontinyu kepada Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah
<b>Peraturan Menteri Koperasi dan usaha</b>	Memberikan kepastian hukum	Ada sebagian besar pemohon	Perlu adanya secara kontinyu sosialisasi

Jenis Dokumen	Kebijakan	Kondisi Nyata	Penilaian atau tindakan
<b>kecil dan Menengah Nomor 2 tahun 2019</b> tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik bagi usaha Mikro dan Kecil (Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah, 2019)	dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Usaha Kecil perseorangan dalam mengembangkan usahanya.	masih belum paham alur dan syarat-syaratnya dari perijinan usaha dalam mengembangk an produknya, meliputi tata cara permohonan perijinan dan masa berlaku	kepada para koperasi dan usaha kecil menengah terkait perizinan yang terintegrasi secara elektronik oleh OPD terkait
<b>Renstra Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo Tahun 2018-2023</b> (Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo, 2018)	Meningkatkan pemerataan pendapatan masyarakat melalui Koperasi dan Usaha Mikro dan Meningkatkan Koperasi dan Usaha Mikro yang tangguh dan mandiri	Ada beberapa program dan Kegiatan yang tertuangdalam Renstra Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo Tahun 2018-2023 kurang berjalan maksimal	Perlu melakukan evaluasi berkala terkait program dan Kegiatan yang telah dilaksanakan dengan tujuan hasil atau outputnya sesuai dengan renstra dinas
<b>Peraturan Bupati Probolinggo Nomor : 6 Tahun 2020</b> Tentang Dukungan Kelembagaan Usaha Mikro	•Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro yang tangguh dan mandiri •Meningkatkan peran serta usaha mikro	Adanya Peraturan Bupati Probolinggo Nomor: 6 Tahun 2020 Tentang Dukungan Kelembagaan Usaha Mikro diimbangi dengan rencana	Dengan adanya Perbup sebagai cantolan hokum dalam rangka memperkuat dan pengembangan kelembagaan usaha mikro

Jenis Dokumen	Kebijakan	Kondisi Nyata	Penilaian atau tindakan
		aksi dan tindak lanjut	

*Sumber: Hasil Pemikiran, 2020*

### 3) Hasil Analisis Potensi dan Permasalahan

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan dilapangan didapatkan banyak usaha mikro yang potensial untuk dikembangkan. Berbagai bidang usaha mikro seperti perdagangan, pengrajin kayu, pembuat tahu tempe, batik sampai dengan usaha pengolahan makanan dan minuman. Tentunya dalam pengembangan produk usaha mikro perlu diimbangi dengan strategi pemasaran produk dan meminimalisir permasalahan-permasalahan yang muncul. Permasalahan dan kendala tersebut yaitu;

#### a) Sumber Daya Manusia/SDM

Salah satu permasalahan yang menjadi hambatan dalam mengembangkan usaha mikro Di Kabupaten Probolinggo adalah masih minimnya kualitas sumber daya manusia dan kurangnya SDM.

#### b) Modal Usaha

Berdasarkan hasil survey menggambarkan Sebagian besar mereka kekurangan modal usaha. Akibatnya walaupun mempunyai rencana yang matang tetapi akses permodalan yang kurang maka pengembangan usaha menjadi terhambat

#### c) Bahan Baku Produksi

Keterbatasan bahan baku dan input-input lain juga sering menjadi salah satu masalah serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produksi bagi produk usaha Mikro Di Kabupaten Probolinggo. Selain bahan baku produksi yang lokasi berjauhan dengan tempat produksi juga kendala lain seperti harga yang tidak stabil, bahan baku yang kadang sulit didapat dan kualitas yang kurang baik.

#### d) Pemasaran Hasil Usaha

Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh usaha mikro adalah tekanan-tekanan persaingan, baik dipasar domestik dari produk-produk yang serupa buatan pengusaha-pengusaha besar dan impor. Selain itu kendala pada sistem pemasarannya yang sebagian besar

usaha mikro di Kabupaten Probolinggo adalah masih menggunakan manual. Sedikit yang sudah menggunakan media online maupun keduanya.

e) Promosi Kegiatan

Berdasarkan survey yang dilakukan minimnya media promosi yang dilakukan secara online produk yang dihasilkan. Oleh karena itu perlu adanya peningkatan media promosi Kegiatan dari manual menuju online baik menggunakan sosial media atau yang lain

f) Pengetahuan Terkait Kebijakan/Perda Terkait Pengembangan Usaha Mikro

Hasil survey dilapangan menunjukkan bahwa sebagian besar usaha mikro belum mengetahui kebijakan tersebut. Contohnya pada pengusaha pengolahan tempe Di Kecamatan Tiris dengan kelompok usaha bernama Jayananta. Sistem produksi usahanya adalah bahan yang diperoleh atau bahan mentah diolah menjadi bahan setengah jadi (tempe) dan kemudian dijual. Terkait dengan pengembangan dan kebijakan pengembangan usaha mikro mereka belum mengetahui.

g) Keterbatasan Teknologi

Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya jumlah produksi dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat serta kesanggupan bagi usaha mikro Di Kabupaten Probolinggo.

h) Keikutsertaan Pelatihan

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan didapatkan bahwa masih banyak usaha mikro yang tidak mengikuti pelatihan yang diadakan dinas terkait atau instansi. Adapun faktor-faktor dari pengusaha mikro tidak mengikuti pelatihan dapat disebabkan oleh faktor ketidaktahuan terkait adanya pelaksanaan pelatihan dan Kurang kontinyu program dan pelatihan yang diberikan.

i) Sistem Perijinan

Hasil survey didapatkan secara umum para pengusaha mikro belum mengetahui tata cara dan sistem perijinan serta kendala pengajuan perijinan kegiatan usaha mikro.

Permasalahan tersebut juga didukung oleh penelitian Maryama (2018) yang menyatakan bahwa permasalahan utama yang dihadapi pada obyek

penelitiannya yaitu usaha Pabrik Krupuk Manunggal Karsa antara lain adalah bahan baku, permodalan, kemitraan dengan perbankan, SDM dan Pemasaran.

#### 4) Analisis Arahan Strategi Pemasaran Usaha Mikro

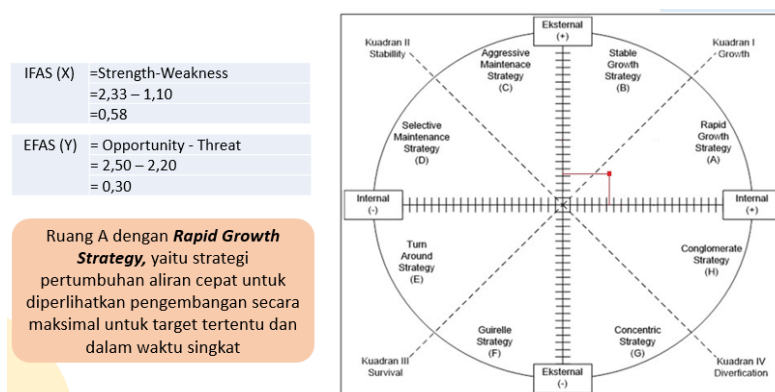
→ Analisis SWOT



Gambar 3. Hasil Analisis SWOT

→ Analisis EFAS IFAS

Analisis untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis ini merupakan lanjutan dari analisis SWOT.



Gambar 4. Hasil Analisis EFAS IFAS

### 5) Rencana Pemasaran Produk Usaha Mikro Di Kabupaten Probolinggo

Rencana pemasaran produk usaha mikro Kabupaten Probolinggo terbagi menjadi enam aspek sebagai berikut;

#### a) Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia memiliki satu fokus, yakni peningkatan kualitas sumber daya manusia

Tabel 5. Rencana Strategis Aspek Sumber Daya Manusia

<b>Fokus</b>	<b>Rekomendasi Rencana Aksi</b>
Peningkatan kualitas	Menyusun kelompok-kelompok usaha mikro untuk memudahkan koordinasi dengan para <i>stakeholder</i>
Sumber Daya Manusia	Mengadakan sosialisasi untuk mengoptimalkan bakat dan minat penduduk sehingga dapat mengembangkan usaha mikro
	Pengadaan sosialisasi penggunaan internet sebagai media bisnis
	Pelatihan penyusunan <i>business plan</i> bagi pelaku usaha mikro
	Pelatihan tata boga yang mudah, kekinian, dan menguntungkan
	Pelatihan menjahit ( <i>fashion</i> atau perabot rumah)
	Pelatihan pembuatan asesoris sebagai oleh-oleh khas Probolinggo
	Memberikan sosialisasi penggunaan anggaran yang efektif dan efisien
	Mengadakan sosialisasi terkait rumah kemasan (Krasnada) untuk memperbaiki mutu <i>packaging</i> yang aman, nyaman, dan unik
	Melakukan pendampingan dan pengawasan terkait pelaksanaan usaha mikro
	Memberikan sosialisasi terkait mengelola usaha dan menjadi <i>entrepreneur</i> yang sukses
	Memberikan sosialisasi terkait pengelolaan sampah dari kegiatan usaha mikro
	Memberikan informasi <i>link webinar</i> gratis terkait pengembangan usaha mikro melalui sosial media secara berkala

Sumber : Hasil Penyusunan Rencana, 2020

#### b) Aspek Modal

Aspek modal memiliki satu fokus dan tiga rekomendasi rencana aksi. Aspek modal menjelaskan terkait upaya untuk mengatasi modal, baik modal keuangan dan modal bahan baku yang digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha mikro.

Tabel 6. Rencana Strategis Aspek Modal

<b>Fokus</b>	<b>Rekomendasi Rencana Aksi</b>
Pengadaan bantuan modal untuk pelaku usahamikro	Memberikan penyaluran modal dengan bunga lunak atau bahkan tanpa bunga perlu diperjuangkan untuk disalurkan kepada perempuan UMKM.
	Memberikan bantuan bahan baku utama pelaku usaha mikro yang kurang mampu namun berpotensi
	Memberikan bantuan tunai pada pelaku usaha mikro terpilih

Sumber : Hasil Penyusunan Rencana, 2020

#### c) Aspek Bahan

Rencana strategis aspek bahan memiliki satu fokus, yakni mengembangkan kemudahan untuk mendapatkan bahan. Kegiatan aspek ini terdiri dari tiga upaya. Salah satunya berupa kemitraan bahan baku antar pelaku usaha mikro.

Tabel 7. Rencana Strategis Aspek Bahan

<b>Fokus</b>	<b>Rekomendasi Rencana Aksi</b>
Mengembangkan kemudahan mendapatkan bahan	Mengoptimalkan lembaga incubator untuk meningkatkan kemitraan bahan baku antar pelaku usaha mikro (misalnya pelaku makanan minuman dengan <i>took</i> perancangan)
	Memberikan informasi kepada masyarakat untuk mengamati promo tengah tahun, akhir tahun, hari besar, dan lainnya sehingga dapat mendapatkan harga bahan baku yang lebih terjangkau
	Meningkatkan peluang kemitraan dengan distributor di daerah lain (melalui <i>platform onlin</i> eatau melalui kerjasama antar pemerintah daerah)

Sumber : Hasil Penyusunan Rencana, 2020

#### d) Aspek Pasar

Rencana strategis aspek pasar dilakukan dengan dua fokus, yakni peningkatan penggunaan media online untuk pemasaran hasil usaha dan oleh oleh berbasis usaha mikro.

Tabel 8. Rencana Strategis Aspek Pasar

<b>Fokus</b>	<b>Rekomendasi Rencana Aksi</b>
Peningkatan Penggunaan Media Online untuk pemasaran hasil usaha mikro	Mengadakan pelatihan analisis pasar bagi pelaku usaha mikro di jaman millennial dan pandemi
	Mengadakan pelatihan pemanfaatan platform online shop ( <i>shopee, tokopedia</i> ) dan media sosial( <i>instagram, facebook, dsb</i> )

<b>Fokus</b>	<b>Rekomendasi Rencana Aksi</b>
	Memberikan informasi tips and tricks memaksimalkan fitur iklan pada media online dan kemitraan berbayar ( <i>endorse</i> )
	Mengadakan pelatihan penggunaan <i>e-money</i> sehingga pembayaran lebih mudah dan cepat
	Menghimbau gerakan Toko Peracangan/Warung online
	Meningkatkan kerjasama antar pelaku usaha mikro (baik di dalam maupun di luar kabupaten)
Menyediakan oleh oleh berbasis usaha mikro	Meningkatkan kerjasama dengan Dinas Pariwisata dan hotel setempat untuk menggunakan jasa usaha mikro
	Menyediakan stan oleh oleh khas Kabupaten Probolinggo pada area strategis pariwisata
	Mengoptimalkan kerjasama untuk memasarkan barang di Toko Disperindag Kabupaten Probolinggo (terletak di Kecamatan Tongas dan Kraksaan)

*Sumber : Hasil Penyusunan Rencana, 2020*

#### e) Aspek Metode

Aspek metode memiliki satu fokus, yakni meningkatkan kerjasama antar *stake holder*. Kerjasama ini dilakukan antara pemerintah, pelaku usaha mikro, akademisi, dan praktisi lembaga swasta atau perusahaan.

Tabel 9. Rencana Strategis Aspek Metode

<b>Fokus</b>	<b>Rekomendasi Rencana Aksi</b>
Meningkatkan kerjasama antar <i>stake holder</i>	Meningkatkan kerjasama dengan universitas untuk melakukan penelitian dan menghasilkan rekomendasi pengembangan usaha mikro
	Meningkatkan kerjasama dengan universitas untuk memberikan pelatihan
	Meningkatkan kerjasama dengan lembaga swasta atau perusahaan untuk memberikan pelatihan
	Meningkatkan kerjasama dengan lembaga swasta atau perusahaan sebagai mitra pengembangan usaha mikro
	Meningkatkan kerjasama antar OPD terkait dengan perijinan usaha mikro supaya tidak terjadi tumpang tindih

*Sumber : Hasil Penyusunan Rencana, 2020*

#### f) Aspek Alat

Rencana pemasaran aspek alat memiliki tiga fokus yang bertujuan untuk meningkatkan fungsi sarana prasarana yang aplikatif dan memudahkan pelaksanaan



usaha, memberikan apresiasi ataupun sanksi terhadap pelaku usaha mikro sesuai dengan kegiatannya, dan mengoptimalkan legalitas hukum untuk menjamin keberlangsungan usaha mikro di Kabupaten Probolinggo.

Tabel 10. Rencana Strategis Aspek Alat

<b>Fokus</b>	<b>Rekomendasi Rencana Aksi</b>
Meningkatkan fungsi sarana prasarana yang mudah diaplikasikan	Menyusun <i>Standart Operation Procedure (SOP)</i> terkait perijinan pembangunan usaha mikro di Kabupaten Probolinggo
	Menyusun <i>Standart Operation Procedure (SOP)</i> terkait <i>quality control</i> barang sebelum dipasarkan
	Memberikan bantuan koneksi internet atau ruang baca sehingga dapat meningkatkan inspirasi pengembangan produk
	Mengoptimalkan sosial media pemerintah/kepala daerah untuk membagikan informasi terkait usaha, webinar, dan lain lain
	Membangun aplikasi sebagai <i>call center</i> untuk terhubung dengan para pelaku usaha mikro (menerima aspirasi dan memantau perkembangan)
	Membangun database berbasis <i>GIS</i> untuk meningkatkan data usaha mikro yang valid dan tersinergi (dapat digunakan untuk pajak, kesesuaian tata ruang, dan lain lain)
	<i>Updating</i> data pelaku usaha mikro
Memberikan insentif dan disinsentif bagi pelaku usaha mikro	Memberikan apresiasi alat modern untuk usaha mikro unggulan
	Memberikan bantuan akomodasi bagi usaha mikro yang berhasil mengikuti pameran di luar negeri
	Memberikan keringanan pajak bagi usaha mikro yang ramah lingkungan
	Memberikan sanksi/mencabut ijin pelaku usaha mikro yang menggunakan bahan bahan tidak sehat pada makanan
	Membatasi atau mencabut kegiatan usaha mikro yang mencemari lingkungan
Mengoptimalkan legalitas hukum kebijakan pemerintah terkait usaha mikro	Mengadakan sosialisasi terkait perijinan usaha mikro
	Meningkatkan kemitraan melalui lembaga layanan pengembangan usaha dan inkubator
	Memberikan izin usaha yang cepat, transparan, murah, dan pasti merupakan aspek kunci yang harus ada dalam setiap usaha pengembangan UMKM
	Mengajukan stimulus daya beli produk UMKM dan koperasi

Fokus	Rekomendasi Rencana Aksi
	<p>Bantuan pengembangan UMKM dalam bentuk pelayanan di bidang hukum, misalnya atas kepemilikan asset produktif.</p> <p>Menghimbau kepada pusat perbelanjaan untuk memprioritaskan penjualan barang local atau hasil produk usaha mikro yang terdapat di Kabupaten Probolinggo</p> <p>Pemerintah meningkatkan pemantauan pelaku usaha mikro sehingga mampu bersaing sehat dengan industri besar serta perdagangan bebas</p>

*Sumber : Hasil Penyusunan Rencana, 2020*

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, diketahui bahwa beberapa karakteristik jenis usaha mikro sebagai berikut;

### 1. Jenis usaha mikro

Karakteristik jenis usaha mikro di Kabupaten Probolinggo sangat beragam, yakni Aneka Industri, Bahan Dasar Sembako, Bengkel, Kerajinan, Makanan dan Minuman, Pertanian, dan Tekstil.

### 2. Sumber Produksi Usaha Mikro

Sumber produksi usaha mikro di Kabupaten Probolinggo memiliki jenis yang beragam, namun yang terbanyak adalah dana pribadi. Hal ini dikarenakan sebagian pelaku usaha merasa penggunaan bank terlalu rumit.

### 3. Karakteristik Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran usaha mikro mayoritas dilakukan secara manual sebanyak 73% dan hanya sebanyak 6,67% yang menggunakan media online. Hasil pemasarannya terbesar masih menjangkau pasar lokal sebanyak 72 %.

### 4. Karakteristik terkait kebijakan pemerintah

Sebanyak 80% pelaku usaha mikro di Kabupaten Probolinggo tidak mengetahui kebijakan pemerintah terkait usaha mikro. Namun, terdapat 18,10% pelaku usaha yang mengetahui kebijakan tersebut. Hal ini dapat dikarena kankurangnya pengetahuan pelaku usaha mikro terkait kebijakan pemerintah dalam pengembangan usaha mikro. Sehingga berpengaruh terhadap keikutsertaan pelatihan usaha mikro yang rendah. Sedangkan untuk pengetahuan terkait pengurusan perijinan juga masih rendah, sehingga hal ini

berpengaruh terhadap status pajak usaha mikro yang belum terdaftar masih cukup tinggi.

Beberapa Permasalahan terkait dengan Penyusunan Strategi Pemasaran Produk Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo adalah minimnya SDM, Kurangnya modal, keterbatasan bahan baku produksi, minimnya jaringan pemasaran dan kurangnya promosi.

Strategi pemasaran usaha mikro Kabupaten Probolinggo terletak pada kuadran I, artinya dalam kuadran ini menghadapi peluang pasar dan kekuatan internal yang sangat besar. Adapun strategi yang ditetapkan adalah Ruang A dengan *Rapid Growth Strategy*, yaitu strategi pertumbuhan analiran cepat untuk diperlihatkan pengembangan secara maksimal untuk target tertentu dan dalam waktu singkat.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Adawiyah, W. R. (2014). Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 2(2), 165.
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54.  
<http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130. [https://www.academia.edu/42672824/Dampak\\_Covid-19\\_Terhadap\\_UMKM\\_di\\_Indonesia](https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia)
- BPS Probolinggo, K. (2021). *Kabupaten Probolinggo Dalam Angka 2021*. CV. Azka Putra Pratama.
- Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo. (2018). *Rencana Strategis (RENSTRA) Tahun 2018-2023*.
- Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo. (2020). *Data UKM Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Probolinggo*.
- Haryanti, D. M., & Hidayah, I. (2018). *Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar / UKM Indonesia*. UKM Indonesia.  
<https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>

- Kristian, A. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0), 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2015). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 53(9), 1689–1699.
- Maryama, S. (2018). Permasalahan Manajemen Usaha Mikro Studi Kasus Pada Pabrik Kerupuk UD. Manunggal Karsa Di Kel. Lebak Bulus Kec. Cilandak Kodya Jakarta Selatan. *Liquidity*, 1(1), 81–90. <https://doi.org/10.32546/lq.v1i1.159>
- Narto, N., & HM, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>
- Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah. (2019). Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 02 Tahun 2019 Tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bagi Usaha Mikro Dan Kecil. *Jakarta*, 8(5), 55.
- Permatasari, I. A. (2020). Kebijakan Publik (Teori, Analisis, Implementasi Dan Evaluasi Kebijakan). *TheJournalish: Social and Government*, 1, 34–38. <http://thejournalish.com/ojs/index.php/thejournalish/article/view/7>
- Priharto, S. (2020). *Pengertian, Kriteria, Contoh, Cara Ekspansi dan Regulasi yang Menaunginya*. Accurate. [https://accurate.id/bisnis-ukm/umkm-adalah/#1\\_Usaha\\_Mikro](https://accurate.id/bisnis-ukm/umkm-adalah/#1_Usaha_Mikro)
- Saepul, H., & Baharuddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan* (A. Anas (ed.); 1st ed.). Deepublish.
- Safanah, E. (2018). Sumber Modal Pada Usaha Kecil Makanan Ringan Desa Kelangonan Gresik. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 64. <https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.417>
- Safitri, H., & Khasan Setiaji. (2018). Pengaruh Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara. *Economics Education*

*Analysis Journal*, 7(2), 792–800.

Undang-Undang Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jakarta*.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>