

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) KECAMATAN MEDAN DELI MELALUI ANALISIS SWOT

Mutia Arda, SE, M.Si¹

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara
mutiaarda16@gmail.com¹

Abstrak

Usaha kecil dan menengah merupakan sektor usaha yang memiliki jumlah terbesar dengan daya serap angkatan kerja yang signifikan. Kecamatan Medan Deli merupakan kecamatan yang memiliki penduduk terbanyak di Kota Medan. Apabila jumlah pelaku usaha kecil secara proporsional mengikuti jumlah penduduk maka diperkirakan jumlah pelaku usaha kecil terbanyak akan didapat di Kecamatan Medan Deli. Strategi yang tepat harus dimulai dari baiknya perumusan strateginya. Untuk dapat mencapai tujuan, diperlukan analisis SWOT sebagai dasar bagi para pelaku UKM ini mengembangkan strategi usahanya.

Kata kunci : Strategi, Usaha Kecil dan Menengah, Analisis SWOT.

I. PENDAHULUAN

Strategi dalam arti sederhana dapat disebut sebagai alat untuk mencapai tujuan. Pengertian ini terus berkembang seiring luasnya kajian dan permasalahan strategi sebagai sebuah kajian. Kajian strategi menjadi semakin penting ketika dikaitkan sebagai sebuah kajian akademis, yang semula masih menjadi kajian empirik bisnis menjadi sebuah kajian yang sistematis dan logis. Dalam menstrukturkan mindset strategi menjadi kajian akademis maka melahirkan terminologi baru yaitu manajemen strategi.

David (2009) mendefinisikan manajemen strategi berdasarkan prosesnya sehingga mendefinisikan sebagai seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah perusahaan mencapai tujuannya. Karena strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, maka terminologi manajemen strategi harus memiliki tiga karakter sekaligus, yaitu: menyatu (unified) yaitu menyatukan seluruh bagian dari unit/divisi, menyeluruh (comprehensive) yaitu mencakup seluruh aspek yang terkait dengan efektivitas strategi, dan integral (integrated) yaitu seluruh strategi akan cocok atau sesuai seluruh tingkatan (Wahyudi 1996).

Sebagai sebuah kajian, manajemen strategi telah berkembang cepat, dan secara umum disepakati bahwa untuk memahamai manajemen strategi lebih mudah jika didekati dalam sebuah proses. Menurut David (2009) manajemen strategi terdiri dari tiga tahap yaitu perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Perumusan strategi terdiri dari serangkaian kegiatan yang terdiri dari merumuskan visi, misi, menetapkan tujuan jangka panjang, mengenali peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal serta memilih strategi tertentu untuk dilaksanakan. Implementasi strategi sering disebut tahap tindakan manajemen strategi dengan mentransformasi strategi yang telah dirumuskan menjadi suatu tindakan. Evaluasi strategi adalah tahap akhir dari manajemen strategi dengan tiga aktivitas dasar

yaitu meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi, mengukur prestasi dan mengambil tindakan korektif.

Strategi (perusahaan agar berhasil di pasar) yang tepat harus dimulai dari baiknya perumusan strateginya. Tahap ini menurut Wahyudi (1996) adalah merupakan tahap yang paling menantang dan menarik dalam proses manajemen strategi. Inti pokok dari tahapan ini adalah menghubungkan suatu perusahaan dengan lingkungannya dan menciptakan strategi-strategi yang cocok untuk dilaksanakan. Proses perumusan strategi terdiri dari empat elemen, yaitu : identifikasi masalah-masalah strategik yang dihadapi meliputi lingkungan eksternal dan internal, pengembangan alternatif-alternatif strategi yang ada dengan mempertimbangkan strategi yang lain, evaluasi tiap alternatif strategi, dan penentuan strategi terbaik dari berbagai alternatif yang tersedia.

Usaha kecil menengah merupakan sektor usaha yang memiliki jumlah terbesar dengan daya serap angkatan kerja yang signifikan. Oleh karena kesenjangan pendapatan yang cukup besar masih terjadi antara pengusaha besar dengan usaha kecil dan menengah (UKM), pengembangan daya saing Usaha Kecil, secara langsung merupakan upaya dalam rangka peningkatan kesejahteraan rakyat banyak, sekaligus mempersempit kesenjangan ekonomi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Medan, jumlah pengusaha besar hanya 0,2% sedangkan pengusaha kecil dan menengah mencapai 99,8%. Ini berarti jumlah usaha kecil dan menengah mencapai hampir 500 kali lipat dari jumlah usaha besar. Persoalannya kontribusi usaha kecil terhadap PDRB, hanya 39,8%, sedangkan usaha besar mencapai 60,2%. Terhadap pertumbuhan ekonomi, usaha kecil dan menengah hanya memberikan kontribusi sebesar 16,4% sedangkan usaha besar 83,6%. Berdasarkan penguasaan pangsa pasar, usaha kecil dan menengah hanya menguasai pangsa pasar sebesar 20% (80% oleh usaha besar). Hal tersebut menunjukkan dua hal sekaligus, yaitu super kuatnya sektor usaha besar dan teramat lemahnya sektor usaha kecil. Harapannya adalah dengan meningkatnya produksi usaha kecil dan menengah dengan laju pertumbuhan lebih tinggi dari laju pertumbuhan produktivitas daerah, atau sebesar 6-8% per tahun, maka akan ada daya serap tenaga kerja tetap yang sebesar pada usaha kecil, menengah dan koperasi, bersamaan dengan bertambahnya tenaga kerja, sebesar 5-10% per tahun.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan alat analisis matriks SWOT untuk mengembangkan strategi usaha kecil dan menengah (UKM) di Kecamatan Medan Deli. Hal ini dimungkinkan karena Matriks SWOT menurut Harisudin (2009) memiliki kelebihan dalam hal yaitu : dapat secara mudah digunakan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, dapat secara mudah mengurangi kelemahan dan ancaman, menghasilkan banyak alternatif strategi yang layak dan sesuai dengan kondisi internal perusahaan, data yang digunakan fleksibel (bisa kuantitatif ataupun kualitatif). Namun demikian SWOT juga memiliki kelemahan yang yaitu : tidak adanya urutan skala prioritas dalam implementasinya, dan keberhasilan di lapangan sangat tergantung dari "insting bisnis" pelaksana, sehingga lebih bersifat kualitatif. Kelemahan ini sangat identik dengan permasalahan yang dihadapi para pengusaha baru yang belum memiliki banyak pengalaman sehingga masih lemah "insting bisnisnya" serta pengusaha kecil menengah.

II. LANDASAN TEORI

Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.”

Kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut: 1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha 2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Milyar Rupiah) 3. Milik Warga Negara Indonesia 4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar 5. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Menurut Tambunan (2002) karakteristik UKM yang memiliki keunggulan kompetitif adalah sebagai berikut: (a) memiliki kualitas SDM yang baik, (b) pemanfaatan teknologi yang optimal, (c) mampu melakukan efisiensi dan meningkatkan produktivitas, (d) mampu meningkatkan kualitas produk, (e) memiliki akses promosi yang luas, (f) memiliki sistem manajemen kualitas yang terstruktur, (g) sumber daya modal yang memadai, (h) memiliki jaringan bisnis yang luas, dan (i) memiliki jiwa kewirausahaan. Menurut Chris Manning, dkk (2010) sektor UKM adalah bagian dari sistem ekonomi kota dan desa yang belum mendapatkan bantuan ekonomi dari pemerintah atau belum mampu menggunakan bantuan yang telah disediakan atau telah menerima bantuan tetapi belum sanggup dikembangkan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu sebuah bentuk analisa situasi dan juga kondisi yang bersifat deskriptif (memberi suatu gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan juga kondisi sebagai sebagai faktor masukan, lalu kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. SWOT adalah singkatan dari: S = *Strength* (kekuatan), W = *Weaknesses* (kelemahan), O = *Opportunities* (Peluang), T = *Threats* (hambatan). Penjelasan mengenai 4 (empat) komponen analisis SWOT, yaitu :

1. *Strength* (S) yaitu analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu dilakukan di dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan di bandingkan dengan para pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan juga kualitas yang lebih maju.
2. *Weaknesses* (W) yaitu analisa kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.
3. *Opportunity* (O) yaitu analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang

berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan depan atau masa yang akan datang.

4. *Threats* (T) yaitu analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera di atasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang.

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari 4 empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisa biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini. Dari pembahasan diatas tadi, analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis ini berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian berdasarkan teknik pengumpulan datanya maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan metode *survey* yaitu kegiatan mengumpulkan data mengenai fakta-fakta yang merupakan pendukung terhadap penelitian dengan maksud untuk mengetahui status, gejala, menentukan kesamaan status dengan cara membandingkan dengan standar yang sudah dipilih dan atau ditentukan (Arikunto, 2010:222).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2017 sampai dengan bulan November 2017. Penelitian ini dilakukan di Kantor Camat Medan Deli yang beralamat jalan rumah potong hewan no. 21.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan di Medan Deli karena Kecamatan ini merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk terbanyak di Kota Medan (173.951 jiwa, BPS tahun 2016) dan apabila jumlah pelaku Usaha Kecil secara proporsional mengikuti jumlah penduduk maka diperkirakan jumlah pelaku Usaha Kecil terbanyak akan didapat di Kecamatan Medan Deli. Diperkirakan saat ini di Kota Medan ada sekitar 200 ribu pelaku Usaha Kecil. Salah satu alasan kuat lainnya adalah ada informasi awal bahwa Program PNPM Mandiri/PPMBK (Program Peningkatan Penghidupan Masyarakat berbasis Komunitas) dalam hal perkuatan kepada pelaku Usaha Kecil tidak berjalan di Kecamatan Medan Deli, sehingga identifikasi permasalahan di kecamatan ini akan menjadi potret secara keseluruhan untuk kecamatan lain di Kota Medan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota sampling* sebanyak 50 pengusaha kecil dan menengah yang diundang dalam FGD (*Focus Discussion Group*) di Kantor Camat Medan Deli.

IV. PEMBAHASAN

Setelah melakukan *focus group discussion* dengan pelaku UKM, maka dapatlah dipetakan matriks SWOT sebagai berikut:

	<p style="text-align: center;">Kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harga produk yang bersaing • Promosi dari mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>) • Beberapa memiliki modal sendiri • Pemasarannya terbatas (masih di sekitar lokasi usaha, berdasar pesanan, beberapa keluar daerah) 	<p style="text-align: center;">Kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skill tenaga kerja rendah • Beberapa mendapat pinjaman dari orang lain (rentenir) • Masih menggunakan teknologi sederhana • Beberapa tidak pernah mendapat bantuan • Kualitas barang masih rendah • Produksi masih rendah
<p style="text-align: center;">Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah konsumen yang semakin banyak (peluang pasar yang masih terbuka lebar) • Mengikuti bazar atau pameran • Beberapa mendapat pinjaman lunak dari bank • Pernah mengikuti pelatihan ketrampilan • Bantuan dana dari pemerintah (seperti UP2K di PKK) • Beberapa mendapat bantuan peralatan dari pemerintah 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <p style="text-align: center;">Mengembangkan pemasaran berbasis internet untuk memperluas pangsa pasar.</p>	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <p style="text-align: center;">Mengembangkan teknologi produksi untuk menghasilkan kuantitas yang lebih besar</p>
<p style="text-align: center;">Ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harga bahan baku yang relatif mahal • Kekurangan modal usaha 	<p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <p style="text-align: center;">Memberikan akses yang lebih mudah bagi hal yang mendukung pemasaran yang lebih luas, disertai pendampingan</p>	<p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <p style="text-align: center;">Memberikan pelatihan agar produk dapat diterima pada pemasaran yang lebih luas. Mendirikan wadah bagi pelaku ukm sehingga memiliki kesamaan standar untuk dapat bersaing di tingkat yang lebih luas</p>

Gambar 1 Matriks SWOT bagi pelaku UKM

Lebih lanjut, dapatlah diuraikan beberapa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki pelaku ukm. Hal tersebut diuraikan sebagai berikut:

Kekuatan dari sisi UKM :

1. **Fleksibilitas Operasional**, Usaha kecil menengah biasanya dikelola oleh tim kecil yang masing-masing anggotanya memiliki wewenang untuk menentukan keputusan. Hal ini membuat UKM lebih fleksibel dalam operasional kesehariannya. Kecepatan reaksi bisnis ini terhadap segala perubahan (misalnya: pergeseran selera konsumen, trend produk, dll.) cukup tinggi, sehingga bisnis skala kecil ini lebih kompetitif.
2. **Kecepatan Inovasi**, Dengan tidak adanya hirarki pengorganisasian dan kontrol dalam UKM, produk-produk dan ide-ide baru dapat dirancang, digarap, dan diluncurkan dengan segera.
3. **Struktur Biaya Rendah**, Kebanyakan usaha kecil menengah tidak punya ruang kerja khusus di kompleks-kompleks perkantoran. Sebagian dijalankan di rumah dengan anggota keluarga sendiri sebagai pekerjanya. Hal ini mengurangi biaya ekstra (*overhead*) dalam operasinya. Lebih jauh lagi, usaha menengah kecil juga menerima sokongan dari pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan bank dalam bentuk kemudahan pajak, donasi, maupun hibah. Faktor ini berpengaruh besar bagi pembiayaan dalam pembentukan dan operasional mereka.
4. **Kemampuan Fokus di Sektor yang Spesifik**, UKM tidak wajib untuk memperoleh kuantitas penjualan dalam jumlah besar untuk mencapai titik balik (*break even point* – BEP) modal mereka. Faktor ini memungkinkan usaha kecil menengah untuk fokus di sektor produk atau pasar yang spesifik. Contohnya: bisnis kerajinan rumahan bisa fokus menggarap satu jenis dan model kerajinan

Kelemahan dari sisi UKM :

1. **Kurangnya Permodalan dan Terbatasnya Akses Pembiayaan**. Kurangnya permodalan UKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup. Persyaratan yang menjadi hambatan terbesar bagi UKM adalah adanya ketentuan mengenai agunan karena tidak semua UKM memiliki harta yang memadai dan cukup untuk dijadikan agunan.
2. **Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)**
Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan kualitas SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan kualitas SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.
3. **Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar**
Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, ditambah lagi produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif.
4. **Mentalitas Pengusaha UKM**
Hal penting yang seringkali pula terlupakan dalam setiap pembahasan mengenai UKM, yaitu semangat entrepreneurship para pengusaha UKM itu sendiri. Semangat yang dimaksud disini, antara lain kesediaan terus berinovasi, ulet tanpa menyerah, mau berkorban serta semangat ingin mengambil risiko.

5. Masalah bahan baku, hal ini dikarenakan jumlah ketersediaan bahan baku yang terbatas serta harga bahan baku yang tinggi. UKM belum memiliki kemampuan untuk mencari alternatif/ bahan baku substitusi, karena biaya untuk melakukan percobaan penggantian bahan baku tentunya cukup tinggi.
6. Keterbatasan teknologi, keterbatasan teknologi khususnya usaha-usaha rumah tangga (mikro), disebabkan oleh banyak faktor di antaranya, keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru atau untuk menyempurnakan proses produksi, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi atau mesin-mesin dan alat-alat produksi baru, dan keterbatasan SDM yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru atau melakukan inovasi-inovasi dalam produk maupun proses produksi.
7. Kesulitan pemasaran, strategi promosi yang kurang meyakinkan konsumen dan pemilihan lokasi yang tidak mewakili persepsi konsumen.
8. Ketidacukupan kualitas produk untuk bersaing. Belum adanya standarisasi kualitas menyebabkan ukm hanya memproduksi sesuai kemampuan dan tidak disesuaikan dengan standar kualitas bersaing.

Peluang dari sisi UKM:

1. Pembuatan produk atau jasa yang diminati konsumen.
2. Pembuatan produk atau jasa yang dapat memenangkan persaingan.
3. Pembuatan dan mendayagunakan sumber-sumber produksi.
4. Desain produk yang sesuai dengan kebutuhan pembeli atau pelanggan.
5. Bantuan dari pemerintah maupun pihak luar baik itu berupa pinjaman modal usaha, peralatan, pelatihan dsbnya.
6. Sumber daya yang cukup.
7. Keterampilan /skill yang baik
8. Adanya dana CSR dari pihak swasta yang dapat dimanfaatkan oleh ukm

Hambatan dari sisi UKM :

1. Sulitnya mendapatkan perijinan untuk menjalankan usaha mereka. Keluhan yang seringkali terdengar mengenai banyaknya prosedur yang harus diikuti dengan biaya yang tidak murah, ditambah lagi dengan jangka waktu yang lama.
2. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha. Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang. Selain itu, tak jarang UKM kesulitan dalam memperoleh tempat untuk menjalankan usahanya yang disebabkan karena mahalnya harga sewa atau tempat yang ada kurang strategis.
3. Pungutan Liar, Praktek pungutan tidak resmi atau lebih dikenal dengan pungutan liar menjadi salah satu kendala juga bagi UKM karena menambah pengeluaran yang tidak sedikit. Hal ini tidak hanya terjadi sekali namun dapat berulang kali secara periodik, misalnya setiap minggu atau setiap bulan.
4. Implikasi Otonomi Daerah, Dengan berlakunya Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang kemudian diubah dengan UU No. 32 Tahun 2004, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan mempunyai implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada UKM. Jika kondisi ini tidak segera dibenahi maka akan menurunkan daya saing UKM.
5. Implikasi Perdagangan Bebas, sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku Tahun 2003 dan APEC Tahun 2020 berimplikasi luas terhadap usaha kecil dan menengah untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak

mau UKM dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan frekuensi pasar global dengan standar kualitas seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000).

6. Sifat Produk dengan Ketahanan Pendek, Sebagian besar produk industri kecil memiliki ciri atau karakteristik sebagai produk-produk dan kerajinan-kerajinan dengan ketahanan yang pendek. Dengan kata lain, produk-produk yang dihasilkan UKM Indonesia mudah rusak dan tidak tahan lama.
7. Terbatasnya Akses Pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional.

V. KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang diambil dari analisis SWOT diatas, antara lain : sudah banyak kemudahan yang diberikan bagi pelaku ukm meskipun belum menampakkan hasil yang signifikan, manajemen usaha ukm masih lemah, banyak peluang yang dimiliki ukm namun belum dapat dimanfaatkan dengan baik, dan tidak adanya monitoring dan evaluasi atas program yang melibatkan ukm sehingga keberhasilan maupun kegagalan program tidak nampak secara signifikan.

Adapun saran yang dapat dijadikan masukan dalam untuk pengembangan UKM di Kecamatan Medan Deli adalah : adanya kerjasama antara pihak pemerintah (kota, dinas), swasta, perbankan maupun perguruan tinggi untuk bersama-sama membina ukm, adanya sistem monitoring dan evaluasi untuk memantau keberhasilan dan kegagalan program, dan memberikan lebih banyak kemudahan dan menghilangkan praktek pungli dan memberikan sanksi bagi praktek pungli.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Rineka Cipta, Jakarta.
- David, F.R. 2009. *Strategic Management, Manajemen Strategis Konsep*. Salemba, Jakarta.
- Harisudin, M, 2009. *Hand Out Matakuliah Manajemen Strategi (tidak dipublikasikan)*. Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- (PNPM) MANDIRI, 2007, Pedoman Umum Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat.
- Wahyudi, A.S, 1996. *Manajemen Strategik : Pengantar Proses Berfikir Strategik*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Tambunan, T., 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, Salemba, Jakarta.
- Chris Manning, Tadjuddin Noer Effendi, Penyunting. 2010. *Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota, Pada Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif*. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.

Biodata Penulis

Mutia Arda, SE, M.Si, memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE), Jurusan Manajemen Universitas Sumatera Utara, lulus tahun 2013. Memperoleh gelar Magister Science (Msi) Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Manajemen Universitas Sumatera Utara, lulus tahun 2016. Saat ini menjadi Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.