
Strategi Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Keberhasilan di Desa Klayan

Susanti¹, Gama Pratama²
Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email : susantiii12723@gmail.com ¹, gamapratama0@gmail.com ²

Received: 2025-01-02; Accepted: 2025-01-10; Published: 2024-02-01

Abstract

Klayan Village is a village that has great economic potential, but still has challenges in increasing the success of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). This research aims to develop strategies to increase the success of MSMEs in Klayan Village. The research method used is a qualitative method with data collection techniques through interviews and observation. The research results show that an effective strategy to increase the success of MSMEs in Klayan Village is to improve management capabilities, develop innovative products, and increase access to markets. Apart from that, there needs to be support from the government and community to increase the success of MSMEs in Klayan Village, because there are still some people in Klayan village who do not understand about access to the MSME market itself. Moreover, in the era of digitalization, all work is very easy to access, many business actors are using technology to open online shop businesses on various platforms. By holding this activity, at least Klayan village can understand and implement development strategies to increase the success of the MSMEs they are running.

Keywords: *Strategy, UMKM, Klayan Village*

Copyright © 2024 Finotec: Journal of Islamic Finance and Economics

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi pada pendapatan negara, tetapi juga berperan sebagai penggerak ekonomi lokal dan penyerap tenaga kerja (Idayu, Riyanthi, Mohamad Husni, dan Suhandi 2021). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa dipandang memiliki prospek masa depan yang baik. Manfaat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bagi perekonomian nasional antara lain: membuka lapangan pekerjaan, menjadi penyumbang terbesar nilai produk domestik bruto, salah satu solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah.

Sedangkan manfaat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa bagi perekonomian daerah adalah meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat khususnya perempuan, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka pengangguran di desa, pemererat rasa kebersamaan, mengembangkan potensi masyarakat, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, serta menumbuhkan rasa ingin maju dan sebagainya.

Desa Klayan merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi yang besar, namun masih memiliki tantangan dalam meningkatkan keberhasilan UMKM. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten, jumlah UMKM di Desa Klayan mencapai 500 unit, namun hanya 20% di antaranya yang berhasil dan berkembang. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengembangan strategi untuk meningkatkan keberhasilan UMKM di Desa Klayan. Strategi ini diharapkan dapat membantu UMKM di Desa Klayan untuk meningkatkan kemampuan manajemen, mengembangkan produk yang inovatif, dan meningkatkan akses ke pasar.

Untuk meningkatkan keberhasilan UMKM di Desa Klayan, strategi pengembangan yang komprehensif dan sesuai dengan potensi lokal sangat diperlukan. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil:

1. Peningkatan Kualitas Produk Lokal: Dengan meningkatkan kualitas produk-produk lokal, UMKM dapat menambah nilai jual dan bersaing dengan produk-produk asing yang membanjiri pasar.
2. Pemberdayaan Melalui BUMDes: Pembentukan atau penguatan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dapat memacu pertumbuhan UMKM dengan meningkatkan potensi dan partisipasi aktif masyarakat, sehingga UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
3. Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial : Kreativitas dalam memanfaatkan platform media sosial secara gratis, strategi pengembangan konten yang menarik, serta kolaborasi dalam memperluas jaringan pelanggan dapat membantu UMKM dalam mengatasi tantangan pemasaran tanpa harus mengeluarkan biaya besar.
4. Pengembangan Produk Inovatif : Melakukan modifikasi atau inovasi produk yang ada sebelumnya menjadi produk baru dengan tujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen, sehingga total pendapatan UMKM dapat meningkat.
5. Peningkatan Motivasi dan Strategi Bisnis : Penggiat UMKM harus memiliki motivasi yang kuat dan strategi yang tepat dalam mengembangkan usahanya untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan bisnis mereka.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, UMKM di Desa Klayan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Keberhasilan UMKM tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi untuk meningkatkan keberhasilan UMKM di Desa Klayan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan UMKM di Desa Klayan dan dapat digunakan sebagai acuan bagi pemerintah dan stakeholder lainnya dalam mengembangkan program pengembangan UMKM.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif dipilih karena dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam dan rinci tentang kebutuhan serta tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Klayan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara Wawancara mendalam dengan pengusaha UMKM, pemerintah desa, dan stakeholder lainnya, Observasi langsung terhadap kegiatan UMKM di Desa Klayan, Analisis dokumen, seperti laporan keuangan, profil usaha, dan dokumen lainnya yang terkait dengan UMKM di Desa Klayan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Desa Klayan

Desa klayan merupakan desa yang terletak di perbatasan perkotaan beralamat di Jawa Barat, Cirebon, kecamatan Gunung jati. Desa klayan dikenal sebagai kota tanggung, dikarenakan masyarakat yang tinggal di wilayah tersebut sudah mengikuti gaya trend kekinian, maka tidak heran sebagian dari masyarakat yang tinggal di area desa klayan banyak yang mendirikan usaha kecil-kecilan, dimulai dari fashion, makanan maupun jenis usaha lainnya.

Untuk meningkatkan keberhasilan UMKM di Desa Klayan, sebaiknya pemerintah mengadakan seminar, sosialisasi atau pembekalan berkaitan dengan UMKM, dengan adanya kegiatan tersebut masyarakat dapat memahami bagaimana cara memperluas jaringan UMKM seperti contoh akses pasar yang sangat luas, Di Zaman sekarang banyak masyarakat yang memanfaatkan teknologi sebagai peluang usaha, dengan diadakannya pembekalan UMKM masyarakat dapat lebih berusaha hanya di rumah saja.

B. Pengembangan Strategi untuk meningkatkan keberhasilan UMKM

Pengembangan Strategi merupakan proses merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi tindakan untuk mencapai tujuan jangka Panjang (Sholikhah, V. 2021). Strategi pengembangan dapat dilakukan untuk perusahaan, organisasi, dan usaha. Tujuan pengembangan strategi merupakan memanfaatkan sumber daya dan meningkatkan perusahaan, mencapai kesuksesan komersial, mempertahankan bisnis, mendongkrak penjualan (Kirana, AY, Saifudin, M., Mukhlisin, MM, Fatmawati, N., & Ansori, MI 2023). Langkah – Langkah pengembangan strategi:

- a. Analisis lingkungan bisnis
- b. Identifikasi peluang dan ancaman
- c. Memilih dan menerapkan strategi yang tepat
- d. Mengevaluasi strategi secara berkala

Strategi pengembangan UMKM harus memenuhi empat kualitas utama agar efektif dan berkelanjutan: Consistency, Consonance, Advantage, dan Feasibility (Ramadhani, B.

2023). Berikut adalah penjelasan masing-masing penerapannya dalam konteks UMKM, khususnya di Desa Klayan:

1. Konsistensi (Konsistensi)

Strategi yang diterapkan harus konsisten dengan visi, misi, dan tujuan jangka panjang UMKM. Konsistensi juga penting dalam menjaga kualitas produk, branding, serta layanan pelanggan

Penerapan:

- a. Menetapkan standar operasional (SOP) untuk memastikan produk selalu memiliki kualitas yang sama.
- b. Menjaga identitas merek, baik dalam desain kemasan, promosi, maupun komunikasi dengan pelanggan.
- c. Jangkauan strategi pemasaran secara terus-menerus, bukan hanya pada saat tren atau momen tertentu.

Contoh:

UMKM kerajinan tangan di Desa Klayan mempertahankan teknik produksi tradisional yang khas sambil tetap mengikuti tren desain modern untuk menarik lebih banyak pelanggan.

2. Konsonan (Kesesuaian)

Strategi harus sesuai dengan lingkungan bisnis, baik dari segi tren pasar, kondisi ekonomi, hingga potensi lokal yang ada.

Penerapan:

- a. Menyebarkan produk yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi pasar.
- b. Menyesuaikan strategi bisnis dengan kebijakan pemerintah dan regulasi industri.
- c. Mengoptimalkan sumber daya lokal agar bisnis lebih berkelanjutan.

Contoh:

UMKM di Desa Klayan yang berbasis makanan tradisional memanfaatkan bahan baku lokal untuk menciptakan produk olahan ubi yang sehat, sesuai dengan tren makanan sehat yang sedang berkembang.

3. Keunggulan (Keunggulan Kompetitif)

Strategi harus memberikan keunggulan kompetitif, baik dalam hal harga, kualitas, inovasi, maupun pelayanan.

Penerapan:

- a. Menyediakan produk unik yang sulit dikalahkan oleh pesaing.
- b. Memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan pemasaran.
- c. Memberikan pelayanan kepada pelanggan yang unggul agar pelanggan loyal.

Contoh:

UMKM fashion muslim di Desa Klayan mengembangkan hijab berbahan kain anti bakteri dan breathable, yang tidak hanya menarik tetapi juga memberikan manfaat lebih bagi pelanggan.

4. Kelayakan

Strategi yang diterapkan harus realistis dan dapat dijalankan dengan sumber daya yang tersedia, baik dari bidang keuangan, tenaga kerja, maupun teknologi.

Penerapan:

1. Menyusun strategi berdasarkan kapasitas produksi dan kemampuan SDM yang ada.
2. Memilih strategi pemasaran yang sesuai dengan anggaran UMKM.
3. Memulai skala usaha secara bertahap sesuai dengan permintaan pasar.

Contoh:

Alih-alih langsung ekspansi besar-besaran, UMKM oleh – oleh khas Cirebon di Desa Klayan mulai memperkenalkan produknya secara online terlebih dahulu sebelum membuka toko fisik di kota besar.

Strategi pengembangan bisnis melibatkan departemen lain, seperti sumber daya manusia, untuk membuat operasional bisnis yang lebih efisien, Strategi pengembangan usaha merupakan bagian dari strategi bisnis dan tidak dapat dipisahkan dari model bisnis (Ulhad, DD, & Nurhasanah, N. 2023).

Strategi pengembangan untuk mencapai keberhasilan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sangat penting agar bisnis dapat tumbuh dan berdaya saing. Berikut adalah beberapa strategi utama yang dapat diterapkan:-

1. Strategi Pemasaran

- a) Pemasaran Digital : Gunakan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) dan e-commerce (Shopee, Tokopedia) untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.
- b) Branding yang Kuat : Menciptakan identitas merek yang unik, termasuk logo, tagline, dan desain kemasan yang menarik.
- c) Promosi dan Diskon : Tawarkan diskon, cashback, atau produk bundling untuk menarik pelanggan baru.
- d) Kolaborasi dan Influencer Marketing : Gandeng influencer atau UMKM lain untuk meningkatkan eksposur produk.

Strategi pemasaran sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan membangun loyalitas pelanggan (Latief, N., Nandey, SL, & Tampenawas, JL 2021). Berikut adalah penjelasan dari beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan:

1. Pemasaran Digital (Pemasaran Digital)

Pemasaran digital membantu UMKM menjangkau pelanggan lebih luas dengan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan pemasaran konvensional.

A. Media Sosial Pemasaran

- a) Gunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk.
 - b) Buat konten menarik seperti foto produk berkualitas tinggi, video tutorial, atau testimoni pelanggan.
 - c) Gunakan fitur iklan berbayar (Facebook Ads, Instagram Ads, TikTok Ads) untuk meningkatkan jangkauan.
- B. Marketplace dan E-Commerce
 - a) Jual produk di platform seperti shopee, tokopedia, bukalapak, dan lazada.
 - b) Optimalkan deskripsi produk dengan kata kunci relevan agar mudah ditemukan pelanggan.
 - c) Berikan promo gratis ongkir atau diskon untuk menarik pembeli baru.
- C. SEO dan Website
 - a) Jika memiliki website, optimalkan dengan teknik SEO agar muncul di hasil pencarian Google.
 - b) Gunakan blog atau artikel untuk membagikan informasi seputar produk dan menarik calon pelanggan.
- D. Pemasaran Email & WhatsApp

kumpulkan data pelanggan dan kirimkan promosi melalui email atau WhatsApp untuk meningkatkan keterlibatan. Gunakan pesan yang personal dan menarik agar pelanggan merasa dihargai.
- 2. Branding yang Kuat

Branding yang kuat membantu membangun citra positif dan membuat produk lebih mudah diingat oleh pelanggan.

 - A. Identitas Merek
 - a) Gunakan logo, warna, dan desain kemasan yang konsisten.
 - b) Ciptakan tagline yang unik dan mewakili nilai bisnis.
 - B. Bercerita & Nilai Produk
 - a) Ceritakan kisah di balik produk, seperti inspirasi, proses produksi, atau manfaat bagi pelanggan.
 - b) Jika produk memiliki keinginan atau berbasis syariah, komunikasikan dengan jelas.
- 3. Promosi dan Diskon

menyediakan berbagai promo dapat meningkatkan minat pelanggan untuk membeli.

 - A. Flash Sale & Diskon Spesial
 - a) Adakan flash sale pada momen tertentu (Harbolnas, 11.11, atau bulan Ramadhan).
 - b) Berikan diskon untuk pembelian dalam jumlah banyak.
 - B. Cashback & Gratis Ongkir
 - a) Berikan cashback untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
 - b) Gunakan promo gratis ongkir agar pelanggan lebih tertarik membeli.
 - C. Program Rujukan & Keanggotaan

- a) Tawarkan insentif bagi pelanggan yang berhasil mengajak orang lain membeli produk.
 - b) Ciptakan sistem keanggotaan dengan keuntungan seperti diskon khusus atau hadiah loyalitas.
- 4. Kolaborasi & Pemasaran Influencer

Bekerja sama dengan pihak lain dapat membantu meningkatkan kredibilitas dan memperluas pasar.

 - A. Influencer & KOL (Key Opinion Leader)
 - a) Kerja sama dengan influencer yang memiliki audiens sesuai target pasar.
 - b) Pastikan influencer benar-benar memahami dan menyukai produk agar promosi terasa alami.
 - B. Kolaborasi dengan Brand Lain

Buat kolaborasi produk dengan UMKM lain untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Contoh: Kolaborasi antara brand pakaian muslim dengan brand hijab.
 - C. Dukungan & Pemasaran Afiliasi

Gunakan sistem pemasaran afiliasi, di mana pelanggan bisa mendapatkan komisi jika berhasil merekomendasikan produk.
- 5. Pemasaran Acara & Komunitas

Membangun komunitas dan mengikuti acara dapat meningkatkan kesadaran merek serta kepercayaan pelanggan.

 - a. mengikuti Bazaar atau Pameran

Ikuti acara UMKM, pameran produk halal, atau bazar online untuk meningkatkan visibilitas produk.
 - b. Webinar & Lokakarya

Adakan acara edukasi yang berkaitan dengan produk, misalnya seminar kecantikan untuk produk skincare.
 - c. Membangun Komunitas

Buat grup komunitas di Facebook atau Telegram untuk pelanggan setia agar mereka lebih terlibat.

Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, UMKM dapat lebih dikenal, umenarik lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan penjualan secara signifikan (PM, SM & Burhan, U. 2023). Strategi manakah yang paling cocok untuk diterapkan.

- 2. Strategi Inovasi Produk dan Layanan
 - a) Diferensiasi Produk : Menawarkan keunikan produk, seperti bahan berkualitas tinggi atau fitur tambahan.
 - b) Diversifikasi : Tambahkan varian produk agar pelanggan memiliki lebih banyak pilihan.
 - c) Layanan Pelanggan yang Baik : Respon cepat terhadap pertanyaan dan keluhan pelanggan.
- 3. Strategi Keuangan

- a) Pengelolaan Keuangan yang Efektif : Pisahkan keuangan pribadi dan bisnis, serta pembuatan pencatatan keuangan yang rapi.
 - b) Akses Pendanaan : Manfaatkan program pembiayaan seperti KUR, modal ventura, atau crowdfunding.
 - c) Efisiensi Biaya Operasional : Mengurangi biaya yang tidak perlu dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya.
4. Strategi digitalisasi dan teknologi
- a) Adopsi Teknologi : Gunakan aplikasi kasir digital, e-commerce, dan sistem manajemen stok.
 - b) Optimasi SEO dan Website : Jika memiliki website, optimalkan SEO agar mudah ditemukan di Google.
 - c) Otomatisasi Proses Bisnis : Gunakan software akuntansi atau chatbot untuk meningkatkan efisiensi.
5. Strategi pengelolaan SDM
- a) Pelatihan dan Pengembangan Karyawan : Memberikan pelatihan terkait pemasaran digital, manajemen, atau produksi.
 - b) Motivasi dan Insentif : Memberikan bonus atau insentif untuk meningkatkan produktivitas.
 - c) Budaya Kerja Positif : Menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan mendukung inovasi.
6. Strategi ekspansi dan jaringan
- a) Ekspansi Pasar : Jangkau pasar baru, baik dalam negeri maupun ekspor.
 - b) Kemitraan dan Networking : Bergabung dengan komunitas UMKM, koperasi, atau asosiasi bisnis.
 - c) Franchise atau Reseller : Jika memungkinkan, dibuatlah sistem franchise atau reseller untuk memperluas jaringan distribusi.
7. Strategi kepatuhan dan legalitas
- a) Legalitas Usaha : Urus izin usaha seperti NIB, SIUP, dan sertifikasi halal jika diperlukan.
 - b) Standarisasi Produk : Pastikan produk memenuhi standar SNI atau BPOM jika relevan.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mencapai keinginan usaha dalam jangka panjang (Mariam, S., & Ramli, AH 2023). Apakah ada strategi tertentu yang ingin kamu bahas lebih dalam.

KESIMPULAN

Dengan adanya penelitian tentang UMKM yang ada di daerah perdesaan khususnya masyarakat desa klayan dapat meningkatkan pengetahuan para UMKM mengenai perkembangan apa saja yang harus dilakukan agar usaha yang mereka jalankan tetap mendapat keuntungan. Dengan adanya pengembangan strategi yang efektif dan terarah dapat meningkatkan keberhasilan UMKM di Desa Klayan, Peningkatan kualitas produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan penjualan, Penggunaan teknologi

- 60 - <https://onlinejournal.penacceleration.com/index.php>

dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas operasional UMKM, Pengembangan Sumber Daya Manusia dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan pengusaha UMKM, Peningkatan akses pasar dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keberhasilan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Idayu, Riyanthi, Mohamad Husni, dan Suhandi. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten." *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 7, no. 1 (2021): 73-85.
- Sholikhah, V. (2021). Manajemen strategi ekonomi agribisnis dalam konteks ilmu ekonomi mikro. *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2 (2), 113-129
- Kirana, AY, Saifudin, M., Mukhlisin, MM, Fatmawati, N., & Ansori, MI (2023). Transformasi digital terhadap sumber daya manusia sebagai uapaya meningkatkan kapabilitas perusahaan. *Bisnis Digital: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 19-36
- Ulhad, DD, & Nurhasanah, N. (2023). Analisis strategi pengembangan usaha Tacoheroick. id dengan metode value proposition canvas dan bisnis model canvas. *Jurnal Metris*, 23 (2), 116-123.
- Latief, N., Nandey, SL, & Tampenawas, JL (2021). Strategi SWOT dalam meningkatkan penjualan pada UMKM rumah makan padang raya santiago sario manado. *Jurnal Emba.: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9 (2).
- PM, SM & Burhan, U. (2023, Mei). penerapan strategi digital marketing pada umkm makanan dan minuman khas resik. *dalam seminar nasional pariwisata dan kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 485-497).
- Mariam, S., & Rarmli, AH (2023). Pelatihan dan pendampingan membangun praktik pemasaran digital unggul untuk meningkatkan pemasaran UMKM di Kota Jakarta Barat. *Jurnal Kerjasama Pengabdian Masyarakat Indonesia (lcjcs)*; 3(4), 379-390.
- Ramadhani, B. (2023). Analisis Strategi Pengembangan UMKM 148 Coffee Shop Makassar."PhD dis., Universitas Hasanuddin. 2023.