

MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSME) DEVELOPMENT STRATEGY IN LAM DURO VILLAGE

Vivi Silvia¹, Muhammad Jamil², Muhammad Hafidhillah³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala
Jl. Teuku Nyak Arief, Kopelma Darussalam, Banda Aceh, Aceh
e-mail: *vivisilvia@unsyiah.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan atau kelompok yang mana di dalamnya bertujuan untuk meningkatkan dan menjual hasil produksi tersebut, seperti halnya di dalam suatu desa yang mana UMKM ini sangat membantu kekuatan ekonomi masyarakat di desa tersebut dan digerakkan di bawah koperasi atau pihak yang mengurus usaha tersebut, karena adanya usaha di perlukannya pengembangan suatu usaha tersebut untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Gampong Lam Duro terkhususnya. Metode yang akan di gunakan oleh peneliti yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Upaya untuk mengembangkan UMKM di perlukan konsep, pengetahuan yang luas agar jual beli meningkat sehingga masyarakat akan melakukan perubahan di era modern ini.

Kata kunci : UMKM, data primer, data sekunder, hasil produksi

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are productive businesses owned by individuals or groups which aim to increase and sell these products, it seems like things in a village where these MSMEs really help the economic strength of the people in the village and are driven under the cooperative or the party that manages the business, because there is a business, it is necessary to The method that will be used by researchers is using primary data and secondary data. Efforts to develop SMEs need concepts, broad knowledge so that buying and selling increases so that people will make changes in this modern era.

Keywords: *Cooperative, bussines using primary data, secondary data, increasing and selling production results*

1. PENDAHULUAN

Pada suatu negara maju dan Negara berkembang pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator yang penting, kemajuan ekonomi yang hendak dicapai oleh negara berkembang dan negara maju harus lebih mengutamakan masyarakat luas dan di nikmati secara berkeadilan. Masyarakat menjadi pelaku utama pembangunan, dan pemerintah berkewajiban mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan suasana dan iklim yang menunjang.

Salah satu di antara tujuan nasional sebagaimana tercantum dalam pembukaan undang-undang dasar 1945 adalah memajukan kesejahteraan umum. Dalam mewujudkan tujuan nasional tersebut, bangsa Indonesia melakukan serangkaian program pembangunan yang menyeluruh, terarah dan terpadu, yang berlangsung secara terus menerus dan diwujudkan dalam bentuk RPJP (Arliman S, L. 2017).

Dengan demikian upaya untuk memberdayakan usaha mikro, kecil dan menengah harus terencana, sistematis dan menyeluruh baik pada tataran makro, meso dan mikro dengan meliputi, penciptaan iklim usaha dalam rangka membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya, menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi, pengembangan sistem pendukung usaha bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah untuk meningkatkan akses kepada sumber daya produktif sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia, pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif usaha kecil dan menengah (UKM), dan pemberdayaan usaha skala mikro untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor 6 informal yang berskala usaha mikro, terutama yang masih berstatus keluarga miskin. Selain itu, peningkatan kualitas koperasi untuk berkembang secara sehat sesuai dengan jati dirinya dan membangun efisiensi kolektif terutama bagi pengusaha mikro dan kecil (Ginting, A. P., Hubeis, M., & Fahma, F. 2019).

Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa pada sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi informasi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi (Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. 2020).

2. METODE PENGABDIAN

Metodologi adalah sebuah tata cara yang menentukan proses penelusuran apa yang ingin digunakan. Metodologi penelitian adalah sekumpulan kegiatan, peraturan serta prosedur yang dipakai oleh peneliti suatu disiplin ilmu. Metodologi juga merupakan suatu analisis teoritis tentang sebuah metode atau cara.

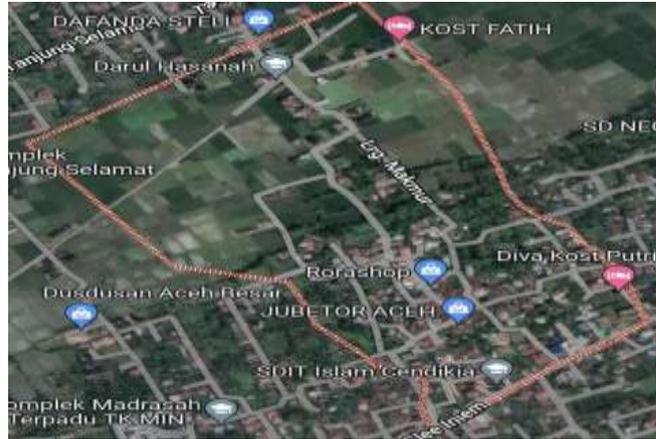
a. Lokasi Penelitian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk masyarakat yang ada di Gampong Lam Duro. Khususnya kepada masyarakat yang mempunyai usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Metode pelaksanaannya dilakukan dengan cara mendata dan mewawancarai masyarakat yang mempunyai UMKM di Gampong Lam Duro.

b. Sumber Data

Sumber data pada penelitian yang akan di gunakan oleh peneliti yaitu menggunakan data primer dan data sekunder.

c. Subjek Penelitian



Gambar 1. Peta Desa Lam Duro



Gambar 2. Pendataan UMKM masyarakat Lam Duro

Subjek dalam penelitian adalah individu, benda atau organisme, yang dijadikan sebagai sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Dalam penelitian kualitatif, istilah subjek penelitian sering disebut sebagai informan, yaitu pelaku yang memahami objek penelitian.

Jadi informan yang dimaksudkan di sini adalah orang yang memberi informasi tentang data yang dibutuhkan oleh peneliti, berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan oleh peneliti maka pada penelitian ini yang menjadi informan adalah masyarakat sebagai pelaku UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Gampong Lam Duro

Gambaran Umum Gampong Lam Duro pada awal mulanya adalah sebuah sungai bahkan dalam riwayat lainnya dikatakan Lautan Luas, di mana pada saat itu sungai tersebut digunakan sebagai alternatif jalur transportasi. Pocut Siti salah satu anak dari Raja Bakoi (salah satu raja Aceh) pada saat itu juga pernah melalui jalur transportasi sungai tersebut. Namun seiring dengan pergantian waktu lama kelamaan sungai ini menjadi dangkal dan kemudian menjadi daratan dan lahan sawah.

Asal mula di beri nama Lam Duro adalah sekitar lebih kurang 350 tahun yang silam sejarah mengatakan bahwa ada sebuah kapal yang dulunya disebut oleh orang tua dengan "Bitra" yang melintas melalui Gampong ini (Lam Duro sebutan sekarang). Ketika kapal tersebut sampai di kawasan Gampong Lam Bitra sekarang Kapal/ Bitra tersebut tenggelam beserta isinya yang menghebohkan dan menjadi sejarah masyarakat zaman itu, atas dasar inilah menurut cerita nara sumber yang tertua usianya didesa kami sekarang yang bernama Abd. Hamid (95) tahun Gampong kami diberi nama Lham Guroe. Kemudian dari tahun-Ketahun beralih generasi berganti keturunan nama kampung ini terus terkenal dengan sebutan Lam Guroe artinya tempat guci tenggelam dalam kejadian yang bersejarah itu, sampai sekarang menjadi sebuah nama yang diperindah lagi dengan panggilan Lam Duro.

Gampong Lam Duro merupakan salah satu dari 12 Gampong yang ada dalam Kemukiman Tungkob Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar yang terletak di sebelah Barat pusat kecamatan. Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian petani, tukang dan buruh bangunan, pedagang, industri rumah tangga.

Gampong Lam Duro adalah terdiri dari tiga dusun, ketiga dusun tersebut adalah:

- 1) Dusun Tgk. M. Saleh
- 2) Dusun Cot Powe
- 3) Dusun Makmur

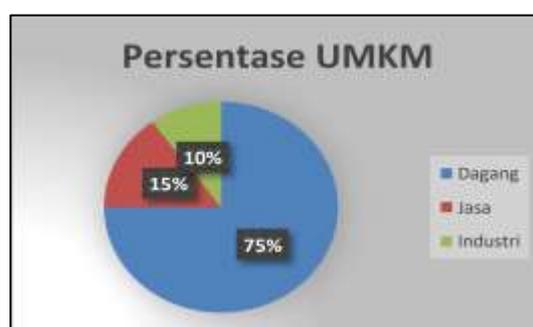
Adapun letak Gampong Lam Duro kemukiman Tunggkop Kecamatan Darussalam adalah sebagai berikut:

- 1) Sebelah Barat berbatasan dengan Gampong Tungkob/Tanjong Selamat
- 2) Sebelah Timur Berbatasan dengan Gampong Lam Bitra
- 3) Sebelah Utara Berbatasan dengan Tanjung Deah
- 4) Sebelah Selatan Berbatasan dengan Gampong Lam Kenueng/Tungkob

Keadaan Ekonomi Gampong Gampong Lam Duro merupakan Gampong yang berada dalam wilayah Administratif Kecamatan Darussalam, Kondisi Sosial Ekonomi Gampong sudah sedikit berpengaruh dengan kebudayaan perkotaan hal ini dikarenakan Kecamatan Darussalam berdekatan dengan wilayah Kota Banda Aceh. Namun demikian sikap saling membantu satu sama lainnya masih ada dalam kehidupan kemasyarakatan di Gampong. Demikian pula di sektor usaha ekonomi produktif. Warga Lam Duro memiliki banyak sektor usaha ekonomi, misalnya, usaha warung kopi, usaha Industri pembuatan Cincin Sumur, jual beli sembako/kelontong, usaha peternakan, jual ikan keliling, usaha menjahit/bordir, usaha kue kering/basah, pertukangan, lahan pertanian (sawah tadah hujan) dengan luas 18 Ha, tanaman keras (kelapa), dan lainlain. Gampong Lam Duro merupakan salah satu dari 12 Gampong yang ada dalam Kemukiman Tungkop Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar yang terletak di sebelah Barat pusat kecamatan. Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian petani, tukang dan buruh bangunan, pedagang, industri rumah tangga.

b. Gambaran Umum Gampong Lam Duro

Adapun persentase yang diperoleh dari hasil penelitian adalah data UMKM yang dilihat dari jumlah unit usaha masyarakat di Lam Duro pada gambar 3.



Gambar 3. Persentase UMKM masyarakat Desa Lam Duro

Hasil pengamatan dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa rata-rata masyarakat di Desa Lam Duro melakukan aktivitas UMKM dimana banyak terdapat sektor dagang, jasa, dan industri, persentase UMKM di Lam Duro lebih dominan ke jenis usaha perdagangan karena usaha itu bisa dilakukan oleh siapa semua orang yang mempunyai keahlian di bagiannya masing-masing. Selain itu usaha dagang juga bisa dilakukan di rumah dan dipromosikan melalui media sosial. Dengan adanya kesadaran warga Lam Duro mengenai pentingnya UMKM dapat membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

Pelak untuk mengembangkan usaha UMKM mengubah strategi penjualan melalui skema digitalisasi. Skema digitalisasi yakni dengan memanfaatkan market place (perantara)

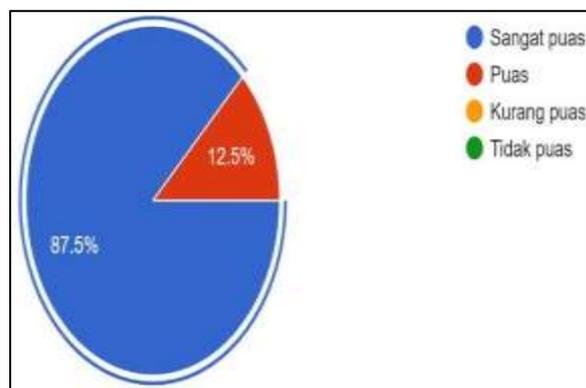
dan menggunakan media sosial sebagai teknik pemasaran. Selain itu pelaku UMKM digital harus dapat bersinergi dengan warga net dalam pemasaran produk dan jasa. Media sosial dan market place (perantara) dapat menjadi sebuah konsep untuk mempermudah pelaku untuk mengembangkan UMKM mendapatkan akses pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019), Media sosial dan market place. Strategi Pengembangan ini dilakukan untuk mensosialisasikan tentang cara mengembangkan produk melalui media sosial baik dari segi marketing dan juga dari segi kreativitas sebuah produk atau usaha masyarakat terkhususnya masyarakat Gampong Lam Duro.

Untuk meningkatkan kontribusi UMKM setempat perlu bantuan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, pemerintah harus dapat meningkatkan kemampuan UMKM di Indonesia agar mampu bersaing di dalam negeri maupun di luar negeri sehingga memiliki kontribusi yang semakin besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pengembangan UMKM bukan hanya tanggung jawab pemerintah. Namun, para pemilik usaha juga harus bersama-sama berpartisipasi dengan pemerintah, demikian juga dengan sektor perbankan ikut serta membantu dalam hal pendanaan seperti pemberian pinjaman dan penetapan kebijakan perbankan.

Para pelaku UMKM di desa Lam Duro juga memiliki beberapa kendala dalam menjalankan usahanya yaitu berupa tidak ada media promosi. Promosi hanya dilakukan satu orang ke orang lain, mereka kurang efektif dalam mempromosikan barang. padahal zaman promosi melalui media sosial. Seperti Whatsapp, Instagram, dan Facebook sangatlah penting. Karena dengan kita promosikan produk kita lewat media sosial produk kita semakin diketahui orang banyak orang, baik itu dalam negeri maupun luar negeri.

Tabel 1. Jumlah Peserta Survei

No	Nama Peserta	Asal Instansi	Alamat
1	Hulwati Ukhra	-	Lam Duro, M.Saleh
2	Masyitah	-	Lam Duro, M .Saleh
3	Kartina Dahri	-	Lam Duro, Cot Powe
4	Rairita	-	Lam Duro, M.Saleh
5	Mutia	-	Lam Duro, Makmur



Gambar 4. Kepuasan Peserta Terhadap Pelatihan

Selain itu dengan pengembangan digitalisasi UMKM akan membuat ekonomi digital di Indonesia pada 2025 akan menjadi terbesar di Asia Tenggara. Meski begitu ada tiga kendala yang dihadapi oleh UMKM yaitu; Pertama, pelaku UMKM masih terkendala pada kapasitas produksi barang. Bahkan banyak UMKM yang gagal dipasar digital, karena tidak memenuhi permintaan pasar digital. Kedua, kualitas daya tahan pelaku UMKM yang belum merata. Dikarenakan di pasar digital ini para pelaku harus dapat bersaing dengan perusahaan besar yang selama pandemi juga beralih menggunakan platform digital. Ketiga, diperlukan penguatan edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia para pelaku usaha UMKM (Suwarni, et al, 2019). Sebab selama ini literasi digital dan kualitas sumber daya manusia para pelaku UMKM sangat minim, sehingga berdampak pada kurang maksimalnya dalam memproduksi produk unggulan masing-masing. Padahal, mayoritas pelaku usaha UMKM ingin mempraktikkan bisnis digital dalam pengembangan usahanya (Susanti, 2020).

Lebih lanjut, dalam upaya pengembangan UMKM digital perlu diperhatikan beberapa hal diantaranya, yaitu kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. Ketiga hal ini harus di perhatikan oleh UMKM agar usaha yang dibuka di ranah digital bisa bertahan lama. Lebih lanjut, dalam upaya pengembangan UMKM digital diperlukan sinergisitas dengan warga net yang notabene adalah para generasi millenial. Para warga net ini dapat didorong untuk bisa ikut mengembangkan UMKM digital dengan teknik reseller. Dalam konteks ini para warga net yang dapat diajak untuk bersinergi terutama para generasi milenial dan generasi Z yang tersebar di beberapa klasifikasi yaitu buzzer, influencer dan follower (Arianto, 2020).

Lebih lanjut program pengembangan UMKM digital sangat bergantung pada dukungan pemerintah yaitu dengan kemudahan perizinan. Sehingga dengan begitu konektivitas yang menjadi hal utama dari UMKM digital akan semakin terbentuk dengan baik. Pengembangan

UMKM digital ternyata selaras dengan program pemerintah dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) yang baru meluncurkan Program Pelatihan UMKM digital. Hal itu tanpa sebab, karena berbagai program ini ditujukan untuk memberikan pendampingan bagi para pelaku UMKM agar dapat beralih ke platform digital dalam berbisnis. Sebab pada tahun 2021 Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi diharapkan ada sekitar 30 juta UMKM dari total 60 juta unit UMKM yang dapat masuk ekosistem digital. Menurut catatan saat ini baru sekitar 11 juta hingga 12 juta UMKM yang berjualan di platform digital sehingga masih banyak yang perlu didorong untuk masuk berjualan secara digital dalam platform digital (antaranews.com, 2020).

DOKUMENTASI KEGIATAN PENGABDIAN DI GAPONG LAM DURO



Gambar 5. Survei UMKM ke kediaman warga Lam Duro ibu Masyitah



Gambar 6. Survei UMKM ke kediaman warga Lam Duro kak Rora



Gambar 7. Pertemuan dengan Keuchik Gampong Lam Duro



Gambar 8. Melakukan briefing sebelum pelatihan UMKM di Gampong Lam Duro

Gambar 9. Melakukan pelatihan UMKM masyarakat di Lam Duro





Gambar 10. Pertemuan perangkat Gampong dan mahasiswa USK di Lam Duro.

4. SIMPULAN

Untuk menyelesaikan persoalan ekonomi bangsa Indonesia dalam upaya mengentaskan kemiskinan ini dapat dilakukan dengan penguatan berbagai aspek di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang pada dasarnya merupakan bagian dari masyarakat miskin yang mempunyai kemauan dan kemampuan produktif (Wiloejo, 2009).Setidaknya ada tiga aspek UKM yang begitu penting dalam kehidupan masyarakat kecil yakni sarana untuk mengangkat masyarakat dari jurang ketidakmampuan, serta sarana untuk menyamaratakan tingkat perekonomian rakyat kecil, dan memberikan devisa bagi negara (Prasetyo dan Huda, 2019) Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki arti yang begitu penting bagi suatu daerah terutama sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi daerah.

Selain itu, peran pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dipandang sangat penting guna meningkatkan pendapatan perkapita maupun meningkatkan perekonomian suatu daerah, sehingga pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dituntut mampu untuk ikut serta dalam mengembangkan perekonomian negaranya terutama dalam melakukan pengembangan dalam pertumbuhan ekonomi di Gampong Lam Duro. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan

atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

5. SARAN

Upaya pengembangan UMKM digital perlu diperhatikan beberapa hal diantaranya, yaitu kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. Ketiga hal ini harus diperhatikan oleh UMKM agar usaha yang dibuka di ranah digital bisa bertahan lama. Lebih lanjut, dalam upaya pengembangan UMKM digital diperlukan sinergisitas dengan warga net yang notabene adalah para generasi milenial. Para warga net ini dapat didorong untuk bisa ikut mengembangkan UMKM digital dengan teknik reseller. Dalam konteks ini para warga net yang dapat diajak untuk bersinergi terutama para generasi milenial dan generasi Z yang tersebar di beberapa klasifikasi yaitu buzzer, influencer dan follower (Arianto, 2020). Lebih lanjut program pengembangan UMKM digital sangat bergantung pada dukungan pemerintah yaitu dengan kemudahan perizinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arliman S, L. (2017). Perlindungan Hukum UMKM dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 387.
- Auliya, Aziza Nur., & Arif, Lukman. (2021). Peran Dinas Koperasi Usaha Mikro Perindustrian dan Perdagangan dalam Penanganan Dampak Pandemi Covid-19 pada Usaha Mikro di Kabupaten Gresik. *Jurnal Reformasi Administrasi*, (8) 1, 22-31.
- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM. *Jurnal Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 7(6), 9-24.
- Ginting, A. P., Hubeis, M., & Fahma, F. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Pangan Berdaya Saing di Kota Bandung. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 14(1), 1-7.
- Hardilawati, W. Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
- Hubeis, Musa., dkk. (2015). Strategi Pengembangan UMKM Pangan yang Berdaya Saing di Indonesia.
- Kurnia, Candra Adi. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 dan Perubahan Pola Administrasi

terhadap Pelaku UMKM Ekspor dan Impor. *Al-Ijtima'i: International Journal of Government and Social Science*, (6) 1, 1-12.

Masruroh, Ika., dkk. (2021). Peran Pemerintah Dalam Mengatasi Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UMKM di Indonesia. 1(1). 41-48.

Nida Najibah Hanum, Desi Erawati 2021. ANALISIS TEORI KARL MARX. Pandemi dan UMKM di Kalimantan Tengah vol.1