

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DI LAPAK PESONA

Erni Andayani¹, Dendy Eta Mirlana^{2*}, Anton Subagyo³

^{1,2,3} Universitas Merdeka Malang PDKU Ponorogo

Email: ¹erniandayani71@gmail.com, ²dendy.mirlana@unmer.ac.id, ³anton.subagyo@unmer.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received:

05 Oktober 2023

Received in revised form:

12 Oktober 2023

Accepted:

20 Oktober 2023

Keyword:

Development, MSMEs, Creative Economy.

Kata Kunci:

Pengembangan, UMKM, Ekonomi Kreatif.

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are productive businesses owned by individuals or business entities that meet the criteria to become micro-enterprises. MSMEs do play a role in reducing the increasing poverty rate in Indonesia. MSMEs have a role in fighting poverty by utilizing the potential of natural resources that are managed comprehensively. This research examines creative economy-based MSME development strategies in Lapak Pesona, Village of Madiun Lor, Manguharjo District, Madiun City. The purpose of the study is to find out the challenges and obstacles faced by creative economy MSMEs in Lapak Pesona in developing their businesses. The research type used in this research is a qualitative research method and uses proportional sampling, namely a sampling technique by first determining the data source. Data collection techniques are carried out directly through observation, interviews and documentation. The results of the research obtained found that business actors in Lapak Pesona still find it difficult to develop their businesses to grow. The challenges and obstacles are limited capital and lack of promotional facilities. Using appropriate strategic planning and problem solving methods can make it easier to resolve the problems faced. One of the best ways to use is to utilize the methods provided through a series of stages in the SWOT analysis.

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki oleh persorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria untuk menjadi usaha mikro. UMKM memang berperan dalam mengurangi meningkatnya angka pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM memiliki peranan dalam memerangi pengangguran dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam yang dikelola secara komprehensif. Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana tantangan dan kendala yang dihadapi para pelaku UMKM ekonomi kreatif di Lapak Pesona dalam mengembangkan usahanya. Jenis penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dan mempergunakan proporsive sampling, yakni teknik penarikan sampel dengan terlebih dahulu mengidentifikasi sumber data. Teknik pengumpulan data dilakukan secara langsung melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya para pelaku usaha di Lapak Pesona masih sulit mengembangkan usahanya untuk berkembang. Tantangan dan hambatannya adalah keterbatasan modal dan sarana promosi yang masih kurang. Penggunaan metode perencanaan strategis dan pemecahan masalah yang tepat dapat mempermudah penyelesaian permasalahan yang dihadapi. Salah satu cara terbaik yang digunakan ialah dengan menggunakan metode yang disediakan melalui serangkaian langkah dalam analisis SWOT.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

* Corresponding author: dendy.mirlana@unmer.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia menghadapi krisis ekonomi yang mengakibatkan perekonomian nasional terpuruk. Banyak perusahaan-perusahaan berskala besar di segala bidang yang menghadapi stagnasi atau bahkan berhenti beroperasi sehingga berujung pada bangkrutnya sejumlah perusahaan pada tahun 1998. Tetapi, di tengah krisis semacam ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih bisa bertahan dan berkembang dalam meningkatkan ekonomi. Perekonomian Indonesia berada dalam konteks krisis moneter yang semakin terpuruk di banyak sektor perekonomian. UMKM ialah aktivitas yang berpotensi memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan layanan perekonomian yang luas terhadap masyarakat, serta mampu berkontribusi dalam proses pemerataan dan pertumbuhan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam menunjukkan stabilitas nasional.

Sesuai kutipan yang diambil dari Husein Umar (Umar, 2001) dalam bukunya "Manajemen Strategis dalam Aksi". Prahalad dan Hamel mengemukakan bahwasanya strategi adalah tindakan yang sifatnya *incremental* (meningkat) dan berkesinambungan, yang diambil didasarkan persepsi mengenai apa diharapkan pelanggan di masa mendatang. Oleh sebab itu, dimulainya suatu strategi hampir selalu dengan apa yang bisa terjadi, bukan apa yang sudah terjadi. Laju pembaharuan di pasar baru dan perubahan kebiasaan konsumen membutuhkan kompetensi dasar (*core competency*). Perusahaan harus menemukan kompetensi dasar dalam kegiatan usaha yang dilaksanakan.

Strategi adalah serangkaian tindakan potensial yang memerlukan keputusan manajemen senior dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Dengan demikian, strategi ialah suatu kegiatan atau tindakan yang dilaksanakan oleh seseorang atau perusahaan guna mewujudkan sasaran atau tujuan yang sudah ditentukan.

Koperasi dan UMKM adalah representasi bangsa Indonesia dalam kehidupan perekonomian nasional, oleh karena itu harus mendapat prioritas tinggi dalam pembangunan nasional, dengan begitu harus dibangun strategi pengembangan UMKM di Indonesia yang berintegritas, sistematis dan berkelanjutan.

UMKM dalam perekonomian nasional mempunyai peranan penting dan strategis terutama dikarenakan banyaknya industri dan kehadirannya di semua sektor perekonomian. Keduanya mempunyai potensi dalam menyerap tenaga kerja yang besar. Masing-masing unit investasi di sektor UMKM mampu menciptakan banyak inovasi baik di bidang industri maupun kuliner.

Dalam upaya mendukung kegiatan UMKM, pemerintah memberikan dukungan melalui sejumlah kebijakan yang dapat berkontribusi terhadap UMKM supaya UMKM tersebut tidak berhenti di tengah jalan. UMKM terbukti berkontribusi besar dalam upaya Indonesia meningkatkan perekonomian bangsa. Di seluruh negeri, peranan UMKM menunjukkan bahwa upaya terus dilakukan untuk memastikan perkembangan pesat. Padahal, hal ini menunjukkan adanya lapangan kerja yang diciptakan oleh kelompok UMKM itu sendiri.

Pemerintah Kota Madiun dengan menggalakkan perekonomian mikro dengan menyediakan sejumlah lapak kepada pelaku UMKM, menyediakan banyak kesempatan untuk menghidupkan kembali siklus perekonomian di setiap wilayah kelurahan. Dalam upaya mendukung kelangsungan hidup UMKM, pemerintah memberikan dukungan melalui kebijakan dengan harapan memberi masukan pada UMKM supaya tidak berhenti di tengah jalan. Diketahui bahwa UMKM telah membuktikan berkontribusi yang besar dalam upaya peningkatan perekonomian kelurahan-kelurahan di wilayah Kota Madiun, khususnya di

Kelurahan Madiun Lor. Peranan UMKM mewakili upaya berkelanjutan untuk memastikan perkembangan pesat. Padahal, hal ini menunjukkan adanya lapangan kerja yang diciptakan oleh kelompok UMKM itu sendiri.

Sebanyak 27 lapak UMKM berhasil berkolaborasi dengan pengusaha lokal untuk mengembangkan produk-produk unggulan di kelurahannya masing-masing. Bahkan Pemerintah Kota Madiun memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk bergabung berjualan di lapak tersebut, setelah itu pegutas akan memverifikasi kelayakannya. Antusiasme para penggiat UMKM di setiap kelurahan membuktikan secara nyata bahwasanya kehadiran lapak sangatlah membantu kehidupan masyarakat setempat. Dengan tujuan untuk mengembangkan UMKM, salah satu UMKM yang ada di Kota Madiun berperan dalam upaya pengembangan potensi UMKM dan menjadi jembatan dalam memasarkan produk yang dihasilkan oleh anggotanya untuk menciptakan persaingan dengan produk dari produk kelurahan lain, cara untuk mencapai hal tersebut adalah dengan mengikuti program pembinaan yang diselenggarakan oleh Dinas Perdagangan Kota Madiun tanpa dipungut biaya apapun dan tanpa menggunakan media sosial.

Dengan menerapkan strategi ekonomi kreatif di lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun diharapkan bisa terciptanya nilai tambah secara budaya, sosial dan lingkungan. Dengan demikian, selain meningkatkan daya saing, ekonomi kreatif juga dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat Kelurahan Madiun Lor. Tujuannya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya bagi pengiat usaha kecil menengah khususnya usaha di lor-lorongong. Ada alasan yang melatarbelakangi upaya UMKM, yaitu:

1. Tujuan UMKM yaitu menciptakan lapangan kerja baru.
2. Adanya pemerataan pendapatan daerah dan nasional.
3. Pengurangan kemiskinan.

Hal ini yang akan menjadi tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Madiun Lor. Sehubungan dengan itu, diperlukan adanya pemberdayaan UMKM secara lebih langsung dengan peningkatan tahapan berkelanjutan bagi pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah dan pengusaha mikro menjadi pengusaha kecil.

Ekonomi kreatif tidak hanya menyumbang kontribusi kepada perekonomian masyarakat, namun juga berperan dalam memperkuat citra dan identitas kelurahan tersebut, mengembangkan kredibilitas untuk mendorong inovasi sehingga yang tidak kalah penting, memberikan pengaruh sosial yang positif, terutama meningkatkan kualitas hidup, pemerataan kesejahteraan dan meningkatkan toleransi nasional. Ekonomi kreatif menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang dan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Berikut adalah beberapa cara dimana UMKM terkait dengan ekonomi kreatif:

1. Industri Kreatif: Banyak UMKM bergerak di sektor industri kreatif, seperti seni dan kerajinan, fashion, desain grafis, periklanan, musik. UMKM dalam sektor ini berkontribusi pada produksi karya kreatif dan menciptakan lapangan kerja baru.
2. Inovasi Produk: UMKM dalam ekonomi kreatif sering kali fokus pada inovasi produk dan pengembangan desain. Mereka menciptakan produk yang unik, orisinal, dan berbeda dari yang ada di pasar. Hal ini membantu mereka bersaing dengan perusahaan besar dan meningkatkan nilai tambah produk mereka.
3. Pemasaran dan Distribusi: UMKM memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi untuk memasarkan produknya secara online. Platform e-commerce, media sosial, dan situs web memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas

- dengan biaya yang relative murah. Mereka juga dapat menjalin kemitraan dengan perusahaan besar untuk mendistribusikan produk mereka ke pasar yang lebih besar.
4. Kolaborasi dan Jaringan: UMKM dalam ekonomi kreatif sering saling bekerjasama dan membentuk jaringan dengan UMKM lain, perusahaan kreatif, dan lembaga pemerintah. Kolaborasi ini memungkinkan mereka untuk saling mendukung, berbagi sumber daya, dan mengakses peluang baru. Jaringan ini juga memberikan akses ke pengetahuan dan sumber daya yang dapat membantu UMKM dalam pengembangan bisnis mereka.
 5. Pemberdayaan Ekonomi Lokal: UMKM dalam ekonomi kreatif sering kali berbasis di komunitas lokal. Dengan berkembangnya UMKM ini, mereka mampu menciptakan lapangan kerja baru, memberdayakan masyarakat setempat, dan meningkatkan pendapatan. Hal ini berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan pembangunan berkelanjutan.

Pemerintah dan lembaga terkait sering kali memberikan dukungan dan insentif bagi UMKM dalam ekonomi kreatif, seperti pelatihan, pendanaan, akses ke pasar, dan infrastruktur pendukung. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat menjadi motor penggerak ekonomi kreatif dan berperan penting dalam pembangunan ekonomi suatu Negara.

Permasalahan atau kendala umum yang seringkali dihadapi oleh UMKM yakni terbatasnya modal kerja, investasi, kesulitan dalam pemasarannya, pendistribusian dan penyediaan bahan baku dan input lainnya, terbatasnya jumlah tenaga kerja terampil (SDM berkualitas rendah) dan kemampuan teknologi, tingginya biaya akibat kompleksitas prosedur administrasi dan birokrasi, termasuk pengurusan izin usaha, dan ketidakjelasan peraturan.

Dalam analisis mikroekonomi, titik awalnya didasarkan pada dua asumsi. Asumsi pertama adalah penjual dan pembeli melakukan kegiatan ekonominya dalam skala nasional. Kedua, pembeli berupaya memaksimalkan kepuasan yang dapat diraihinya, sementara penjual berupaya memaksimalkan keuntungan yang diperolehnya dari sejumlah permasalahan yang dimilikinya. Sebagaimana hasil wawancara dan observasi diawal yang dilakukan peneliti pada 1 Mei 2023 dengan salah satu pedagang dilapak Pesona yang bernama Ibu Sulis Subekti mengatakan: "Karena banyaknya pedagang yang ada di Lapak Pesona bisa dikatakan pendapat para pedagang sangat bergantung pada seberapa baik mereka mengolah, meracik dan inovasi pengemasan sehingga konsumen tertarik untuk mencoba dan membeli produk dagangan kita".

Merujuk pada hasil wawancara dan observasi di atas, peneliti menemukan bahwa sebagian besar warga di Kelurahan Madiun Lor bergerak di industri kuliner. Dapat dibilang pendapatan mereka tergantung pada bagaimana mereka mengembangkan usahanya. Tetapi, jika berbicara tentang UMKM yang mengandalkan ekonomi kreatif dalam pengolahan makanan atau strategi pemasarannya disertai dengan ide-ide inovatif, hal tersebut masih kurang, dikarenakan beberapa kuliner Lapak Pesona hanya monoton saja, tidak disertai dengan kreasi ide yang dapat menarik konsumen.

UMKM berbasis ekonomi kreatif di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun dipilih pada penelitian ini dikarenakan mempunyai kemampuan untuk mengembangkan sentral usahanya dengan modal SDM, pengetahuan dan kreativitas. Kreativitas memegang peranan besar dalam mengembangkan UMKM. Perihal ini menunjukkan bahwasanya penelitian dapat dilaksanakan pada UMKM berbasis ekonomi kreatif di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun. UMKM berbasis ekonomi kreatif hendaknya mampu meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya para pelaku usaha di Lapak Pesona. Dengan demikian, peneliti mengangkat judul "Strategi Pengembangan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis Ekonomi Kreatif di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun”.

Tujuan penelitian ini yaitu: untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan para pedagang di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun. Untuk mengetahui faktor penghambat pengembangan UMKM dalam meningkatkan pendapatan para pedagang di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti mempergunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan cenderung lebih menekankan pada analisis, proses, dan makna pada penelitian kualitatif, yang melibatkan data yang sifatnya naratif tentang hal-hal yang diteliti yaitu mengenai Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Lapak Pesona di Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun. Menurut Moleong (Moleong, 2008) metode deskriptif kualitatif ialah metode pendekatan dengan menghimpun data-data berbentuk gambar dan kata-kata, tidaklah angka. Data ini biasanya didapatkan dari hasil catatan lapangan, wawancara, foto, rekaman video, memo atau catatan, dokumentasi pribadi, dan dokumentasi lainnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dari informan. Dalam hal analisis data, peneliti menggunakan data kualitatif, yaitu kegiatan menganalisis data berupa bahan yang diperoleh dari pengamatan dan informasi yang diberikan oleh informan kemudian membahas dan menguraikannya baik dari hal-hal yang bersifat umum kemudian menarik suatu kesimpulan. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan data/Verifikasi (conclusion drawing/verification). (Sugiyono, 2017)

HASIL PENELITIAN

Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor, Kecamatan Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur, saat ini sebagai salah satunya tempat kesukaan masyarakat. Dulunya, kawasan tersebut merupakan sebidang tanah kosong yang terletak di tepian Sungai Madiun dan digunakan sebagai tempat pembuangan sampah sementara (TPS). Guna mendayagunakan UMKM dan meningkatkan perekonomian masyarakatnya, Pemerintah Kota Madiun meminta setiap kelurahan memberikan fasilitas lapak di wilayah masing-masing. Mengingat letaknya yang lumayan strategis dan menghilangkan nuansa kumuh, Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun menyulap lahan kosong tersebut menjadi lapak UMKM yang dinamai dengan Lapak Pesona. “Konsepnya dibuat membuat food court pujasera. Penjualnya adalah warga Kelurahan Madiun Lor, Kecamatan Manguharjo, dan Kota Madiun sendiri,” kata Budi Santosa, pengelola Lapak Pesona, Madiun Lor.

Adapun strategi pengembangan untuk memajukan UMKM di Lapak Pesona meliputi: a). Pembuatan lapak dengan konsep kenyamanan. Hal ini mampu membuat pengunjung senang dan puas sehingga para pengunjung tersebut sering berkunjung di lapak. b). Konsep bangunan berkesan tradisional yaitu joglo dilengkapi dengan gazebo agar suasana lebih santai sehingga pengunjung tidak mudah bosan karena keunikan dari aksen bangunan di Lapak Pesona. c). Membuat fasilitas parkir yang luas berdekatan dengan lapak penjual. Sementara itu, ada juga fasilitas toilet atau kamar mandi yang bersih dan memadai. Adapun lapak Pesona berdekatan dengan tempat beribadah seperti masjid sehingga memudahkan pengunjung muslim untuk

melakukan sholat. d). Menyediakan aneka menu makanan yang bervariasi seperti makanan khas Madiun maupun makanan khas sekitar Madiun. Sehingga pengunjung yang berada di luar kota dapat merasakan makanan khas Madiun ini seperti nasi pecel. Dan sebaliknya jika masyarakat sekitar dapat merasakan juga makanan khas daerah lainnya seperti nasi padang, soto makassar, gado-gado, dan lain-lain.

Budi Santoso mengatakan, "Selain makan bersama keluarga, saudara atau relasi, banyak juga orang yang berkumpul mengadakan arisan dan pertemuan disini karena tempatnya yang cukup luas".

Lahan parkir dan halaman lapak Pesona yang luas pun dimanfaatkan para warga sekitar untuk aktivitas olah raga. Salah satunya adalah senam bersama. Retno Yuniarti, warga Kelurahan Madiun Lor, Kecamatan Manguharjo, Kota Madiun mengatakan: "Tempatnya luas dan nyaman untuk berolahraga di luar ruangan".

Tata ruang yang rapi dan nyaman menjadikan Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor sebagai salah satunya destinasi kuliner unggulan di Kota Madiun. Tidak hanya masyarakat lokal, wisatawan dari luar daerah juga sering berkunjung ke sini.

Wajah Madiun Lor berubah drastis. Sebelumnya, terdapat lahan kosong di bantaran Sungai Bengawan Madiun yang dipergunakan sebagai tempat pembuangan sampah. Saat ini, kawasan kumuh tersebut telah dialihfungsikan menjadi pusat ekonomi baru yang tidak pernah sepi pengunjung. "Lapak Pesona terintegrasi dengan wisata tematik Kampung Pesona," ujar Tri Mardiana, S.STP Lurah Madiun Lor.

Lapak Pesona tidak pernah sepi pengunjung. Pasalnya, lokasi tersebut sangatlah strategis lantaran berada di antara kawasan perkantoran, industri, dan rumah sakit. Selain itu, pihak pengelola lapak juga menerapkan standar yang ketat. "Ada pengecekan kualitas rasa secara berkala, selain itu produk setiap pedagang juga tidak boleh sama," terangnya.

Di Lapak Pesona, terdapat delapan pedagang yang berjualan. Mereka berjualan dari pagi sampai malam. Selain nasi pecel yang tentunya wajib ada, di lapak tersebut pengunjung juga bisa menikmati soto Makassar, rujak, gado-gado, dan aneka menu kuliner nusantara lain. "Lapak Pesona juga menyediakan fasilitas internet gratis bagi pengunjung," kata Tri Mardiana, S.STP (Lurah Madiun Lor). Pedagang di Lapak Pesona mendulang Rp 40 juta per bulan. Pendapatan kotor tersebut dipangkas sepuluh persen untuk biaya pemeliharaan serta upah bagi pramusaji dan pelayan yang bekerja di lapak. "Lapak Pesona dijamin higienitasnya. Terbukti kami lolos hingga tingkat provinsi pada lomba higienitas makanan dan ketahanan pangan," tuturnya.

Lapak Pesona, Kelurahan Madiun Lor, Kecamatan Manguharjo, Kota Madiun berpeluang menerima penghargaan tahun ini terkait pusat jajanan atau kantin yang memenuhi persyaratan hygiene kesehatan nasional. Peluang ini didapatkan setelah UMKM di Lapak Pesona terverifikasi oleh tim verifikasi lapangan setelah didaftarkan.

Yang di nilai saat verifikasi lapangan adalah mulai dari makanan, pertugas, alat yang dipergunakan, sanitasinya, dan lainnya. Dengan mengikuti kegiatan semacam ini, pengelola sekiranya mengetahui apa saja standar higienitas makanan. Dengan cara ini, kedepannya kesehatan pola makan dapat selalu terjaga. Selain itu, makanannya harus segar dan bukan dari makanan pabrikan. Sedangkan penjamah atau penjual makanan harus mengantongi sertifikat penyuluhan, dan perilaku pengunjung dan penjual juga mempunyai penilaian tersendiri. Para penjual hendaknya mencuci tangan hingga bersih dan juga harus rajin mengingatkan pengunjung yang lalai untuk menjaga kebersihan.

PEMBAHASAN

Beberapa penelitian terdahulu yang memiliki korelevansi untuk keperluan perbandingan dan bisa dijadikan referensi penelitian antara lain:

Pertama: Rini Apriani dan Tuti Tri Handayani (Handayani & Apriyani, 2019) judul penelitiannya "Faktor-faktor Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Ogan Komering ulu" mempergunakan metode deskriptif dan metode sampling mempergunakan simple tendon sampling dan teknik analisa data yang dipergunakan yakni analisis kualitatif. Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Ogan Komering ulu Kota Batu Raja di Povinsi Sumatera Selatan.

Temuan ini didasarkan pada analisa data yang telah dilaksanakan dan diketahui sejumlah faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Ogan Komering Ulu, Kota Batu Raja, Provinsi Sumatera Selatan. Secara individual dipengaruhi oleh dua faktor, yakni kekurangan modal dan rendahnya kualitas SDM, sementara secara keseluruhan faktor kendala lainnya adalah lemah atau minimnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, dengan demikian mempengaruhi pengembangan kreatifitas UMKM berbasis ekonomi di kota Kabupaten Ogan Komering ulu Kota Batu Raja, Sumatera Selatan. Persamaan penelitian ini adalah semuanya mengkaji perkembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif, namun pada lokasi penelitiannya berbeda.

Kedua: Soegihartono (Soegihartono, 2020) judul penelitiannya "Penelitian Keberlangsungan Usaha Ardani Indonesia dari penelitian yaitu Usaha Ardani Indonesia yang beralamat di Jl. Sadewa 7 No. 3 Kota Semarang". Hasil penelitian antara lain:

- a. Faktor yang mendukung keberlangsungan usaha dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan di antaranya pelayanan yang baik, kualitas produk, pemasaran yang baik dan harga produk yang sesuai kebutuhannya
- b. Faktor penghambat keberlangsungan usaha adalah merek, cita rasa, modal produk, bahan baku dan inovasi produk yang monoton.
- c. Cara menjaga operasional usaha ialah meningkatkan mutu dan mempertahankan kualitas produk, menambah modal, lokasi usaha, promosi dan lainnya.

Perbedaannya dari penelitian ini adalah lokasi penelitiannya dan studi ini mengkaji keberhasilan Usaha Ardani Indonesia yang memasuki subsektor ekonomi kreatif yakni fashion. Kesamaan dari kedua peneliti in ialah terkait obyek penelitian yang sama yakni UMKM berbasis ekonomi kreatif.

Ketiga: Rinto Alexandro, dkk (Alexandro et al., 2020) judul penelitiannya "Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner Khas Suku Dayak Kalimantan Tengah". Metode penelitian yang dipergunakan adalah deskriptif kualitatif dan metode pengumpulan data yang dilaksanakan yakni wawancara, observasi, studi literature dan dokumentasi.

Sebagaimana analisis data yang dilaksanakan, hasil penelitian menunjukkan bahwasanya potensi usaha oleh-oleh khas Kalimantan Tengah bisa dimanfaatkan dan dikenalkan ke luar daerah.

Bedanya pada penelitian ini adalah penelitian yang dilaksanakan lebih fokus dalam mengembangkan makanan khas atau makanan tradisional suku Dayak Kalimantan Tengah. Persamaannya terletak pada keduanya yang mengkaji pengembangan ekonomi kreatif di bidang kuliner.

Berdasarkan studi kelayakan UMKM di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor dapat di jelaskan sebagai berikut: **Aspek Pasar:** Pengembangan cara pemasaran atau penjualan sebagai bentuk pengembangan usaha merupakan inti dari aspek lapak ini sendiri. Bagaimana proses pemasaran sebelum dan sesudah adanya pengembangan usaha melalui program lapak menjadi point penting melihat bagaimana pengembangan usaha mikro di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor ini berhasil atau tidak. Berdasarkan wawancara terhadap pengunjung atas nama Listyorini, Endah, dan Sukadi (29/6/2023) menu makanan dan minuman yang disajikan di lapak rasanya enak dan mudah dijangkau. Menurut Sri Mulyani (29/7/2023) terdapat beberapa makanan yang rasanya hambar sehingga tidak sesuai dengan harga yang relative mahal. Menurut Septian semua makanan dan minuman yang disajikan rasanya enak dan sesuai di lidah tetapi harganya yang tidak terjangkau. Dari segi pelayanan menurut 5 pengunjung tersebut sudah baik dan ramah. Dan dari segi fasilitas umum di sekitar lapak cukup lengkap. Berdasarkan wawancara dengan Sulis Subekti, Rina Hastuti, dan Ratna Damayanti (27/6/2023) selaku pedagang lapak, sejak dikembangkannya UMKM dalam program lapak para pedagang mendapat kemudahan dan fasilitas sarana dan prasarana untuk berjualan yang cukup memadai sehingga hal ini juga mendukung pemasaran dan penjualan yang mereka lakukan namun demikian tidak berarti mereka tidak mengalami kendala. Meskipun dengan sejumlah hambatan, sebagaimana yang dipaparkan di atas prospek penjualan di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun cukup baik.

Aspek Teknis: Berdasarkan wawancara dengan pengunjung atas nama Listyorini, Sri dari rumah pengunjung. Dari segi teknologi menurut informan tersebut Mulyani, Septian (29/6/2023) dari segi lokasi sangatlah strategis dikarenakan dekat dengan fasilitas umum seperti kantor, rumah sakit, masjid, dll. Sedangkan menurut Endah dan Sukadi (29/6/2023) lokasi sudah strategis tetapi masih jauh masih terbatas dan sederhana karena belum melakukan promosi di media sosial. Berdasarkan wawancara dengan penjual atas nama Sulis Subekti, Rina Hastuti, dan Ratna Damayanti (27/6/2023) lokasi Lapak Pesona ini sudah sesuai dan cukup strategis. Dari segi teknologi dikatakan masih terbatas, namun baik dari pihak penjual maupun pengelola lapak akan tetap berinovasi untuk memudahkan pembeli. Berdasarkan pengamatan dan observasi yang dilakukan peneliti dari wawancara dengan para informan berkesimpulan bahwasanya usaha mikro dalam program lapak Kelurahan Madiun Lor dilihat dari aspek teknis dan teknologis seperti pemilihan lokasi lapak sudah sesuai dan cukup strategis serta representatif untuk berjualan hanya saja dari segi teknologi bisa dikatakan masih terbatas sehingga hal ini menjadi fokus pengembangan UMKM kedepannya agar menunjang dan sesuai dengan kebutuhan para pedagang lapak.

Aspek Manajemen: Berdasarkan wawancara dengan pembeli Listyorini, Endah, dan Sri Mulyani (29/6/2023) dari segi pembayaran dan pemesanan sangat terkoordinir karena terdapat kasir. Sedangkan menurut Sukadi dan Septian (29/6/2023) pemesanan kurang terkoordinir karena pemesanan tidak satu pintu artinya pemesanan di kasir atau penjual menghampiri pembeli, tetapi dari segi pembayaran sangat mudah karena tersedia pembayaran secara tunai maupun non tunai. Berdasarkan wawancara dengan penjual Sulis Subekti, Rina Hastuti, dan Ratna Damayanti (27/6/2023) baik dari segi pemesanan dan pembayaran sudah baik dan terkoordinir antara penjual dan pembeli. Bahwa dilihat dari cara pengelolaan atau aspek manajemen masih berjalan sederhana, para pedagang berjualan dan mengelola lapak mereka sendiri, sejauh ini sinergi atau koneksi pedagang lapak dengan pengelola sudah berjalan dengan demikian pengembangan usaha mikro dalam program lapak di kelurahan Madiun Lor utamanya dalam sistem pengelolaan penjualan sudah dipikirkan dan akan segera dilaksanakan ditahun ini seperti adanya acara pemusatan pembayaran seperti di cafe-cafe yakni pembeli membeli dan

memesan di bagian kasir sehingga akan terbangun koneksi dan sistem manajemen yang lebih baik.

Aspek Ekonomi: Menurut wawancara dengan pembeli yaitu Listyorini, Endah, Sri Mulyani, Sukadi, dan Septian (29/6/2023) terdapat beberapa harga makanan dan minuman yang terjangkau. Sehingga pengunjung tersebut sering berkunjung ke lapak untuk membeli makanan dan minuman pada waktu istirahat kerja. Menurut wawancara dengan Rina Hastuti, Sulis Subekti, dan Ratna Damayanti (27/6/2023) selaku pedagang terdapat kendala yang dihadapi para pelapak saat ini terkait permasalahan modal. Adapun solusinya yaitu Pemerintah Kota Madiun dalam hal ini Kelurahan Madiun Lor memfasilitasi kemudahan dalam peminjaman modal agar pengembangan UMKM di Lapak Pesona bisa berjalan maksimal dan minim kendala. Bahwa program usaha mikro dalam program lapak pesona kelurahan Madiun Lor dari aspek keuangan dan ekonomi masih perlu adanya pengembangan permodalan selama ini berjalan masih sebatas kemampuan mandiri para pedagang dan bantuan modal atas nama pribadi atau mandiri, jika pemerintah dapat memberikan bantuan suntikan modal secara kelompok tentu hal ini dapat mengembangkan kuantitas dan kualitas pedagang lapak yang tentunya akan berbanding lurus terhadap penghasilan atau pendapatan yang saat ini masih terbatas. Lapak Pesona tidak hanya menonjolkan keistimewaan hanya pada lokasi saja dan ketertarikan pada menu makanannya, namun juga memiliki beberapa produk unggulan UMKM di Kelurahan Madiun Lor. Air mineral Lapak Pesona merupakan salah satu produk unggulan. Air mineral lapak Pesona dikemas secara higienis, bersih dan tentu saja citarasanya tidak kalah dengan air mineral yang beredar di luaran. Air mineral ini tersedia dalam kemasan galon dan botol dan dapat dijadikan teman camilan saat rapat, bersantai atau aktivitas lainnya. Hanya dengan Rp18.500,- bisa mendapatkan air mineral kemasan galon, Rp48.000,- untuk kemasan 1 karton serta hanya Rp2.500,-/botol.

Lapak Pesona UMKM Kelurahan Madiun Lor dapat meningkatkan pendapatan para pedagang kaki lima yang sebelumnya hanya berjualan dari rumahnya sendiri-sendiri. Tempatnya yang strategis, bersih, dan wifi gratis menarik para masyarakat untuk berkunjung dan mencicipi makanan di lokasi tersebut. Tentu saja harus tetap menerapkan protokol kesehatan. Keberadaan Lapak Pesona sebagai taman masyarakat juga menghadirkan daya tarik untuk jalan-jalan, bermain dan berswafoto di spot unik yang ada di dalamnya. Di sisi lain, hadirnya ruang terbuka hijau juga menjadikan lingkungan semakin indah dan asri.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwasanya pemanfaatan jejaring sosial oleh UMKM sangatlah luas. Seluruh UMKM di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor yang menjadi sampel penelitian ini memanfaatkan sosial media dalam operasional usahanya. Sebagian besar penggunaan sosial media berfokus pada promosi atau pemasaran, penyebaran informasi produk, dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Setiap UMKM mempunyai tingkat penggunaan media sosial yang berbeda-beda dalam bisnisnya. Namun, setidaknya setiap UMKM memiliki saluran media sosial. Pelaku usaha UMKM menyadari bahwasanya pemakaian aplikasi media sosial mampu meningkatkan kemampuannya dalam menjangkau pelanggan baru, selain membuka peluang untuk memberikan informasi atau promosi dengan biaya yang lebih terjangkau. Beberapa pelaku UMKM memanfaatkan aplikasi media sosial pribadinya untuk keperluan bisnis. Para pelaku UMKM ini menilai usahanya tidak begitu besar sehingga tidak perlu membuat sosial media khusus untuk usahanya. Di sisi lain, mereka yakin bahwasanya dengan mempergunakan sosial media pribadi, konsumen dan calon konsumen akan mendapatkan lebih banyak kepercayaan dalam usaha yang mereka jalankan karena didasari oleh kepercayaan kepada pemiliknya. Pada konteks ini, pelaku usaha yang mempergunakan akun pribadi untuk tujuan usaha tidak diikutsertakan dalam pembahasan penelitian ini. Sebagian besar UMKM juga tidak hanya mengandalkan pada satu jenis aplikasi

media sosial saja. Sebagian besar dari mereka mempunyai lebih dari dua aplikasi sosial media, antara lain Facebook dan Instagram.

Faktor penghambat pengembangan UMKM dalam meningkatkan pendapatan para pedagang di Lapak Pesona: a). Dari segi teknologi produksi masih tradisional karena para pedagang hanya menggunakan era sederhana baik untuk alat kerja ataupun pengemasan. Sebelumnya pernah dilakukan pelatihan pengemasan namun hanya untuk perwakilan pedagang lapak sehingga hanya sedikit yang udah terpapar kemampuan pengemasan modern. B). Permodalan kurang karena masih menggunakan dana milik pribadi. Adapun solusi dari permasalahan ini yaitu dengan pinjam modal usaha di KUR BRI karena bunga rendah dan tanpa jaminan, pinjam modal usaha di Lembaga Keuangan Kelurahan (LKK), dan mencari sponsorship untuk penambahan modal. c). Belum adanya inovasi pemasaran melalui media online sehingga persaingan kalah. Inovasi yang dapat digunakan yaitu dengan bekerja sama platform seperti gojek, grab, maxime, maupun lainnya. Hal ini mampu menarik para pembeli yang enggan datang langsung ke Lapak Pesona.

KESIMPULAN

Sebagaimana hasil yang didapatkan dari penelitian dan pembahasannya berkesimpulan antara lain: Strategi pengembangan untuk memajukan UMKM di Lapak Pesona meliputi: a). Pembuatan lapak dengan konsep kenyamanan; b). Konsep bangunan berkesan tradisional dan unik joglo dilengkapi dengan gazebo; c). Membuat fasilitas parkir yang luas, terdapat kamar mandi dan toilet yang bersih dan memadai, berdekatan dengan tempat beribadah; d). Adanya aneka menu makanan yang bervariasi. Pengembangan UMKM dalam program Lapak Pesona di Kelurahan Madiun Lor pada tahun ini 2023 telah berjalan dengan baik terbukti dengan meningkatnya penjualan dan diperolehnya penghargaan mengenai sentra pangan jajanan atau kantin yang sesuai dengan syarat higienis sanitasi tingkat nasional dari Kemenkes RI, serta berkembangnya cara pemasaran atau penjualan yang dilakukan oleh para pedagang meskipun tidak dapat dipungkiri tetap ada kendala-kendala yang harus menjadi perhatian dan fokus untuk perbaikan dan pengembangan lanjutan seperti masalah keamanan dan fasilitas tempat makan. Dilihat dari aspek teknis dan tenologis, pemilihan lokasi lapak bisa dikatakan sudah sesuai dan cukup strategis serta representasi untuk berjualan hanya saja dari segi teknologi bisa dikatakan masih kurang selama ini para pedagang hanya menggunakan era sederhana baik untuk alat kerja ataupun pengemasan. Sebelumnya pernah ada dilakukan pelatihan pengemasan namun hanya untuk perwakilan pedagang lapak sehingga hanya sedikit yang udah terpapar kemampuan pengemasan modern. Bagi pemerintah Kota Madiun, dalam hal ini Kelurahan Madiun Lor dan instansi terkecil serta pengelola lapak: Penggunaan teknologi meskipun telah dilakukan masih harus menjadi fokus pengembangan UMKM kedepannya agar upaya pengembangan UMKM ini dapat benar-benar menunjang dan sesuai dengan kebutuhan para pedagang di Lapak Pesona, utamanya penyesuaian dengan perkembangan teknologi di era sekarang. Dibidang keuangan masih sangat perlu dilakukan pengembangan permodalan yang selama ini berjalan masih sebatas kemampuan mandiri para pedagang, jika pemerintah dapat memberikan bantuan suntikan modal tentu hal ini dapat mengembangkan kuantitas dan kualitas pedagang lapak UMKM yang tentunya akan berbanding lurus terhadap penghasilan atau pendapatan yang saat ini masih terbatas. Bagi para pedagang di Lapak Pesona Kelurahan Madiun Lor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun, terus meningkatkan inovasi dan kreasi serta konsistensi dalam berjualan agar penjualan yang sudah baik ini dapat terus meningkat dan berkembang. Meningkatkan strategi pemasaran yang lebih menarik bagi konsumen dan menciptakan item menu lainnya yang disiapkan secara kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandro, R., Uda, T. and Pane, L. L. (2020) 'Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner Khas Suku Dayak Kalimantan Tengah', *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 6(1), p. 11. doi: 10.23887/jiis.v6i1.24749.
- Amirullah (2015) *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bungin, B. (2011) *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Firdausy, C. M. (2017) *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Handayani, T. T. and Apriyani, R. (2019) 'Faktor-Faktor Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Ogan Komering Ulu', *Kolegial*, 7(2), pp. 119–134. Available at: <http://journals.stiedwisakti.ac.id/ojs/index.php/kolegial/article/view/97/84>.
- Handoko, T. H. (2003) *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta.
- Hariandja, M. T. E. (2002) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hariati, I. dan D. S. N. (2018) 'Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Kalimantan Timur', *Paradigma*, 7(2), p. 88.
- Hendro (2011) *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Hery (2018) *Manajemen Strategi*. Jakarta: Grasindo.
- Kuncoro, M. (2006) *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Mankiw, G. (2015) *Pengantar Ekonomi Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Miler, G. S. dan J. (2008) *Manajemen Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2008) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Peraturan Pemerintah RI (2023) *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2023 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*.
- Rachmat (2014) *Manajemen Strategi*. Bandung: Andi Pustaka Setia.
- Soegihartono, S. (2020) 'Penelitian Keberlangsungan Usaha Ardani Indonesia Sebagai Ukm Berbasis Industri Kreatif', *Solusi*, 18(4). doi: 10.26623/slsi.v18i4.2848.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bnadung: CV. Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2009) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Tambunan, T. T. H. (2017) *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2008) *Strategi Pemasaran Edisi ke 2*. Yogyakarta: Andi.
- Todaro, M. P. (2000) *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Umar, H. (2001) *Strategic Management In Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang RI. (2008) *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*.
- Yunus, E. (2016) *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.