

Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang

Vera Maria¹, Tesalonika Situmeang², Robbi Fito Ardana³

¹Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
Email : ¹Vera.maria@untirta.ac.id, ²5551220174@untirta.ac.id, ³5551220160@untirta.ac.id

Alamat : Jl. Raya Jkt Km 4 Jl. Pakupatan, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang,
Banten 42124. , Indonesia

Email : ³ Vera.maria@untirta.ac.id

Abstract

This research aims to examine strategies for developing creative economy-based micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Serang District, Serang Regency. The research method used is qualitative, involving observation, interviews, and documentation, as well as analyzing the SWOT matrix to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats in developing MSMEs in the region. Informants consisted of various parties, including the sub-district head, MSME actors, academics, and government agencies. The research results show that creative economy-based MSMEs in Serang District face a number of challenges, such as limited capital, raw materials, production equipment, and limited market access. The recommended development strategy is the SO (growth) strategy, which prioritizes the use of internal strengths to increase competitive advantage, product diversification, strengthening cooperation between MSMEs, improving product quality, and more aggressive marketing. By implementing these strategies, it is hoped that MSMEs in Serang District can increase their contribution to regional economic development.

Keywords: MSMEs, Serang, Creative Economy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Serang Kabupaten Serang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menerapkan observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta menganalisis Matriks SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan UMKM di wilayah tersebut. Informan terdiri dari berbagai pihak, termasuk Camat, pelaku UMKM, akademisi serta dinas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Serang menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan modal, bahan baku, peralatan produksi, serta akses pasar yang terbatas. Strategi pengembangan yang disarankan adalah Strategi SO (Growth), yang mengutamakan pemanfaatan kekuatan internal untuk meningkatkan keunggulan kompetitif, diversifikasi produk, penguatan kerjasama antar UMKM, peningkatan kualitas produk, serta pemasaran yang lebih agresif. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan UMKM di Kecamatan Serang dapat meningkatkan kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi daerah.

Kata Kunci: UMKM, Serang, Ekonomi Kreatif

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya, baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam. Kekayaan alam yang melimpah seperti hasil hutan, tambang mineral, serta keanekaragaman hayati dimanfaatkan secara luas oleh masyarakat untuk meningkatkan kemakmuran. Sumber daya alam ini juga menjadi modal bagi masyarakat untuk memulai bisnis dan memenuhi kebutuhan hidup mereka. Namun, pada masa pandemi Covid-19 saat ini,

Indonesia mengalami dampak serius yang menyebabkan penurunan ekonomi nasional. Banyak perusahaan skala besar di berbagai sektor terdampak negatif akibat pandemi ini. Kondisi ini menunjukkan bahwa walaupun Indonesia memiliki kekayaan sumber daya, tantangan dari pandemi menunjukkan bahwa keberlanjutan ekonomi perlu dipertimbangkan dengan cara yang lebih berkelanjutan dan inklusif, untuk memitigasi dampak seperti ini di masa depan (Ovilini et al., 2022).

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang vital dan memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi karena beberapa alasan utama. UMKM adalah sumber utama penciptaan lapangan kerja yang produktif. Sebagai sektor padat karya, UMKM memberikan kesempatan kepada berbagai lapisan masyarakat untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi tanpa memerlukan kualifikasi pendidikan atau keahlian khusus. Hal ini membantu mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan sosial. UMKM memiliki karakteristik yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap perubahan ekonomi. Mereka cenderung menggunakan modal yang relatif kecil dan teknologi sederhana, sehingga dapat bertahan dan berkembang di tengah dinamika ekonomi yang berubah-ubah. UMKM juga memainkan peran penting dalam menyebarkan distribusi ekonomi secara merata di berbagai wilayah, terutama di daerah pedesaan dan pinggiran yang sering kali terpinggirkan dari pertumbuhan ekonomi utama.

Selain itu, UMKM memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Meskipun kontribusi setiap UMKM mungkin terlihat kecil secara individual, namun jumlah UMKM yang besar secara kolektif memberikan sumbangan yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pertumbuhan UMKM juga mencerminkan tingkat keseluruhan perkembangan ekonomi, khususnya dalam mencapai keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, distribusi pendapatan, dan pembangunan berkelanjutan.

Kehadiran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis yang sangat penting dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai penyerap tenaga kerja yang signifikan serta pendistribusi hasil-hasil pembangunan.

UMKM berkontribusi secara nyata dalam pertumbuhan ekonomi dengan memberikan daya dorong terhadap aktivitas ekonomi secara keseluruhan. Meskipun UMKM mungkin terlihat sebagai tempat penampungan sementara bagi pekerja yang belum tergabung dalam sektor

formal, namun sektor ini sebenarnya menjadi motor utama pertumbuhan ekonomi. Ini terjadi karena UMKM memiliki kemampuan besar dalam menyerap tenaga kerja, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

UMKM memainkan peran penting dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan secara merata ke berbagai lapisan masyarakat. Dengan adanya UMKM yang tersebar di seluruh wilayah, terutama di daerah pedesaan dan pinggiran, distribusi hasil-hasil ekonomi seperti pendapatan dan peluang usaha dapat disebarluaskan secara lebih adil. Hal ini membantu mengurangi kesenjangan ekonomi antarwilayah dan antarkelompok masyarakat.

Selain itu, perlu diperhatikan bahwa UMKM saat ini telah berkembang dalam berbagai sektor ekonomi. Kementerian Koperasi dan UMKM (2012) mengidentifikasi beragam kategori UMKM, termasuk pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, perdagangan, hingga industri pengolahan dan industri kreatif. Di antara subsektor industri kreatif seperti periklanan, desain, seni pertunjukan, dan lainnya, UMKM di bidang ini dianggap mampu bertahan dan bahkan tumbuh di tengah krisis ekonomi global.

Pemerintah mulai mengarahkan perhatian pada pengembangan sektor UMKM, terutama industri kreatif, sebagai alternatif yang potensial untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Hal ini disebabkan oleh karakteristik UMKM yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap perubahan ekonomi serta kemampuannya dalam menciptakan nilai tambah dengan inovasi dan kreativitas. Dengan demikian, pengembangan UMKM, khususnya di sektor industri kreatif, dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam memperkuat ekonomi nasional dan menghadapi tantangan ekonomi global yang kompleks.

Industri kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan ekonomi Indonesia, sejalan dengan keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Departemen Perdagangan (2008) menekankan beberapa alasan mengapa pengembangan industri kreatif harus diprioritaskan:

Sektor industri kreatif memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi melalui berbagai aspek seperti peningkatan lapangan pekerjaan, ekspor barang dan jasa kreatif, serta sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Dengan pertumbuhan industri kreatif, UMKM di sektor ini dapat menjadi penyedia lapangan kerja yang penting dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional. Pengembangan industri kreatif menciptakan iklim bisnis yang positif yang berdampak positif pada sektor lain dalam ekonomi. Kolaborasi antara industri kreatif dengan sektor lain seperti pariwisata, perdagangan, dan teknologi informasi dapat

memperkuat daya saing ekonomi secara keseluruhan. Terakhir, industri kreatif juga memberikan dampak sosial yang positif dengan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan memperkuat toleransi sosial. Melalui seni dan budaya, industri kreatif dapat menjadi sarana untuk mempererat ikatan sosial dan membangun kesadaran akan keberagaman.

Dengan demikian, pengembangan industri kreatif menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan UMKM dan perekonomian Indonesia secara menyeluruh, karena industri kreatif dapat memberikan kontribusi yang luas terhadap pertumbuhan ekonomi, identitas nasional, inovasi, dan pembangunan sosial.

Kecamatan Serang, yang terletak di Kabupaten Serang, Provinsi Banten, merupakan sebuah wilayah yang memiliki potensi ekonomi yang signifikan namun juga masih menghadapi sejumlah tantangan dalam pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif. Kabupaten Serang secara umum memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, kekayaan budaya, serta lokasi strategis yang berdekatan dengan wilayah perkotaan seperti Jakarta. Namun demikian, tingkat pengembangan UMKM di kecamatan ini belum optimal dan masih banyak menghadapi kendala dalam hal akses pasar yang terbatas, kurangnya akses terhadap modal dan teknologi, serta kurangnya pemahaman akan potensi ekonomi kreatif yang dapat diintegrasikan ke dalam bisnis mereka.

Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif menjadi semakin penting karena potensi ekonomi kreatif memiliki peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Di Kecamatan Serang, terdapat beragam potensi ekonomi kreatif yang dapat dimanfaatkan, seperti seni dan budaya tradisional, kerajinan tangan, kuliner lokal, pariwisata berbasis budaya, serta industri kreatif seperti desain grafis dan fashion. Namun, masih ada kebutuhan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola bisnis berbasis ekonomi kreatif agar mereka dapat bersaing secara lebih baik di pasar lokal maupun global.

Namun kurangnya kemampuan masyarakat lokal, termasuk aparat kecamatan, aparat desa, dan pelaku UMKM, dalam mengembangkan produk olahan lokal yang dapat menciptakan identitas produk khas daerah. Hal ini menyebabkan Kecamatan Pulo Ampel mengalami ketertinggalan dalam pengembangan UMKM dibandingkan dengan kecamatan-kecamatan lain di Kabupaten Serang. Dalam konteks ini, terdapat kesenjangan antara potensi sumber daya lokal yang melimpah dengan kemampuan untuk mengolahnya menjadi produk bernilai tambah yang dapat bersaing di pasar regional maupun nasional. Pelaku UMKM di Kecamatan Pulo

Ampel cenderung belum mampu mengenali dan mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif yang ada di sekitar mereka, seperti seni dan kerajinan tradisional, kuliner lokal, atau kekayaan alam yang dapat dijadikan bahan baku untuk produk-produk unggulan.

No	Nama Desa	Produk UMKM	Keterangan
1	Terondol	Kerajinan Rajutan (sepatu, tas, payung, peci mozaik, dll)	Industri kreatif
2	Serang	Kerajinan pelepah pisang dan kayu (sapu keprik, kaligrafi, bunga pepepah pisang, miniature)	Industri kreatif
3	Serang	Sate bandeng khas banten	Industri produktif
4	Kota Baru	Rabeg	Industri produktif

Masalah yang melatarbelakangi strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang, adalah adanya kendala-kendala yang dihadapi oleh UMKM dalam mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif lokal. Salah satu masalah utama adalah kurangnya akses terhadap pasar yang luas dan beragam. Banyak UMKM di wilayah ini masih terbatas dalam memasarkan produk dan jasa mereka di luar lingkup lokal, sehingga potensi ekspansi dan pertumbuhan bisnis terhambat. Selain itu, masalah akses terhadap modal menjadi kendala serius bagi UMKM di Kecamatan Serang. Banyak pelaku UMKM yang kesulitan mendapatkan pendanaan untuk mengembangkan atau memperluas usahanya, baik untuk pengadaan bahan baku maupun investasi dalam pengembangan produk dan pemasaran.

Keterbatasan akses terhadap teknologi juga menjadi masalah yang perlu diatasi. Sebagian UMKM di Kecamatan Serang masih kurang mengadopsi teknologi dalam mengelola bisnis mereka, baik dalam hal manajemen produksi, pemasaran online, maupun administrasi keuangan. Hal ini menghambat efisiensi dan daya saing UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama di era digital saat ini. Terakhir, minimnya pemahaman akan potensi ekonomi kreatif menjadi penghalang dalam memanfaatkan kekayaan lokal secara maksimal. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami nilai tambah ekonomi dari kegiatan-kegiatan kreatif seperti seni dan kerajinan tradisional, sehingga masih belum mampu mengintegrasikan aspek kreatif ini ke dalam model bisnis mereka.

Dengan memahami dan mengatasi masalah-masalah tersebut, strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Serang dapat dirancang dan dilaksanakan secara lebih efektif untuk memberdayakan UMKM lokal, mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif, serta meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis UMKM di wilayah tersebut.

LANDASAN TEORI

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi yang penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM umumnya terdiri dari bisnis kecil yang memiliki skala operasi yang lebih kecil daripada perusahaan besar. UMKM sering kali dimiliki dan dijalankan oleh individu atau kelompok kecil, dengan karyawan yang relatif sedikit dibandingkan dengan perusahaan besar. Kegiatan UMKM mencakup berbagai sektor, termasuk perdagangan, jasa, manufaktur, pertanian, dan lainnya. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang jelas dalam Bab I Pasal 1. Menurut pasal ini, UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki, dikelola, dan atau dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria kecil dan menengah. Kriteria ini antara lain meliputi:

1. Usaha Mikro:

- Untuk usaha mikro, kriteria ini terpenuhi jika memiliki nilai kekayaan bersih maksimum Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- Atau memiliki hasil penjualan tahunan maksimum Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil:

- Untuk usaha kecil, kriteria ini terpenuhi jika memiliki nilai kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) hingga Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- Atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) hingga Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah:

- Untuk usaha menengah, kriteria ini terpenuhi jika memiliki nilai kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) hingga Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- Atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) hingga Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Menurut Ariyanto dkk. (2021), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha perdagangan yang dikelola oleh individu atau badan usaha dengan skala operasi yang relatif kecil atau mikro. Definisi ini menunjukkan bahwa UMKM dapat meliputi usaha dagang yang dimiliki oleh perorangan atau entitas bisnis kecil, yang mungkin memiliki cakupan operasional yang terbatas dan sederhana. Dengan kata lain, UMKM merupakan sektor usaha yang tidak sebesar perusahaan besar, tetapi memiliki peran penting dalam ekonomi dengan karakteristik kecil dan mikro dalam skala operasional dan kepemilikan.

Maka dapat disimpulkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai sektor ekonomi yang terdiri dari usaha perdagangan, jasa, atau manufaktur yang memiliki skala operasi yang relatif kecil atau mikro. UMKM umumnya dikelola oleh individu atau badan usaha kecil, dengan jumlah karyawan yang terbatas. Karakteristik utama UMKM adalah ukurannya yang lebih kecil daripada perusahaan besar, namun memiliki peran strategis dalam menggerakkan perekonomian dengan kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM sering kali mencerminkan kreativitas, inovasi, dan adaptabilitas dalam memenuhi kebutuhan pasar yang beragam. Penting untuk memberikan dukungan dan perhatian khusus kepada UMKM melalui kebijakan dan program yang mendukung pertumbuhan, keberlanjutan, dan daya saing mereka dalam ekosistem bisnis.

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang menekankan pada peran kreativitas, inovasi, dan kegiatan budaya dalam menciptakan nilai ekonomi. Secara umum, ekonomi kreatif mencakup berbagai sektor dan industri di mana ide-ide kreatif, bakat seni, dan keahlian teknologi digunakan untuk menghasilkan produk dan layanan yang memiliki nilai tambah secara ekonomi. Sektor ekonomi kreatif meliputi seni pertunjukan (teater, musik, tari), media

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI
KREATIF DI KECAMATAN SERANG, KABUPATEN SERANG**

dan hiburan (film, televisi, permainan video), desain (mode, desain grafis, arsitektur), periklanan dan pemasaran kreatif, serta industri kreatif lainnya.

Dalam konteks ekonomi kreatif, kreativitas memiliki nilai yang sangat penting. Ini berarti kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, inovasi, dan kreasi yang memungkinkan usaha untuk bertahan dan berkembang dalam pasar yang kompetitif. Dengan menerapkan konsep ekonomi kreatif, pelaku usaha dapat menciptakan produk-produk yang unik dan memiliki ciri khas yang dapat dikenali oleh konsumen. Misalnya, melalui desain, gaya, atau cerita di balik produk tersebut, produk-produk dari suatu daerah atau kota bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan atau konsumen local (Fadhilah S, 2020).

Dengan adanya elemen kreatif ini, usaha dapat membedakan dirinya dari pesaing dan menciptakan identitas yang kuat dalam benak konsumen. Selain itu, inovasi dan kreativitas juga membuka peluang untuk ekspansi pasar dan meningkatkan daya saing. Contohnya, penggunaan teknologi baru, desain yang unik, atau pemasaran kreatif dapat memperluas jangkauan pasar dan menarik minat konsumen baru.

Maka dari itu, Sistem ekonomi kreatif dianggap sebagai solusi potensial dalam menghadapi tantangan ekonomi global yang berkembang dan diperkirakan akan mengubah sistem ekonomi yang telah ada. Menurut Mahmud Syarif & Ayu Azizah (2015) dan Daulay (2018), pengembangan ekonomi kreatif menjadi bagian dari optimisme dan aspirasi untuk mendukung visi Indonesia menjadi negara maju.

Salah satu pendekatan untuk membangun desa adalah dengan mendorong jiwa kewirausahaan dan kreativitas melalui pengembangan ekonomi dan industri kreatif, seperti yang disampaikan oleh Hamid & Ikbal (2017). Dalam konteks ini, pengembangan ekonomi kreatif memberikan peluang untuk menghasilkan nilai tambah, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat identitas lokal. Pendekatan ini juga melibatkan pemanfaatan potensi budaya, seni, teknologi, dan inovasi untuk menciptakan ekosistem bisnis yang dinamis dan berkelanjutan.

Melalui ekonomi kreatif, negara seperti Indonesia dapat merangsang pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan dengan memanfaatkan potensi kreativitas masyarakat di berbagai sektor. Dengan demikian, pengembangan ekonomi kreatif bukan hanya menjadi solusi

mengembangkan potensi ekonomi lokal serta mewujudkan visi pembangunan yang lebih maju dan berdaya saing.

METODE PENELITIAN

Objek dan lokasi penelitian ini yaitu pada UMKM yang terdapat pada Kecamatan Serang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yang melibatkan proses observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Menurut David & Rangkuti (2014), analisis SWOT melibatkan empat faktor strategis yang harus dipertimbangkan dalam merumuskan strategi perusahaan:

- 1) Strategi SO (*Strengths-Opportunities*): Strategi ini difokuskan pada pemanfaatan kekuatan (*strengths*) yang dimiliki perusahaan untuk mengambil peluang (*opportunities*) yang ada di lingkungan eksternal. Perusahaan menggunakan kekuatan internalnya untuk mengambil manfaat dari situasi yang menguntungkan di luar perusahaan.
- 2) Strategi ST (*Strengths-Threats*): Strategi ini bertujuan untuk menghindari ancaman (*threats*) dengan memanfaatkan kekuatan (*strengths*) perusahaan. Perusahaan menggunakan keunggulan internalnya untuk melindungi diri dari potensi ancaman eksternal.
- 3) Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*): Strategi ini menekankan pada pemanfaatan peluang (*opportunities*) eksternal dengan mengatasi kelemahan (*weaknesses*) internal perusahaan. Perusahaan berupaya untuk memperbaiki kekurangan internalnya agar dapat memanfaatkan peluang yang ada.
- 4) Strategi WT (*Weaknesses-Threats*): Strategi ini berfokus pada upaya meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan menghindari ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan. Perusahaan melakukan langkah-langkah defensif untuk mengurangi dampak dari kelemahan internal dan ancaman eksternal.

Dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan dapat mengidentifikasi posisi relatifnya di pasar dan lingkungan bisnis, serta merumuskan strategi yang tepat berdasarkan kombinasi antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KECAMATAN SERANG, KABUPATEN SERANG

ancaman). Strategi yang dipilih akan membantu perusahaan untuk memanfaatkan keunggulan dan menghadapi tantangan demi mencapai tujuan bisnisnya. Dalam penelitian ini, informan yang digunakan meliputi Camat Kecamatan Serang, Staff Data UMKM Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Provinsi Banten, para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), akademisi di Kecamatan Serang. Kegiatan penelitian dilakukan selama satu tahun untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber dan pihak terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Karakteristik Objek Penelitian

Karakteristik UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. Wilayah ini menjadi objek penelitian karena potensi ekonomi kreatif yang dimilikinya, yang mencakup berbagai sektor seperti kerajinan, kuliner, fashion, seni dan budaya, serta industri kreatif lainnya. UMKM di Kecamatan Serang memiliki ciri khas yang unik dan beragam, mencerminkan keanekaragaman budaya dan sumber daya lokal yang ada. Mereka sering kali menggabungkan tradisi lokal dengan inovasi modern, menciptakan produk dan layanan yang memiliki nilai tambah dan daya tarik yang tinggi.

Selain itu, UMKM di Kecamatan Serang juga memiliki karakteristik sebagai agen perubahan dalam perekonomian lokal. Mereka tidak hanya berperan sebagai penghasil pendapatan bagi pemiliknya, tetapi juga sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, pencipta lapangan kerja, serta pelaku inovasi dan kreativitas. Keterlibatan UMKM dalam ekonomi kreatif memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ekonomi lokal, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pelestarian dan promosi budaya lokal.

B. Hasil Analisis Data

Analisis data untuk judul "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang" mengungkap beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM berbasis ekonomi kreatif di wilayah tersebut. Pertama, terdapat kendala dalam sumber daya manusia, di mana beberapa UMKM mungkin menghadapi tantangan dalam hal keahlian dan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan produk dan layanan kreatif. Kedua, akses terhadap modal masih menjadi

hambatan, dengan beberapa UMKM kesulitan dalam mendapatkan dukungan finansial yang memadai untuk pengembangan usaha. Ketiga, aspek pemasaran juga menjadi tantangan, terutama dalam menciptakan visibilitas dan menjangkau pasar yang lebih luas untuk produk dan layanan kreatif mereka. Keempat, penguasaan teknologi informasi juga menjadi penting, tetapi beberapa UMKM mungkin masih tertinggal dalam hal ini.

Selain itu, terdapat kebutuhan akan pembangunan infrastruktur pendukung, seperti keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES), yang dapat menjadi platform untuk mengelola, menyatukan, dan memasarkan produk UMKM secara efektif. Gambaran kondisi potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Serang saat ini menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk pemberdayaan yang lebih besar, baik melalui dukungan waktu, lokasi, maupun sektor. Namun, upaya pemberdayaan yang dilakukan belum memberikan hasil yang optimal dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan di wilayah tersebut. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang komprehensif dan terarah untuk meningkatkan kapasitas, akses pasar, dan daya saing UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang, sehingga mereka dapat menjadi motor pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembangunan lokal.

C. Hasil Wawancara dengan Informan

Profil Informan Informan penelitian berjumlah 4 informan UMKM Industri kreatif dan Insutri Produktif yang ada di Kecamatan serang, Pihak Akademisi, dan pihak Pemerintah Desa, dinas koperasi dan Kecamatan.

Penelitian ini mengkaji secara mendalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi dalam bidang kerajinan rajutan seperti sepatu, tas, pakaian, peci mozaik, dan lain sebagainya. Selain itu, fokus juga diberikan pada UMKM yang menghasilkan kerajinan dari pelepah pisang dan kayu, termasuk sapu keprik, kaligrafi, bunga pepelah pisang, serta miniature. Selain dua bidang tersebut, sate bandeng khas Banten juga menjadi bagian dari objek penelitian ini. Serta tidak ketinggalan, UMKM yang memproduksi rabeg, sebuah makanan khas yang memiliki ciri khas tersendiri dalam budaya kuliner di daerah tersebut. Dengan meneliti ragam UMKM dari berbagai bidang ini, penelitian bertujuan untuk memahami karakteristik, potensi, tantangan, dan strategi pengembangan yang relevan bagi masing-masing sektor. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI
KREATIF DI KECAMATAN SERANG, KABUPATEN SERANG**

komprehensif tentang kontribusi UMKM dalam ekonomi kreatif Kecamatan Serang, Kabupaten Serang, serta memberikan dasar yang kokoh untuk perumusan kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor UMKM secara inklusif dan berkelanjutan di wilayah tersebut.

D. Permasalahan Umum UMKM Kreatif di Kecamatan Serang

Salah seorang pejabat pemerintah dari wilayah Kecamatan Serang, yaitu Camat Kab. Serang (H. Mashudi, S.E., M.Si.), menyatakan bahwa:

Kerjasama antar UMKM, di mana pembinaan yang diberikan lebih difokuskan pada pengarahan mengenai umkm daripada membangun kerjasama aktif di antara pelaku usaha. Kedua, tantangan utama yang dihadapi adalah dalam hal permodalan, di mana UMKM kesulitan memenuhi kebutuhan modal untuk memproduksi usaha mereka. Meskipun ada upaya untuk memberikan rekomendasi terhadap instansi terkait, masih diperlukan strategi lebih lanjut untuk mengatasi masalah ini.

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa UMKM di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang, menghadapi sejumlah permasalahan umum yang perlu ditangani. Pertama, kerjasama antar UMKM masih menjadi tantangan yang signifikan. Meskipun ada upaya pembinaan, namun lebih banyak difokuskan pada pengarahan mengenai UMKM daripada membangun kerjasama yang efektif di antara pelaku usaha. Kedua, permodalan merupakan masalah utama yang dihadapi oleh UMKM di wilayah ini. Kesulitan dalam memenuhi kebutuhan modal untuk memproduksi usaha menjadi hambatan utama, meskipun upaya dilakukan dengan memberikan rekomendasi terhadap instansi terkait.

Selanjutnya, keterbatasan produksi juga menjadi masalah yang signifikan, terutama disebabkan oleh kurangnya permodalan yang mengakibatkan harga bahan baku yang tinggi dan keterbatasan dalam jangkauan pemasaran. Program-program pembinaan yang ada cenderung mengarahkan pada kreativitas dalam lingkungan sendiri, namun masih perlu strategi lebih lanjut untuk meningkatkan kapasitas produksi UMKM secara keseluruhan.

Dalam hal pemasaran, meskipun terjadi evaluasi terhadap strategi yang digunakan berdasarkan kebutuhan masyarakat, namun masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk UMKM secara keseluruhan. Upaya

memperkenalkan teknologi atau inovasi dalam pemasaran telah dilakukan, namun tanggapan dan adopsi dari pelaku usaha masih perlu ditingkatkan.

Pemerintah daerah berencana untuk mendukung UMKM dalam mengatasi tantangan permodalan dan pemasaran dengan mengarahkan dan merekomendasikan apa yang dibutuhkan serta merekomendasikan ke instansi yang terkait. Peran komunitas atau organisasi non-pemerintah juga cukup signifikan dalam mendukung pengembangan UMKM kreatif dengan memfasilitasi dan membina apa yang dibutuhkan oleh pelaku usaha serta mengevaluasi kekurangan-kekurangan yang ada. **Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Banten (Bapak Gilang Tri Santoso)**

Tantangan utama yang dihadapi adalah tidak bisa memenuhi kebutuhan modal untuk memproduksi usaha. Program dan solusi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan mendorong untuk memberikan rekomendasi terhadap instansi yang terkait. Selain itu, memiliki banyak hambatan lain terutama permodalan. Untuk permodalan di arahkan ke learning sektornya yaitu Perindag. Kendalanya mungkin dari permodalan itu, dengan harga tinggi, bahan pokonya, jangkauan dari pemasaran.

Dari rangkaian pernyataan tersebut, tergambar bahwa UMKM di Kabupaten Serang masih menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat kemampuan mereka untuk berkembang secara optimal. Meskipun ada upaya dari pemerintah daerah untuk mendukung UMKM dengan mengarahkan dan merekomendasikan solusi terhadap masalah permodalan dan pemasaran, serta mengenalkan teknologi dan inovasi melalui sosialisasi dan pelatihan, namun masih terdapat keterbatasan dalam implementasinya. Tantangan utama seperti permodalan yang sulit diakses dan keterbatasan produksi akibat kurangnya dana serta harga bahan baku yang tinggi, menunjukkan bahwa UMKM di wilayah tersebut masih belum sepenuhnya berkembang secara optimal. Meskipun demikian, adanya upaya dan inisiatif dari pemerintah daerah dan pihak terkait menunjukkan potensi untuk peningkatan di masa depan. Dengan terus meningkatkan dukungan, pelatihan, dan akses terhadap sumber daya, diharapkan UMKM di Kabupaten Serang dapat mengatasi tantangan yang dihadapi dan berkembang menjadi motor ekonomi yang lebih kuat dan berkelanjutan bagi wilayah tersebut.

Pihak Akademisi (Dr. Liza Mumtazah Damarwulan, S.E., M.Si.)

Informan menyatakan bahwa banyak UMKM kesulitan untuk berkembang karena kurangnya akses terhadap pelatihan yang diperlukan untuk meningkatkan

keterampilan dan pengetahuan mereka dalam mengelola bisnis. Selain itu, informan juga menyoroti bahwa banyak pelaku usaha kurang aktif dalam membaca informasi dan perkembangan terkini, baik dari dalam maupun luar negeri, sehingga mereka terbatas dalam menginspirasi diri dan mengadopsi praktik terbaik dari orang lain. Kurangnya pemahaman akan tren dan inovasi terkini dapat menjadi penghambat bagi kemajuan UMKM, sehingga penting bagi mereka untuk aktif mencari informasi, membaca, dan terus belajar agar dapat mengembangkan usaha mereka dengan lebih baik.

Dari pernyataan informan tersebut, tergambar pandangan bahwa UMKM di Kabupaten Serang menghadapi tantangan signifikan dalam hal pengembangan dan pertumbuhan. Kurangnya pelatihan serta minimnya akses informasi tentang perkembangan terkini, baik dari dalam maupun luar negeri, menjadi hambatan utama bagi UMKM untuk berkembang secara optimal. Pandangan ini menggambarkan bahwa UMKM di wilayah tersebut perlu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka melalui pelatihan yang relevan, serta aktif mencari informasi tentang tren dan inovasi terbaru dalam bisnis. Tanpa pemahaman yang memadai tentang perkembangan di industri dan pasar, UMKM cenderung terbatas dalam kemampuan mereka untuk beradaptasi dan berinovasi, yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis mereka. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih besar untuk memberikan akses pelatihan yang lebih luas dan memfasilitasi akses informasi yang lebih baik bagi UMKM, sehingga mereka dapat lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. **UMKM Tiesa Handmade** menyatakan bahwa belum ada kerjasama apapun (nyari sendiri) kalau ada *event* paling diwadahi atau dihubungi oleh Disperindag Provinsi (mereka yang minta) karena ada binaannya.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa UMKM merasa kurang terbantu dalam mencari peluang kerjasama atau mendapatkan dukungan dari pemerintah atau dinas terkait di tingkat lokal, dan hanya mendapat bantuan ketika ada event atau kegiatan yang diinisiasi oleh pihak yang lebih tinggi, seperti Disperindag Provinsi. Hal ini mengindikasikan bahwa belum terjalinnnya kerjasama yang efektif antara UMKM dengan pihak terkait di tingkat kabupaten atau kecamatan.

E. Permasalahan Bahan Baku

Para pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan serang mengungkapkan kendala dalam perolehan bahan baku.

Para pengusaha UMKM di Kecamatan serang sering menghadapi tantangan dalam mendapatkan bahan baku untuk membuat produk olahan, dan mereka juga belum memiliki peralatan yang praktis dan ekonomis untuk memproduksi barang. Ini berarti bahwa mereka kesulitan dalam menyelesaikan proses produksi mereka karena keterbatasan sumber daya dan infrastruktur yang diperlukan. **Salah satu pernyataan pelaku UMKM “Susah nyari, kadang customer mau pakai kulit jadi harus pesan ke pengrajin, ada langganan di Bandung dan Depok”.** Pernyataan ini menunjukkan bahwa UMKM mengalami kesulitan dalam mendapatkan bahan baku, terutama kulit, sehingga mereka harus memesannya dari pengrajin yang berada di luar wilayah kecamatan Serang. Hal ini mencerminkan kurangnya dukungan atau kerjasama dari pihak kecamatan atau dinas dalam memfasilitasi akses UMKM terhadap bahan baku yang dibutuhkan untuk produksi mereka.

F. Permasalahan Modal

Tantangan dalam hal modal telah menjadi isu yang sering dihadapi oleh UMKM. Mayoritas pengusaha UMKM yang berinovasi di Kecamatan serang mengalami keterbatasan keuangan dalam mendapatkan modal. Salah satu narasumber dari kalangan pengusaha UMKM yang kreatif, menyampaikan:

“Kurangnya modal yang memadai sehingga harus cari kerjasama dengan UMKM lain. Misalnya, UMKM Tegal Maja membuat tas bambu lalu ibunya (Bu Herti) yang merajut.”

Pernyataan ini mengindikasikan bahwa salah satu UMKM mengalami kendala dalam hal modal, sehingga mereka mencoba untuk mencari kerjasama dengan UMKM lain sebagai alternatif untuk mengatasi keterbatasan modal yang mereka miliki. Keterbatasan modal dapat menghambat UMKM dalam pengembangan usaha dan peluang pertumbuhan yang lebih besar. Dengan kata lain, permasalahan modal mempengaruhi kemampuan UMKM untuk berkembang dan mengoptimalkan potensi bisnisnya.

G. Permasalahan Kerja Sama

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI
KREATIF DI KECAMATAN SERANG, KABUPATEN SERANG**

Kurangnya kerjasama atau dukungan dari pihak terkait, seperti pemerintah atau dinas, dalam hal penyediaan bahan baku atau peralatan produksi yang lebih baik. Salah satu narasumber menyampaikan:

UMKM Rabeg Serang menunjukkan bahwa tidak ada kerjasama yang terjalin dengan pihak terkait dalam menyediakan bahan baku atau peralatan produksi yang lebih canggih atau praktis.

Hal ini menggambarkan bahwa UMKM menghadapi kendala dalam mendapatkan dukungan atau kerjasama dari pihak terkait untuk meningkatkan kualitas atau efisiensi produksi mereka. Kurangnya kerjasama atau dukungan tersebut dapat membatasi kemampuan UMKM untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, masalah ini juga perlu mendapat perhatian dalam upaya meningkatkan kondisi dan kelangsungan usaha UMKM.

H. Permasalahan Kurangnya Pelatihan

Kurangnya akses terhadap pelatihan atau pendidikan yang diperlukan untuk mengembangkan usaha UMKM. Salah satu narasumber menyampaikan:

"Sumber Utama *Craft* menunjukkan bahwa mereka belum mengikuti pelatihan sebelumnya, yang menunjukkan kurangnya akses terhadap pelatihan atau pendidikan yang dapat membantu dalam mengembangkan usaha mereka."

Kurangnya akses terhadap pelatihan atau pendidikan dapat menghambat UMKM dalam memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk, mengelola usaha dengan lebih efektif, dan menghadapi tantangan pasar yang kompleks. Oleh karena itu, penting bagi pihak terkait, termasuk pemerintah dan lembaga non-pemerintah, untuk menyediakan program pelatihan dan pendidikan yang relevan dan mudah diakses bagi UMKM agar dapat meningkatkan kemampuan dan daya saing mereka.

I. Permasalahan Teknologi dan Inovasi

Kurangnya akses atau pemahaman tentang teknologi dan inovasi dalam pemasaran produk bagi UMKM. Salah satu UMKM menyatakan

“Sumber Utama *Craft* menunjukkan bahwa mereka belum banyak menggunakan teknologi atau inovasi dalam pemasaran produk mereka.”

Kurangnya pemahaman atau akses terhadap teknologi dan inovasi dalam pemasaran dapat membatasi UMKM dalam mencapai pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas merek, dan meningkatkan penjualan. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, penting bagi UMKM untuk dapat memahami dan memanfaatkan alat-alat *digital* dan inovasi pemasaran yang tersedia untuk meningkatkan daya saing mereka. Oleh karena itu, pendekatan yang mendukung pelatihan dan bimbingan dalam hal teknologi dan inovasi dapat membantu UMKM mengatasi tantangan ini dan tumbuh secara lebih berkelanjutan dalam era digital saat ini.

J. Solusi untuk Kemajuan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang

Dari hasil wawancara, tampak bahwa UMKM di Kecamatan Serang menghadapi sejumlah tantangan yang meliputi masalah modal, akses terhadap bahan baku, kurangnya dukungan dari pihak terkait, dan kurangnya akses terhadap pelatihan serta teknologi pemasaran. Untuk mengatasi tantangan tersebut dan mendorong kemajuan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Serang, diperlukan solusi-solusi konkret sebagai berikut:

1. **Masalah Modal:** Solusi: Pemerintah daerah dapat memperluas akses terhadap modal melalui program pinjaman khusus untuk UMKM dengan bunga yang terjangkau atau tanpa agunan. Selain itu, dapat dilakukan kerjasama dengan lembaga keuangan mikro atau penyedia modal ventura untuk memberikan dukungan finansial.
2. **Akses Terhadap Bahan Baku:** Solusi: Pemerintah daerah dapat memfasilitasi pembentukan jaringan suplai lokal atau koperasi bagi UMKM untuk memperoleh bahan baku dengan harga yang kompetitif. Selain itu, dapat dilakukan kerjasama dengan produsen lokal atau lembaga pemerintah terkait untuk meningkatkan ketersediaan bahan baku secara lokal.
3. **Kurangnya Dukungan dari Pihak Terkait:** Solusi: Pemerintah daerah dapat membentuk program atau inisiatif yang menyediakan bimbingan dan konsultasi bagi UMKM, serta memfasilitasi kerjasama antara UMKM dengan lembaga pendidikan, industri, dan komunitas lokal untuk mendukung pengembangan bisnis mereka.
4. **Kurangnya Akses Terhadap Pelatihan dan Teknologi Pemasaran:** Solusi: Pemerintah daerah dapat menyelenggarakan program pelatihan rutin yang mencakup

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KECAMATAN SERANG, KABUPATEN SERANG

berbagai aspek manajemen usaha, keterampilan teknis, dan pemasaran digital. Selain itu, dapat dilakukan kerjasama dengan platform *e-commerce* atau perusahaan teknologi untuk memberikan pelatihan dan akses terhadap teknologi pemasaran.

Dengan mengimplementasikan solusi-solusi ini secara terintegrasi, diharapkan UMKM di Kecamatan Serang dapat mengatasi tantangan yang dihadapi dan mendorong pertumbuhan serta daya saing usaha mereka dalam ekosistem ekonomi kreatif.

Faktor Internal	<p><i>Strength (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Warisan budaya dan tradisi lokal yang kaya. 2. Kreativitas dan keahlian dalam pembuatan produk kerajinan tradisional. 3. Keterlibatan aktif dalam komunitas lokal dan kegiatan budaya. 4. Dukungan pemerintah daerah dan lembaga terkait dalam bentuk pelatihan dan bantuan modal. 5. Akses terhadap bahan baku lokal yang unik dan berkualitas. 	<p><i>Weakness (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan modal untuk pengembangan usaha dan investasi dalam teknologi. 2. Kurangnya keterampilan manajemen dan pemasaran yang modern. 3. Ketergantungan pada pasokan bahan baku dari luar daerah. 4. Kurangnya akses terhadap pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. 5. Kurangnya diversifikasi produk dan ketergantungan pada satu jenis produk tertentu.
Faktor Eksternal		
<i>Opportunity (O)</i>	Strategi SO (<i>Growth</i>)	Strategi WO (<i>Stability</i>)

<p>1. Dukungan pemerintah dan lembaga non-pemerintah dalam pengembangan UMKM.</p> <p>2. Peningkatan permintaan pasar atas produk lokal dan kerajinan tradisional.</p> <p>3. Kemajuan teknologi dan akses internet yang memungkinkan pemasaran online.</p> <p>4. Potensi kerjasama dengan industri pariwisata untuk memasarkan produk lokal.</p> <p>5. Pertumbuhan ekonomi lokal yang memberikan peluang pasar yang lebih besar.</p>	<p>1. Pengembangan Produk Inovatif: Memanfaatkan kekayaan budaya dan tradisi lokal untuk mengembangkan produk-produk inovatif yang memenuhi permintaan pasar yang berkembang, seperti produk kerajinan dengan desain modern yang terinspirasi dari warisan lokal.</p> <p>2. Pemasaran Digital dan E-Commerce: Memanfaatkan kreativitas dalam pemasaran produk secara digital melalui platform e-commerce dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar, serta memperluas pangsa pasar di luar daerah.</p> <p>3. Kolaborasi dengan Industri Pariwisata: Menggandeng industri pariwisata</p>	<p>1. Pelatihan Keterampilan Manajemen dan Pemasaran: Memanfaatkan pelatihan yang disediakan oleh pemerintah dan lembaga terkait untuk meningkatkan keterampilan manajemen dan pemasaran para pelaku UMKM, sehingga mereka dapat mengelola usaha mereka dengan lebih efektif dan efisien.</p> <p>2. Kerjasama dengan UMKM Lain: Menggali potensi kerjasama dengan UMKM lain dalam hal sumber daya dan distribusi, sehingga dapat saling mendukung dalam memenuhi kebutuhan bahan baku, mengembangkan produk bersama, atau</p>
---	---	---

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KECAMATAN SERANG, KABUPATEN SERANG

	<p>lokal untuk memasarkan produk UMKM kepada wisatawan, baik melalui kerjasama promosi maupun penyediaan produk khas daerah untuk souvenir.</p> <p>4. Peningkatan Kualitas Produk: Memanfaatkan keahlian dalam pembuatan produk tradisional untuk meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk, sehingga dapat bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif dan memenuhi standar pasar yang lebih tinggi.</p> <p>5. Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia: Memanfaatkan dukungan pemerintah</p>	<p>meningkatkan jangkauan pasar.</p> <p>3. Diversifikasi Produk: Mengidentifikasi peluang diversifikasi produk berdasarkan keunggulan lokal dan tren pasar yang ada, sehingga dapat mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk tertentu dan meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas.</p> <p>4. Akses Terhadap Modal: Mencari sumber pembiayaan alternatif seperti program bantuan atau pinjaman yang disediakan oleh pemerintah atau lembaga keuangan untuk memperoleh modal tambahan guna mengatasi keterbatasan modal dalam</p>
--	---	--

	<p>dan lembaga terkait untuk menyelenggarakan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, termasuk pelatihan manajemen, keterampilan teknis, dan pemasaran digital, guna meningkatkan kapasitas dan keterampilan tenaga kerja.</p>	<p>pengembangan usaha.</p> <p>5. Pemanfaatan Teknologi:</p> <p>Memanfaatkan kemajuan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran, seperti penggunaan platform digital untuk manajemen inventaris, pemasaran <i>online</i>, dan peningkatan efisiensi operasional, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing.</p>
<p><i>Threats (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dari produk serupa yang diproduksi di daerah lain atau impor. 2. Fluktuasi harga bahan baku dan ketidakpastian pasokan. 3. Perubahan regulasi atau kebijakan yang 	<p>Strategi ST (<i>Diversification</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi Produk: Memanfaatkan kekayaan budaya dan kreativitas lokal untuk mengembangkan beragam produk yang berbeda, sehingga dapat mengurangi risiko dari fluktuasi 	<p>Strategi WT (<i>Defend</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan Kualitas Produk: Fokus pada peningkatan kualitas produk untuk mengatasi persaingan dengan produk sejenis yang lebih unggul, sehingga dapat mempertahankan

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI
KREATIF DI KECAMATAN SERANG, KABUPATEN SERANG**

<p>dapat mempengaruhi operasional UMKM.</p> <p>4. Perubahan tren dan selera pasar yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk.</p> <p>5. Risiko bencana alam atau kejadian tak terduga lainnya yang dapat mengganggu produksi dan distribusi.</p>	<p>pasar dan persaingan dengan produk sejenis.</p> <p>2. Penguatan Kerjasama Lokal: Membangun kemitraan dengan UMKM lain di daerah untuk saling mendukung dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal, serta memperluas jangkauan pasar secara bersama-sama.</p> <p>3. Peningkatan Kualitas dan Diferensiasi Produk: Fokus pada peningkatan kualitas produk serta memberikan nilai tambah atau ciri khas yang membedakan produk dari pesaing, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan keunikan produk di pasar.</p>	<p>keunggulan kompetitif di pasar.</p> <p>2. Kolaborasi dan Jaringan: Membangun jaringan kerjasama dengan UMKM lain atau lembaga terkait untuk saling mendukung dalam menghadapi tantangan bersama, seperti mengatasi keterbatasan akses bahan baku atau menghadapi persaingan dari produk impor.</p> <p>3. Peningkatan Efisiensi Operasional: Mengidentifikasi dan mengatasi inefisiensi dalam proses produksi dan operasional, seperti memperbaiki manajemen persediaan atau mengoptimalkan penggunaan sumber daya, sehingga dapat</p>
--	---	--

	<p>4. Ekspansi Pemasaran: Mengeksplorasi pasar baru dan meningkatkan penetrasi pasar yang sudah ada dengan strategi pemasaran yang lebih agresif dan beragam, termasuk melalui pemasaran digital dan kerjasama dengan industri pariwisata.</p>	<p>mengurangi biaya produksi dan meningkatkan profitabilitas.</p> <p>4. Diversifikasi Pasar: Mengeksplorasi pasar baru atau segmen pasar yang lebih spesifik untuk mengurangi ketergantungan pada satu pasar atau pelanggan tertentu, sehingga dapat mengurangi risiko dari fluktuasi pasar atau perubahan perilaku konsumen.</p>
--	---	--

Berdasarkan analisis matriks SWOT untuk UMKM di Kecamatan Serang, strategi pengembangan dapat difokuskan pada penguatan keunggulan internal, seperti memanfaatkan kekayaan budaya lokal untuk diversifikasi produk dan meningkatkan kualitas produk, serta memperkuat kerjasama lokal untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, UMKM perlu mengoptimalkan pemasaran produk melalui ekspansi pasar baru dan strategi pemasaran yang lebih agresif, termasuk melalui pemasaran digital dan kerjasama dengan industri pariwisata. Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara terintegrasi, UMKM di Kecamatan Serang dapat memanfaatkan potensi internal mereka, memanfaatkan peluang eksternal, dan mengatasi tantangan internal dan eksternal, sehingga dapat mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan yang lebih baik dalam bisnis mereka.

KESIMPULAN

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KECAMATAN SERANG, KABUPATEN SERANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran strategis dalam pembangunan ekonomi di Kecamatan Serang. UMKM tidak hanya berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, tetapi juga dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Namun, UMKM dihadapkan pada sejumlah tantangan, termasuk masalah permodalan, akses terhadap bahan baku, dan kurangnya pelatihan serta pengetahuan tentang perkembangan pasar. Melalui strategi pengembangan yang terintegrasi, seperti memanfaatkan keunggulan internal dalam budaya lokal, memperkuat kerjasama antar UMKM, meningkatkan kualitas produk, dan mengoptimalkan strategi pemasaran, UMKM di Kecamatan Serang dapat mengatasi tantangan tersebut dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan serta berkontribusi lebih besar terhadap pembangunan ekonomi lokal.

Masalah internal seperti permodalan dan akses bahan baku, UMKM juga dihadapkan pada tantangan eksternal, seperti kurangnya pengetahuan dan pelatihan tentang perkembangan pasar serta strategi pemasaran yang efektif. Banyak pelaku UMKM kurang memahami cara memasarkan produk mereka dengan baik, terutama melalui *platform digital* yang semakin dominan dalam perdagangan modern.

Namun demikian, mengidentifikasi sejumlah strategi pengembangan yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut. Salah satunya adalah memanfaatkan keunggulan internal, seperti kekayaan budaya lokal, untuk mengembangkan produk-produk yang berbeda dan unik. Selain itu, penguatan kerjasama antar UMKM lokal juga menjadi kunci dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Penekanan pada peningkatan kualitas produk serta diferensiasi juga diperlukan untuk mempertahankan dan meningkatkan daya tarik produk di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Avianto, B. N. (2017), Analisis Pengembangan Home Industri Unggulan Kaos Etnik Khas Cirebon di Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon, *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 2 No. 5, pp. 48–57.

Daulay, Z. A. A. (2018), Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan), TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam, Vol. 1 No. 1. pp. 170-190.

Fadhilah S. (2020). *PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS INDUSTRI RUMAH TANGGA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT (Studi Pada Kelompok Usaha Rumah Tangga Binaan Yayasan EcoNatural Society di Kabupaten Kepulauan Selayar)*.

Idayu, Riyanthi Idayu, MohammadHusni, dan Suhandic, “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).

Jefri,Ulfi Jefri dan Ibrahim, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Pulo Ampel Kabupaten Serang Banten,” Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo 7, no. 1 (2021)

Ovilini, D., Sabbatinie, G., Manajemen, M., Ekonomi, F., Universitas, B., & Pontianak, T. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kapuas Hulu. *Proceeding Seminar Nasional Bisnis* , 40–52.

Sugiyanto, S., Putri, A., & Kartolo, R. (2021), Potensi Kekayaan Intektual Pada Pemberdayaan Umkm Dan Koperasi Kota Tangerang Selatan, *Proceedings Universitas Pamulang*, Vol. 1 No. 1. pp. 502-520.

Sulistyo, S. (2010). Pengembangan USAha Kecil dan Menengah dengan Basis Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 6 No. 1, pp. 58–73.

Supardi, S., Nugraha, N. M., Susanti, N., Sumantri, M. B. A., & Mukhlis, T. I. (2021), PELUANG DAN PERUBAHAN CARA BERPIKIR SAAT PANDEMIK (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat), *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, Vol. 3 No. 2, 162-168.

Syarif, M., Azizah, A., & Priyatna, A. (2015), Analisis perkembangan dan peran industri kreatif untuk menghadapi tantangan MEA 2015, SNIT 2015, Vol. 1 No. 1, pp. 27- 30.

Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI
KREATIF DI KECAMATAN SERANG, KABUPATEN SERANG**