

**PENGEMBANGAN ANALISA MATRIK SWOT
DALAM USAHA PEMETAAN POTENSI PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DESA
DI KELURAHAN PULUTAN SALATIGA**

**¹⁾Azis Fathoni SE MM, ²⁾Agus Supriyanto SE MM, Heru Danarbrotu ST MT
¹⁾Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang
²⁾Dosen Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang
³⁾Dosen Prodi Mesin Fakultas Teknik Universitas Pandanaran Semarang**

ABSTRAK

Kelurahan Pulutan, Kecamatan Sidorejo, Kotamadya Salatiga, Jawa Tengah mempunyai titik vokasi Kewirausahaan yang kegiatan produktifitasnya kurang berjalan dengan baik karena kurangnya permodalan, penyuluhan dan pemasaran dan pengelolaan Sumber daya manusia. Sesuai dengan karakter usaha dan pelaku usahanya, para pemilik usaha di sana dalam gabungan KWD adalah bagian dari UMKM yang belum memiliki bargaining untuk berhadapan dengan mitra usahanya yaitu para UMKM yang mempunyai jaringan yang lebih besar yang umumnya bertindak sebagai patron. Akibatnya, muncul suatu pola hubungan kerja yang belum optimal di antara mereka. Permasalahan yang terjadi pada saat ini adalah pergeseran struktur ekonomi dari pertanian ke industri pengolahan atau perdagangan dan jasa sebagai akibat dari perkembangan perkotaan dari suatu wilayah. Perkembangan tersebut secara tidak langsung juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Namun yang terjadi saat ini adalah pengelola kelompok vokasi tidak dapat mengetahui dan memaksimalkan potensi sumberdaya mereka yang ada, sehingga pertumbuhan usaha cenderung stagnan dan tidak memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian sekitar. Dengan melihat kebutuhan pasar kedepan serta program yang akan kembali dikembangkan pemerintah Kota akan membantu menggerakkan kembali kegiatan Vokasi tersebut. Pengembangan potensi ekonomi dengan analisis SWOT dapat menumbuhkan potensi creative dan meningkatkan pengembangan berkelanjutan usaha vokasi Pulutan diharapkan harap bisa terus terwujud berkesinambungan dengan peran serta lembaga payung hukum yang mengaitkan diri dalam satu benang merah yakni peningkatan sumber daya manusia, wirausahawan dan masyarakat, serta stake holder UMKM Kelurahan Pulutan.

Dari matriks SWOT diatas, terlihat bahwa posisi keberadaan vokasi Pulutan saat ini berada pada kuadran I koordinat (3 ; 3.54) yaitu kuadran expansion (growth). Posisi ini menandakan sebuah usaha yang kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah Progresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

Kata Kunci: Stake Holder, Pemasaran, Sumber Daya Manusia, Kewirausahaan, BEI

PENDAHULUAN

Kelurahan Pulutan tersambung langsung dengan Jalan Baru Jalur Lintas Ring Road utama yang melintangi Salatiga menuju ke beberapa kota sentral lainnya . Keberadaan jalur transportasi baru ini diharapkan akan memberi kemudahan bagi sendi sendi ekonomi kecil bergerak dan bergeser mengikuti trend bisnis secara baik secara lokal dan mengarah ke regional. Jalur baru ini membuka sebuah area pasar baru dan arah industrialisasi ekonomi yang merupakan salah satu proses kunci dalam perubahan struktur perekonomian. Ditandai dengan terjadinya proses interaksi antara pengembangan teknologi, inovasi, spesialisasi produksi yang dibawa dengan konsep lain oleh pesaing baru maupun pengembangan yang sudah ada. Pada akhirnya perdagangan antar warga yang meningkat akan memberi stimulant buat peningkatan pendapatan masyarakat.

Industrialisasi dalam hal ini persaingan dalam bisnis tidak terlepas dari usaha meningkatkan mutu sumber daya manusia dan kemampuannya meningkatkan secara optimal sumber daya alam. Industrialisasi akan mendorong perdagangan bebas dan berefek pada munculnya beberapa pengaruh secara global yang mengharuskan setiap negara, termasuk Indonesia berupaya keras untuk dapat bersaing baik di pasar dalam negeri maupun luar negeri. Kondisi tersebut harus dipecahkan guna mendorong suatu bentuk perekonomian yang lebih berdaya saing, sumber daya yang terbarukan dan berkesinambungan berbasis kreatifitas, dimana ide atau gagasan dapat memberikan kesejahteraan secara ekonomi dan sosial bagi masyarakat. Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia khususnya kelurahan Pulutan amat diperlukan agar siap memanfaatkan dan merebut peluang pasar yang semakin kompetitif.

Ekonomi yang mengarah kepada kekreatifan perlu dikembangkan karena ekonomi yang kreatif berpotensi besar dalam memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan; menciptakan iklim bisnis yang positif; membangun citra dan identitas bangsa; berbasis pada sumberdaya yang terbarukan; menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa; dan memberikan dampak sosial yang positif.

Menyadari peran penting ekonomi, Presiden RI telah mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 28 Tahun 2008 tentang Kebijakan Industri Nasional yang mulai berlaku tanggal 7 Mei 2008. Dalam Perpres tersebut, Pemerintah menetapkan beberapa kelompok industri prioritas, diantaranya adalah industri pengolahan seperti industri batu mulia dan perhiasan, industri gerabah dan keramik hias, industri minyak atsiri dan industri makanan ringan. Secara khusus, Presiden mengajak mengembangkan produk ekonomi yang berbasis seni budaya dan kerajinan, berbasis pada warisan, benda-benda sejarah dan purbakala, tradisi dan adat, sebagai titik tolak untuk meningkatkan daya saing dalam era ekonomi kreatif.

Kelurahan Pulutan telah menjadi program Vokasi untuk beberpa UMKM yang mengarah kepada creative. UMKM tersebut adalah Pengolahan bahan Limbah, Kerajinan bambu dan olahannya, Industri konveksi, Usaha kecil Rambak dan terakhir usaha makanan kecil. Salah satu potensi yang bisa dikembangkan adalah memperkenalkan secara intensive produk produk khas dari UMKM tersebut kepada seluruh khalayak yang tidak hanya sekedar menjadi pengguna jalan yang secara regular maupun kepada khalayak pelaku bisnis ataupun konsumen. Beberapa peran

yang mesti di sampaikan kepada pelaku bisnis dan konsumen adalah untuk memperkenalkan semua produk olahannya yang menjadi unggulan kelurahan Pulutan dan harus dioptimalkan dan digali kembali terutama keberadaan UMKM dan sentra UMKM yang berada di kawasan tersebut.

Maka oleh sebab itu Usaha kecil dan menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian kelurahan saat ini baik ditinjau dari segi penciptaan strategi pemasaran dan peningkatan perluasan pengenalan produk seluas luasnya. Di daerah lain Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) sudah memegang peran penting dalam perekonomian local untuk itu selain itu keberadaan UMKM adalah dalam upaya untuk mengeliminasi ketimpangan yang diakibatkan oleh proses pembangunan yang tidak merata, terutama karena terjadinya bias antar pembangunan perkotaan yang menyebabkan daerah perbatasan menjadi jauh tertinggal. Akan lebih ironis jika daerah yang seperti Pulutan ini menjadi daerah yang menjadi kurang terekspose dibanding daerah perbatasan lainnya.

Adanya potensi ekonomi creative yang telah dicanangkan sebagai sendi perekonomian baru Kota Salatiga tentunya menjadi pilar dan dahan untuk menjadi daerah jangkar buat pemerintahan pusat kota Salatiga. Dari potensi utama yang belum tercover dengan baik seperti adanya industry rumah tangga yang mulai berkembang akan tetapi berhenti dalam pengembangannya lanjutan. Termasuk ketika dibukanya jalur lingkaran selatan ternyata belum membuat pengembangan ekonomi mengarah pada harapan yang diinginkan. Berkembangnya UMKM dan sentra UMKM di sekitar jalan Lingkaran Selatan Salatiga karena banyak masyarakat yang melihat peluang yang ada untuk berusaha, selain itu juga karena adanya pangsa pasar yang besar dengan adanya para penggiat aktivitas di Jalan Lingkaran Selatan.

Salatiga merupakan salah satu jalur darat utama yang melintangi Jawa Tengah bagian utara, keberadaan jalur transportasi ini akan memudahkan sendi sendi ekonomi akan bergerak dan bergeser mengikuti trend bisnis secara global. Industrialisasi merupakan salah satu proses kunci dalam perubahan

struktur perekonomian yang ditandai dengan terjadinya keseimbangan proses interaksi antara pengembangan teknologi, inovasi, spesialisasi produksi, dan perdagangan antarnegara dengan peningkatan pendapatan masyarakat. Industrialisasi tidak terlepas dari usaha meningkatkan mutu sumber daya manusia dan kemampuannya meningkatkan secara optimal sumber daya alam. Maka oleh sebab itu Usaha kecil dan menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi penciptaan lapangan kerja. Di negara-negara maju maupun di negara-negara yang sedang berkembang salah satunya adalah Indonesia, Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian nasional. Pentingnya UMKM lebih dikaitkan dengan upaya pemerintah setempat untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi maupun sosial yaitu: mengurangi kesempatan kerja, pemberantasan kemiskinan, pemerataan pendapatan. Selain itu keberadaan UMKM di Salatiga adalah untuk mengeliminasi ketimpangan yang diakibatkan oleh proses pembangunan yang tidak merata, terutama karena terjadinya bias pembangunan perkotaan yang menyebabkan daerah pedesaan menjadi jauh tertinggal dibandingkan daerah

Dari potensi utama yang belum tercover dengan baik seperti adanya industry rumah tangga yang mulai berkembang akan tetapi berhenti dalam pengembangannya lanjutan. Termasuk ketika dibukanya jalur lingkaran selatan ternyata belum membuat pengembangan ekonomi mengarah pada harapan yang diinginkan. Berkembangnya UMKM di sekitar jalan Lingkaran Selatan Salatiga karena banyak masyarakat yang melihat peluang yang ada untuk berusaha, selain itu juga karena adanya pangsa pasar yang besar dengan adanya para penggiat aktivitas di Jalan Lingkaran Selatan.

Dengan adanya hal ini mempengaruhi kehidupan sosial ekonomi masyarakat sekitar, karena akan menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan perekonomian yang berarti meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan kendala yang dihadapi Usaha Kecil dan Menengah meliputi : persaingan yang ketat antara penjual, modal yang terbatas, terbatasnya sarana dan prasarana usaha, kurangnya keahlian dari pelaku UMKM, dan ancaman penertiban oleh pihak berwenang. Masalah Rumusan yang dapat disimpulkan dan dapat ditarik adalah adanya proyek Jalan Lingkaran Selatan Salatiga ini akankah berdampak pada berkembangnya Usaha kecil yang sedang berkembang di sekitarnya ? Karena jelas hal ini didukung dengan adanya kondisi adanya pembuat JLS Salatiga dan akses lain. Kelurahan Pulutan terletak di pinggir jalan baru (JB) mempunyai 5 UMKM vokasi yang tersebar yaitu: UMKM Pengolahan Kerupuk Rambak Berlokasi di Rejosari RW I Pulutan, UMKM Pengolahan Limbah Berlokasi di Pulutan Lor RW II, UMKM Makanana Kecil Berlokasi di Pulutan Kidul RW II , UMKM Konveksi Berlokasi di RW IV Pulutan, UMKM Kerajinan Bambu Berlokasi di RW V Ngablak Pulutan

Dari akses jalan yang ada kelurahan Pulutan hampir semua jalan sudah sangat bagus dan aksesnya ditambahi dengan aspal. Inilah salah satu potensial faktor yang dijadikan untuk kemudahan akses antar RW agar mobilitasnya tidak terganggu.

Letak Kelompok Vokasi yang berdekatan memudahkan koordinasi antar mereka untuk sering bersosialisasi dengan baik namun masalah yang mereka hadapi setelah kami obeservasi adalah sama yakni ternyata kegiatan produksi tidak berjalan dengan baik.

Vokasi saat ini bertujuan melakukan perbaikan pada aspek teknologi informasi, aspek permodalan, aspek tata kelola keuangan, aspek produksi dan pemasaran, serta yang diharapkan akan menciptakan efisensi dan efektivitas bagi usaha kemitraan bersama anggota UMKM. Produk kemitraan yang berkualitas dan kompetitif akan menciptakan skala ekonomi yang kuat sehingga usaha tersebut bisa menjadi gantungan hidup mereka dan membanggakan di masa depan.

Melihat kondisi wilayah, potensi yang masih layak untuk dikembangkan, permasalahan yang muncul serta tantangan yang perlu diatasi dan upaya yang dapat dilakukan, maka perlu sebuah analisa untuk mengembangkan terobosan untuk memberi simpulan akan akar masalah utam dari penelitian ini yakni mengurai tentang hal berikut:

1. Bagaimana Produktivitas usaha kecil di kelurahan Pulutan ini bisa dipertahankan dan ditingkatkan
2. Bagaimana cara mengoptimalisasi konversi permodalan kecil untuk menambah daya saing usaha kecil di kelurahan Pulutan.

3. Bagaimana mengupayakan Usaha Kecil sebagai alternative usaha potensial yang dikembangkan dalam peningkatan upaya ekonomi kreatif

Mengacu pada Analisis Situasi di atas juga melihat langsung realita yang terjadi dalam masyarakat Kelurahan Pulutan. Masalah yang paling penting adalah penyerapan aspek ilmu ekonomi baik konsep persaingan bisnis maupun kelangsungan usaha . Kenapa banyak orang enggan memilih meneruskan usaha dengan jalur wirausaha karena banyak kendala dalam permodalan dan pemasaran. Ditambah kurangnya kemampuan anggota UMKM dalam berorganisasi memperlambat kemajuan pertumbuhan wirausaha bagi kesejahteraan masyarakat Kelurahan Pulutan. Bagaimana tingkat pentingnya Pengembangan UMKM untuk menciptakan jiwa kewirausahann di kelurahan Pulutan Kecamatan Sidorejo Salatiga? Penelitian ini dikembangkan atas dasar konsep pengembangan aspek Analisa SWOT dalam meramu pentingnya sebuah analisa lengkap yang dikembangkan oleh beberapa peneliti dalam meramu beberapa hal penting dalam potensi

Penelitian ini akhirnya akan dirumuskan dalam beberapa perihal dibawah :

1. Apakah pengembangan potensi ekonomi dengan model Analisa SWOT untuk penentuan indentifikasi sektor unggul daerah dapat meningkatkan pengembangan berkelanjutan usaha kelpompok UMKM desa Pulutan?
2. Bagaimana cara meningkatkan potensi ekonomi dalam meningkatkan masyarakat yang berdaya dan mandiri.pada usaha UMKM di Desa Pulutan?

Pembangunan Ekonomi Sektoral

Menurut Todaro (2000) bahwa inti yang akan dicapai dalam pembangunan adalah kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar (*Basic Needs*) pangan, papan, kesehatan, dan perlindungan. Bila salah satu diantaranya tidak ada atau penawarannya hanya sedikit, maka disebut dengan "keterbelakangan absolut" itu ada. Nilai inti yang kedua, adalah: bebas dari perbudakan, untuk dapat memilih.

Menurut Todaro (1994) bahwa keterbelakangan adalah akibat pelestarian rendahnya taraf hidup, harga diri dan terbatasnya kebebasan .Rendahnya taraf hidup yang berkaitan erat dengan salah satu bentuk atau yang lainnya dari rendahnya pendapatan. Rendahnya pendapatan ini sebagai akibat dari rendahnya produktivitas rata-rata dari keseluruhan angkatan kerja (*labor force*), bukan hanya dari mereka yang bekerja.

Dalam pengembangan suatu daerah yang perlu diperhatikan sektor-sektor atau kegiatan-kegiatan mana yang mempunyai banyak hubungan pada sektor atau kegiatan lain. Semakin banyak berhubungan, maka akan semakin cepat perekonomian didaerah itu berkembang. Hubungan dapat bersifat kebelakang ataupun kedepan. Hubungan kebelakang berarti pengembangan sektor lain sebagai tempat membeli dan hubungan kedepan berarti pengembangan sektor lain sebagai tempat menjual.

Setiap wilayah mengalami perkembangan meliputi siklus jangka pendek dan jangka panjang. Faktor-faktor dalam analisis perkembangan jangka pendek yang umumnya digunakan

adalah penduduk, tenaga kerja, upah, harga, teknologi dan distribusi penduduk. Sedangkan laju pertumbuhan jangka panjang biasanya diukur menurut keluaran (output) dan pendapatan.

Salah satu teori pertumbuhan wilayah yang paling sederhana adalah teori sektor yang dikembangkan berdasarkan hipotesis Clark Fisher (Rahardja Adisasmita, 2005). Pemikiran Fisher, bahwa kenaikan pendapatan per kapita akan dibarengi oleh penurunan dalam proporsi sumber daya yang digunakan dalam sektor pertanian (sektor primer) dan kenaikan dalam sektor industri manufaktur (sektor sekunder) dan kemudian dalam sektor jasa (sektor tersier). Laju pertumbuhan dalam sektor yang mengalami perubahan (sector shift) dianggap sebagai determinan utama dari perkembangan suatu wilayah.

Pengembangan Sektorial merupakan integrasi pembangunan yang memadukan dimensi ekonomi dengan dimensi lain seperti sosial, budaya dan institusi dengan penekanan pada konteks spasial yang bersifat lokal (Sondakh L, 2003). Pengembangan Ekonomi sektorial sering disebut juga Local Economic Development (LED) adalah proses dimana masyarakat (pemerintah), para pengusaha dan sektor non-pemerintah bekerja bersama-sama untuk menciptakan kondisi yang lebih baik untuk pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (World Bank, 2002).

Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) hakekatnya merupakan proses yang mana pemerintah daerah dan atau kelompok berbasis komunitas mengelola sumber daya yang ada dan masuk kepada penataan kemitraan baru dengan sektor swasta, atau di antara mereka sendiri, untuk menciptakan pekerjaan baru dan merangsang kegiatan ekonomi wilayah.

Seperti halnya dengan konsep dan teori lainnya, pengembangan lokal kemudian banyak menyebar ke negara-negara sedang berkembang (termasuk Indonseia) sejalan dengan semakin banyaknya inisiatif-inisiatif bantuan pembangunan dari negara-negara maju

Pemberdayaan Masysrakat

Lahirnya konsep pemberdayaan sebagai antitesa terhadap model pembangunan yang kurang memihak pada rakyat mayoritas. Konsep ini dibangun dari kerangka logik sebagai berikut : (1) bahwa proses pemusatan kekuasaan terbangun dari pemusatan faktor produksi; (2) pemusatan kekuasaan faktor produksi akan melahirkan masyarakat pekerja dan pengusaha pinggiran; (3) kekuasaan akan membangun bangunan atas atau system pengetahuan, sistem politik, sistem hukum dan sistem ideologi untuk memperkuat legitimasi; dan (4) pelaksanaan sistem pengetahuan, system politik, sistem hukum dan ideologi secara sistematis akan menciptakan dua yaitu masyarakat berdaya dan masyarakat tunadaya (Priyono dan Pranarka, 1996). Akhirnya yang terjadi ialah dikotomi, yaitu masyarakat yang berkuasa dan manusia yang dikuasai. Untuk membebaskan situasi menguasai dan dikuasai, maka harus dilakukan pembebasan melalui proses pemberdayaan bagi yang lemah (*empowerment of the powerless*).

Pemberdayaan diartikan sebagai suatu proses dan suatu mekanisme dimana individu, organisasi dan masyarakatnya menjadi ahli bagi masalah yang mereka hadapi. Teori pemberdayaan menyatakan bahwa konsep pemberdayaan berlaku tidak hanya bagi individu sebagai kelompok, organisasi dan masyarakat, namun juga bagi individu itu sendiri. Di tingkat individu, pemberdayaan merupakan pengembangan psikologis yang menggabungkan persepsi

kendali personal, pendekatan proaktif pada kehidupan dan pengetahuan kritis akan lingkungan sosiopolitis. Di tingkat masyarakat, pemberdayaan berarti tindakan kolektif untuk meningkatkan kualitas hidup suatu masyarakat dan hubungan antara organisasi masyarakat (Perkins dan Zimmerman, 1995 dan Zimmerman, 1995) dalam Randy R. Wrihatnolo (2007).

Pemberdayaan bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat, tetapi juga pranata-pranatanya. Menanamkan nilai-nilai budaya modern seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, kebertanggungjawaban dan lain-lain yang merupakan bagian pokok dari upaya pemberdayaan itu sendiri. Pemberdayaan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pemberdayaan sektor informal, khususnya kelompok pemulung sebagai bagian dari masyarakat yang membutuhkan penanganan/pengelolaan tersendiri dari pihak pemerintah yang berkaitan dengan upaya peningkatan kualitas sumberdaya yang mereka miliki.

Pembangunan Ekonomi Kreatif

Menyoal tentang kesejahteraan masyarakat di suatu kota atau suatu wilayah, tentu kita tidak dapat menafikan adanya gejala-gejala yang menunjukkan sukses atau tidaknya suatu pembangunan. Pembangunan tidak hanya sekedar persoalan yang bersifat teknis dan mengedepankan penciptaan bangunan-bangunan nan kokoh dan nampak angkuh. Akan tetapi pembangunan digerakan oleh pembangunan sumberdaya manusia yang mampu mengelola sumberdaya alam yang tersedia, kemudian dapat menciptakan value bagi masyarakat yang ada pada sebuah kawasan. Pembangunan selalu mengedepankan sektor ekonomi sebagai panglima tertinggi untuk menciptakan kesejahteraan yang diharapkan oleh masyarakat. Pada kesempatan yang sama, kami senada dengan apa yang diungkapkan oleh M. Dawan Rahardjo (2012) bahwa: Inti dari modernisasi adalah pembangunan yang berpusat pada manusia dengan cara mengeksploitasi sumber daya alam guna mencapai kemakmuran generasi masa kini. Dalam praktiknya modernisasi seringkali atau cenderung tidak menghargai, melupakan bahkan membuang atau memusuhi tradisi yang kaya pengetahuan dan kearifan local

Jika kita menengok catatan sejarah, muncul paradox yang menyatakan bahwa modernisasi yang tumbuh di wilayah perkotaan selain menciptakan pertumbuhan ekonomi atau akslerasi ekonomi, di sisi lain pembangunan atau modernisasi telah mengorbankan dan membebani generasi mendatang dengan pencemaran lingkungan serta rusaknya jaring-jaring ekosistem yang dapat mengancam kelestarian sumber daya alam tersebut yang disebabkan oleh industrialisasi kota.

Kita dapat melihat fenomena itu melalui adanya semangat industrialisasi yang ada di kota-kota. Akan tetapi harus kita sadari bahwa, pembangunan hari ini tidak hanya harus bertumpu pada industrialisasi sebagai penopang, akan tetapi bagaimana pembangunan kota juga harus bertumpu pada potensi sumber daya manusia yang di miliki oleh masyarakat perkotaan yaitu dengan mengolah potensi dan membangun kreativitas masyarakat urban. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan cara pengembangan idustri kebudayaan (*cultural industry*) yang dimungkinkan mengalami kebangkitan karena lahirnya *creative-class* pada masyarakat kota.

Salah satunya adalah dengan mengedepankan pada pembangunan di sektor industri kreatif yang dimiliki oleh masyarakat perkotaan. Ketika kita menengok pembangunan kota hari ini, maka pembangunan kota tidak hanya berfokus pada pembangunan secara infrastruktur, kota juga harus disiapkan untuk membangun hal yang sangat fundamental, yaitu pembangunan kualitas sumber daya manusia yang ada di dalam sebagian besar masyarakat, seperti pendidikan, kesehatan dan berbagai macam kegiatan social kemasyarakatan yang bermuara pada pengembangan talent serta pembangunan ruang-ruang intelektual yang tujuannya untuk membangun kesadaran kritis masyarakat perkotaan.

Industry kreatif memegang peran yang sangat penting sebagai penunjang perekonomian Indonesia. Perkembangan sector ekonomi kreatif menjadi sebuah keniscayaan, karena pada tahun 2012, kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB) naik mencapai Rp. 574 triliun atau kurang lebih 7% (Kemetrian Perindustrian Republik Indonesia, 2013). Pada sebuah kesempatan dalam pembukaan Indonesia Fashion Week 2013 di JCC (Jakarta Convention Center) yang di buka pada tanggal 14 Februari 2013 oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Marie Elka Pangestu. "Kinerja ekonomi kreatif cukup menggembirakan, nilai PDB atas harga berlaku pada 2010 Rp. 473 triliun dan meningkat menjadi Rp. 574 triliun pada 2012", (Pangestu, 2013). Pada tahun 2012 sektor ekonomi kreatif mampu menyerap 11,8 juta pekerja di Indonesia (Kemetrian Perindustrian Republik Indonesia, 2013).

Analisis SWOT

SWOT adalah analisis yang digunakan untuk menentukan strategi yang terbaik yang harus dilakukan dengan melihat dan membandingkan kelebihan (Strength) atau kelemahan (Weakness) dengan peluang (Opportunities) yang ada, membandingkan kekuatan dan kelemahan dengan kendala atau ancaman (Threats) yang dihadapi.

Pada analisis kualitatif ini akan digunakan alat analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity dan Threats). Alat ini secara garis besar dapat digunakan untuk melihat pasar dari dua sisi yaitu dari sisi internal (Strengths = kekuatan dan Weakness = kelemahan) dan dari sisi eksternal (Opportunities = peluang dan Threats = ancaman).

Ada beberapa variabel kunci SWOT yang mempengaruhi pasar antara lain :

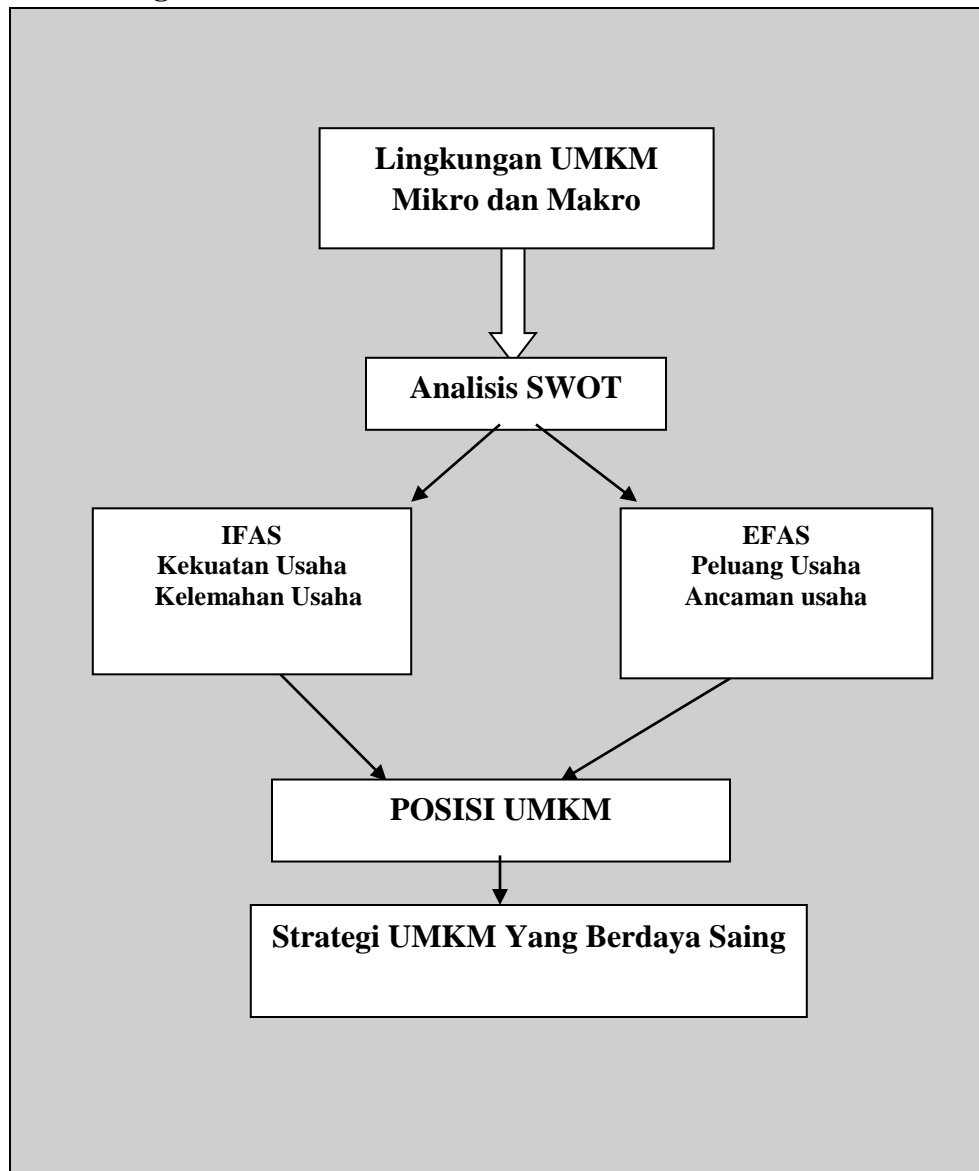
a. Faktor Internal meliputi :

- 1) Strength terdiri dari : Potensi Ekonomi Kreatif, Jumlah pelaku UMKM , Sumberdaya Manusia, Inovasi, Letak Geogrsifis, Pemeliharaan Heritage, Kualitas Sumber Daya Manusia, Kontrol terhadap kapasitas potensi dan pengelolaan potensi yang ada.
- 2) Weakness meliputi : Cara Pembinaan Pengrajin, Budaya Kerja, Pelaksanaan dan Pelayanan industri dan Jasa serta komoditas, Manajemen baik secara organisasional maupun manajemen antara kelompok masyarakat dan bagaimana sinerginya dengan pemerintah sebagai pemangku kepentingan.

b. Faktor Eksternal terdiri dari :

- 1) Opportunity meliputi : Peluang Inovasi, Wisata dan Industri Kreatif, Peluang untuk bekerja sama dengan pihak-pihak lain, Keterkaitan dengan Dinas Lainnya, Pengembangan Usaha yang sudah ada.
- 2) Threats meliputi : Kesadaran Masyarakat, Kepercayaan Masyarakat, adanya pihak yang dapat mengancam keberlangsungan atau eksistensi dari pelaku bisnis, sikap individualisme yang tidak mendukung semangat kolektivisme untuk membangun ekonomi kawasan Pulutan Salatiga.

Metodologi Penelitian



Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi dua golongan, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Data kualitatif biasanya berupa data mengenai uraian dalam bentuk kalimat secara naratif dan sulit diukur dengan angka bahkan tidak bisa diukur. Sumber data untuk memperoleh data penelitian ini dari sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer (langsung dari obyek yang diteliti) biasanya data yang diperoleh masih belum mengalami modifikasi/pengolahan lebih lanjut. Sedang yang berasal dari sumber sekunder sudah mengalami pengolahan lebih lanjut.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang jelas memerlukan waktu, dana atau tenaga yang relatif besar bergantung dari banyaknya variasi data yang ingin digali, terlebih lagi jika melalui sumber primer. Beberapa teknik guna memperoleh data antara lain observasi (pengamatan langsung), tanya jawab dan kuisioner biasanya digunakan untuk menggali data dari sumber primer.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan kelpompok UMKM yang tergabung dalam Kelpompok UMKM Kelurahan Pulutan. Sedangkan pengambilan sampel dengan cara purposive sampling, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mengambil elemen atau anggota populasi secara keseluruhan data (Sugiyono , 2009) dengan menggunakan seluruh populasi sejumlah 30 UMKM yang masih potensial dan eksis.

Hasil dan Pembahasan

Potensi Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan pada hasil analisis penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kelompok UMKM merupakan salah satu sektor basis di Pulutan namun, pada kenyatannya beragam potensi UMKM di Kelurahan Pulutan tidak memberikan kontribusi yang besar bagi pengembangan ekonomi kelurahan. Oleh karena itu, untuk membuka pintu investasi dirasa perlu untuk menganalisis SWOT pada tiap potensi UMKM yang dimiliki. Hal ini bertujuan untuk mengetahui letak kelebihan dan kekurangan serta peluang dan ancaman UMKM kedepannya.

Faktor Eksternal Dan Internal UMKM

Setelah melakukan pemetaan kondisi bisnis beberapa UMKM, berdasarkan hasil tersebut dikembangkanlah analisa tentang faktor-faktor internal dan eksternal secara kualitatif.

1. Analisa Kualitatif Faktor Internal (Kekuatan dan kelemahan)

Analisis internal dilakukan dengan analisis terhadap aspek-aspek internal UMKM, yaitu melalui pengamatan fungsi-fungsi (bidang-bidang) yang ada di UMKM. Fungsi/bidang tersebut antara lain : usaha atau bidang produksi, sumber daya manusia, organisasi dan manajemen, keuangan, fasilitas pendukung, sistem informasi. Masing-masing aspek tersebut diatas dirinci lagi berdasarkan beberapa indikator, yaitu:

- a. Bidang usaha, meliputi: kapasitas produksi, tarif, pangsa pasar, kualitas pelayanan

dan efektivitas pemasaran.

- b. Bidang sumber daya manusia, meliputi: profesionalisme pegawai dan produktifitas pegawai.
 - c. Bidang organisasi dan manajemen, meliputi: budaya organisasi UMKM, organisasi sistem serta prosedur.
 - d. Bidang keuangan meliputi: struktur modal dan kekuatan modal atau kapasitas sumber daya keuangan.
 - e. Bidang fasilitas produksi dan pemasaran, meliputi: tempat produksi dan utilisasi faktor-faktor produksi serta fasilitas show room untuk menjual .
 - f. Bidang sistem informasi, meliputi: ketepatan dan kecepatan informasi serta integrasi teknologi sistem informasi dalam aktivitas pemasaran, serta teknologi pada pendukung pada setiap pelayanan.
 - g. Bidang hubungan masyarakat, meliputi: aspek legalitas dan citra organisasi yang positif.
- ❖ **Faktor internal yang menjadi kekuatan-kekuatan (Stenghts) dari UMKM yang tersebar di Pulutan antara lain sebagai berikut:**
1. Kualitas produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang tinggi, dan nampak kekhasannya, sehingga menjadi positioning bagi produk asli
 2. Mutu atau hasil produk yang bagus/tidak cacat, sehingga konsumen merasa yakin dengan kualitas produk;
 3. Menggunakan bahan baku yang sesuai dengan standar yang baik sehingga menghasilkan kualitas barang yang superior.
 4. Banyaknya variasi produk mulai dari motif, warna dan desain, sehingga memberikan banyak pilihan atau alternatif kepada konsumen.
 5. Kapasitas produksi lebih dari 50 % dari standar produksi yang ditentukan.
 6. Rata-rata SDM memiliki ketrampilan yang tinggi dengan didukung oleh cita rasa seni yang tinggi, dan dikerjakan oleh tangan-tangan terampil.
 7. Jangkauan pemasaran yang luas.
 8. Selama proses produksi, hanya sedikit bahan baku yang terbuang
 9. Harga produk yang relatif sama dengan pesaing terutama yang memproduksi tulis.
 10. Struktur modal seimbang antara modal sendiri dan modal hutang, sehingga dapat berpengaruh terhadap eksistensi UMKM.
 11. Originalitas produk dari Pulutan sangat tinggi, sehingga konsumen merasa yakin terhadap produk hasil olahan.
 12. Legalitas usaha yang dimiliki mampu mendukung kepastian hukum dalam setiap pelaksanaan kegiatan usaha yang dilakukan.
- ❖ **Faktor internal yang menjadi kelemahan-kelemahan (weaknesses) dari UMKM antara lain sebagai berikut:**
1. Belum melakukan perencanaan dan pengendalian produksi yang ketat; efisiensi

- tenaga, waktu dan biaya.
2. Penggunaan teknologi pembuatan produk masih sederhana, perlu menggunakan teknologi komputer untuk desain grafis, untuk mendesain motif-motif produk , agar lebih menghasilkan inovasi-inovasi terutama dibidang desain.
 3. Sebagian besar UMKM di Pulutan Belum pernah melakukan penelitian dan pengembangan usaha, atau bermitra dengan pihak lain untuk membuat riset-riset pengembangan usaha.
 4. Masih jarang dilakukan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas manajemen Sumber Daya Manusia.
 5. Modal usaha masih bergantung pada modala pinjaman dari pihak ketiga, dan umumnya memerlukan sokongan modal usaha.
 6. Sebagian besar UMKM di Pulutan masih merasakan kalau keuntungan dari omzet masih rendah.
 7. Sebagian besar UMKM di Pulutan Belum pernah melakukan aktivitas promosi secara masif.
 8. Belum adanya kerja sama dengan lembaga lain atau organisasi lain yang dapat meningkatkan performa organisasi, hanya beberapa Bank saja untuk suport finansial.
 9. Terbatasnya stock tenaga kerja yang terampil hal ini disebabkan karena belum adanya proses regenerasi secara maksimal.
 10. Sebagian besar UMKM belum memberikan upah tenaga kerja yang lebih menjanjikan, sehingga belum mampu menarik minat banyak orang untuk bekerja di UMKM tersebut, dan upahnya masih dibawah UMR.
 11. Biaya produksi yang tinggi mengakibatkan mahalnya barang / produk
 12. Segmen pasar produkterbatas, artinya belum menjadi produk yang menjadi market

2. Analisis Kualitatif Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Aspek-aspek yang dinilai dalam melakukan analisis faktor eksternal antara lain: pasar, ekonomi, kebijakan pemerintah, geografis, ilmu pengetahuan dan teknologi, sosial budaya serta lingkungan hidup. Masing-masing aspek tersebut dirinci lagi berdasarkan indikator antara lain:

- a. Pasar, meliputi: pertumbuhan pasar dan intensitas persaingan,
- b. Ekonomi, meliputi: nilai tukar rupiah terhadap US\$, pertumbuhan ekonomi dan tingkat inflasi yang masih tinggi.
- c. Kebijakan pemerintah, meliputi: hak eksklusif untuk UMKM dan Home Industri, serta industri kreatif, otonomi daerah dan deregulasi ekspor dan investasi.
- d. Geografi, meliputi: letak / posisi geografis dan kawasan Salatiga sebagai sentra ekonomi dan perdagangan.
- e. Ilmu pengetahuan dan teknologi, meliputi; kecenderungan jenis desain dan motif

yang uptodate, peluang adanya research and development.

f. Sosial budaya, meliputi: akar kultur masyarakat Pulutan Salatiga, keamanan dan ketertiban masyarakat dan demografi (kependudukan).

g. Lingkungan hidup, meliputi: kondisi alam serta isu lingkungan hidup.

❖ **Faktor eksternal yang menjadi peluang (*opportunities*) usaha UMKM antara lain sebagai berikut:**

1. Hak eksklusif yang diberikan oleh pemerintah daerah Pulutan atau dengan Adanya suport atau dukungan dari pemerintah daerah yang cukup baik berpeluang untuk dimanfaatkan dalam mengembangkan usaha UMKM.
2. Pelayanan yang diberikan oleh aparatur pemerintah daerah terhadap para pemilik UMKM cukup baik, sehingga banyak meberikan peluang dan informasi.
3. Tingginya animo masyarakat akan produk, merupakan peluang besar untuk perkembangan dan keberlanjutan..
4. Kondisi politik yang stabil dapat memberi peluang besar untuk perkembangan dan keberlanjutan.
5. Adanya inovasi teknologi, memungkinkan untuk dilakukan penelitian dan inovasi
6. Dukungan teknologi yang baru terhadap proses produksi.
7. Penggunaan teknologi yang diharapkan berpengaruh positif terhadap keuntungan atau pendapatan.
8. Kondisi keamanan yang cukup kondusif
9. Kondisi dan iklim ekonomi yang baik dan diharapkan mempengaruhi iklim investasi.
10. Kondisi sosial masyarakat yang baik mampu memberikan celah untuk berkembang.
11. Dukungan masyarakat terhadap kegiatan usaha, terutama UMKM di pulutan
12. Kepekaan dan budaya masyarakat yang cukup baik, sehingga memungkinkan untuk semakin berkembangnya UMKM..
13. Posisi geografis Pulutan yang strategis sehingga berpeluang untuk dikembangkan menjadi kawasan ekonomi dan bisnis serta pariwisata.
14. Kondisi demografi, utamanya faktor kependudukan dan tingkat ekonomi memiliki peluang dalam mendukung pengembangan UMKM dimasa akan datang.
15. Kolaboarsi antara pengusaha UMKM, masyarakat dan semua pemangku kepentingan.

❖ **Faktor eksternal yang menjadi ancaman-ancaman (*threats*) usaha UMKM di pulutan antara lain sebagai berikut:**

1. Sulitnya mendapatkan bahan baku yang berkualitas tinggi
2. Harga bahan baku yang cukup mahal.
3. Persaingan bisnis yang ketat terutama dari pengusaha besar yang dapat mengancam eksistensi UMKM. Persaingan bisnis yang ketat terutama dari pengusaha besar yang dapat mengancam eksistensi UMKM
4. Terbatasnya SDM yang terampil.

5. Adanya alternatif produk lain atau banyaknya barang pengganti (substitusi) dari produk
6. Kemudahan masuk pasar terhadap produk-produk lain.
7. Kondisi ekonomi yang tidak menentu dan dapat berpengaruh buruk.
8. Pendapatan masyarakat yang masih rendah sehingga berpengaruh terhadap daya beli masyarakat.
9. Upah tenaga kerja yang rendah
10. Tingkat suku bunga yang tinggi sehingga mempengaruhi modal usaha.
11. Nilai tukar rupiah yang buruk (melemah).

Analisa Kuantitatif Kondisi UMKM

➤ Penentuan SWOT Berdasarkan Hasil Kuesioner

Untuk mengetahui posisi UMKM saat ini, penulis menggunakan pendekatan SWOT. Namun untuk mempersempit lingkup analisa secara fokus, penulis melakukan pendekatan operasional dan pemasaran melalui analisa EFAS dan IFAS dari hasil kuesioner yang disebar.

Setelah proses pengumpulan data yang diperoleh dari responden terkait, kemudian dianalisis secara deskriptif dan diinterpretasikan dalam bentuk tabel seperti dibawah ini

Identifikasi SWOT Sektor UMKM Pulutan

NO	STATEMENT	NILAI		TOTAL (I + E)
		IN	EX	
	<i>Strengths (Faktor Kekuatan)</i>	954	987	1941
1	Kualitas produk yang dihasilkan	81	86	167
2	Hasil produk yang bagus/tidak cacat	110	86	196
3	Menggunakan bahan baku yang sesuai dengan standar	90	93	183
4	Banyaknya variasi produk; motif, warna dan desain	98	85	183
5	Kapasitas produksi Produk lebih dari 50 %	98	98	196
6	Rata-rata SDM berketrampilan yang tinggi	89	87	176
7	Harga produk yang relatif sama dengan pesaing	82	98	180
8	Jangkauan pemasaran yang luas	75	102	177
9	Bahan baku yang terbuang sedikit	75	88	163
10	Struktur modal seimbang modal sendiri dan hutang	67	78	145
11	Originalitas produk sangat tinggi	89	86	175
	<i>Weaknesses (Faktor Kelemahan)</i>	808	975	1783
12	Perencanaan dan pengendalian efisiensi tenaga, waktu	68	101	169
13	Penggunaan teknologi pembuatan produk masih sederhana	62	91	153
14	Belum melakukan penelitian dan pengembangan usaha	63	95	158
15	Jarangnya pelatihan sumber daya manusia	66	73	139
16	Modal usaha masih sedikit	70	74	144

17	Keuntungan dari omzet masih rendah	66	89	155
18	Belum pernah melakukan aktivitas promosi yang masif	70	91	161
19	Belum adanya kerja sama dengan lembaga lain	71	68	139
20	Terbatasnya stock tenaga kerja yang terampil	67	68	135
21	Upah tenaga kerja yang masih dibawah UMR	67	78	145
22	Biaya produksi yang tinggi	71	68	139
23	Segmen pasar terbatas	67	79	146
	<i>Opportunities (Faktor Peluang)</i>	1007	1416	2423
24	Adanya suport atau dukungan dari pemerintah daerah	66	79	145
25	Adanya kemudahan informasi dan perijinan	72	99	171
26	Pelayanan aparatur pemerintah daerah cukup baik	75	111	186
27	Tingginya animo masyarakat akan produk.	68	116	184
28	Kondisi politik yang stabil	75	95	170
29	Inovasi teknologi	68	97	165
30	Dukungan teknologi yang baru terhadap proses produksi	75	93	168
31	Penggunaan teknologi diharapkan berpengaruh positif	74	113	187
32	Kondisi keamanan yang cukup kondusif	72	112	184
33	Kondisi dan iklim ekonomi yang baik	78	105	183
34	Kondisi sosial masyarakat yang baik	69	106	175
35	Dukungan masyarakat terhadap kegiatan usaha	67	108	175
36	Kepekaan dan budaya masyarakat yang cukup baik	74	93	167
37	Kolaboarsi antara pengusaha UMKM dan masyarakat	74	89	163
	<i>Threats (Faktor Ancaman)</i>	711	932	1643
38	Sulitnya mendapatkan bahan baku yang berkualitas	68	115	183
39	Harga bahan baku yang cukup mahal	68	98	166
40	Persaingan bisnis ketat terutama dari pengusaha besar	73	88	161
41	Terbatasnya SDM yang terampil	66	60	126
42	Adanya alternatif produk lain atau banyaknya barang	62	85	147
43	Kemudahan masuk pasar terhadap produk-produk lain	67	71	138
44	Kondisi ekonomi yang tidak menentu	66	88	154
45	Pendapatan masyarakat yang masih rendah	66	78	144
46	Upah tenaga kerja yang rendah	60	85	145
47	Tingkat suku bunga yang mempengaruhi modal usaha	55	89	144
48	Nilai tukar rupiah yang buruk (menguat)	60	75	135

Sehingga diperoleh perhitungan dan analisis sebagai tabel tersebut dibawah ini :

Identifikasi SWOT Internal Sektor UMKM Pulutan

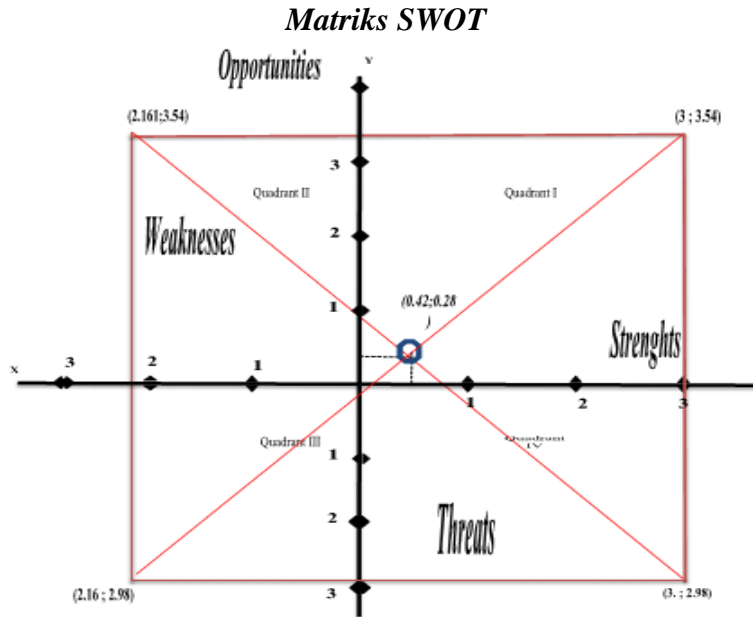
STATEMENT	KRITERIA		
	BOBOT	RATING	SKOR
<i>Strengths (Faktor Kekuatan) POINT 1 – 11</i>	0.8	4	3
<i>Total Skor Strengths</i>			3
Weakness (Kelemahan) Point 12 – 23	0.75	3	2.16
<i>Total Skor Weaknesses</i>			2.16
Total	1.61		5.16
Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Opportunities (Peluang) (Point 24 -37)</i>	1.25	2.5	3.54
<i>Total Skor Opportunities</i>			3.54
<i>Threats (Ancaman)(POINT 38 – 48)</i>	0.93	2.818	2.98
<i>Total Skor Threats</i>			2.98
Total		2.21	6.52

➤ **Posisi Perusahaan (Corporate Mapping) dalam Kuadran SWOT**

Dalam menentukan posisi perusahaan pada kuadran SWOT hasil kuantatif secara perhitungan EFAS dan IFAS, penulis mengacu pada teori yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya. Perhitungan yang dilakukan melalui pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka (d = x) selanjutnya dibagi 2 menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (e = y) selanjutnya dibagi 2 menjadi nilai atau titik pada sumbu Y.

Dari perhitungan data EFAS dan IFAS diatas, diketahui letak titik-titik koordinat posisi TPKS pada kuadran SWOT sebagai berikut :

1. Titik d pada sumbu x = $(3 - 2.16) / 2 = 0.42$
2. Titik e pada sumbu y = $(3.54 - 2.98) / 2 = 0.28$



Sumber : Hasil Analisis Tim Penyusun, 2016

Dari matriks SWOT diatas, terlihat bahwa posisi perusahaan saat ini berada pada kuadran **I koordinat (3 ; 3.54)** yaitu kuadran expansion (growth). Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah **Progresif**, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

Dari pengolahan data untuk mengetahui luas matrik dan prioritas strategi pada tabel diatas maka diperoleh hasil luas matrik terbesar pada kuadran I dengan luas matrik 6.11. Uraian mengenai posisi ranking luas matrik antara lain :

1. Ranking ke 1 : Pada kuadran I dengan luas matrik 6.11
2. Ranking ke 2 : Pada kuadran IV dengan luas matrik 1.34
3. Ranking ke 3 : Pada kuadran II dengan luas matrik 1.33
4. Ranking ke 4 : Pada kuadran III dengan luas matrik 0.45

Berdasarkan nilai peringkat dan pembobotan yang dikalikan dan diperoleh hasil kombinasi seperti diatas antara beberapa situasi sebagai berikut :

1. Pada Kuadran I Rangkaian 1 (Kekuatan, Peluang atau SO) artinya perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan kesempatan yang bisa memanfaatkan kekuatan untuk menggunakan peluang sebaik-baiknya sangat tinggi.

2. Pada Kuadran IV Rangkings 2 (Kelemahan, Peluang atau WO) artinya perusahaan harus membuat strategi bagaimana meminimalkan kelemahan yang muncul dalam internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang menguntungkan.
3. Pada Kuadran II Rangkings 3 (Kekuatan, Ancaman atau ST) artinya perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan baik dalam hal manajemen, sistem pemasaran maupun kemampuan dan ketersediaan fasilitas untuk mengatasi ancaman.
4. Pada Kuadran III Rangkings 4 (Kelemahan, Ancaman atau ST) artinya perusahaan harus meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman dari luar.

➤ ***Strategi Pemasaran Perusahaan***

Berdasarkan matriks SWOT di atas maka analisis strategik bagi semua situasi (SO, WO, ST, dan WT) adalah sebagai berikut:

1. Untuk SO dengan luas matriks 6.11 memperlihatkan bahwa kekuatan manajemen pengelolaan dan ketersediaan fasilitas yang cukup memadai mendukung untuk pengembangan usaha dan segmen pasar serta mengingat peluang yang ada berdasarkan kondisi eksternal yaitu animo pengguna produk UMKM pulutan yang terus bertambah, terutama karena produk UMKM Pulutan memiliki orisinalitas dan berkualitas merupakan sebuah peluang yang cukup besar bagi perkembangan UMKM..
2. Pada strategi WO luas matriks 1.34 menggambarkan penggabungan antara kelemahan dan peluang bagi UMKM Pulutan seperti Belum melakukan perencanaan dan pengendalian produksi yang ketat; efisiensi tenaga, waktu dan biaya hal ini dapat diatasi dengan adanya pelatihan dibidang manajemen dan profesionalisme organisasi yang harapannya dapat memberikan peningkatan performa UMKM.
3. Modal usaha masih bergantung pada modal pinjaman dari pihak ketiga, dan umumnya memerlukan sokongan modal usaha. Sebagian besar UMKM di Pulutan masih merasakan kalau keuntungan dari omzet masih rendah. Sebagian besar UMKM Belum pernah melakukan aktivitas promosi secara masif. Belum adanya kerja sama dengan lembaga lain atau organisasi lain yang dapat meningkatkan performa organisasi, hanya beberapa Bank saja untuk suport finansial. Sebagian besar UMKM belum memberikan upah tenaga kerja yang lebih menjanjikan, sehingga belum mampu menarik minat banyak orang untuk bekerja di UMKM tersebut, dan upahnya masih dibawah UMR.

Kesimpulan Dan Saran

Program kerja utama Vokasi kewirausahaan saat ini sangat diperlukan untuk h menghidupkan kembali semangat UMKM untuk terus giat ikut pelatihan dan pengembangan bisnis melalui koordinasi lanjutan dengan team Kelurahan ataupun dinas terkait Kota Salatiga. Diperlukan

wadah untuk UMKM Mengembangkan usahanya secara kelompok dengan mendatangkan Disperindag, UMKM dan Koperasi Kota Salatiga.

Hal yang bisa digunakan untuk perumusan penyelesaian masalah adalah sebagai berikut :

1. Perlu adanya lembaga pendamping yang selalu focus untuk penanganan pemasaran langsung ke pasar ataupun yang bisa mengekspose hasil produk
2. Diperlukan Peningkatan status usaha yang dikelola dengan mendirikan Koperasi bersama dan ataupun badan sejenis
3. Bimbingan, Pelatihan dan pengenalan akan program program diluar pemasaran yakni seperti komunikasi dan penguatan penampilan perseorangan.

Penciptaan hubungan kemitraan antar *stakeholders* dalam pengembangan ekonomi melalui kemitraan pemerintah daerah, pelaku usaha, investor atau swasta, lembaga atau akademisi, serta komunitas – komunitas sejarah dan budaya dan masyarakat pulutan guna merumuskan formulasi kebijakan dan memberikan rekomendasi kepada pemerintah daerah sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan pembangunan ekonomi lokal

DAFTAR PUSTAKA

- A.M.W. Pranarka dan Vidhandika Moeljarto, “ Pemberdayaan (Empowerment)”, dalam Onny S. Prijono dan A.M.W Pranarka (eds), 1996. Pemberdayaan : Konsep, Kebijakan dan Implementasi, CSIS, Jakarta, hal.44-46.
- Adinda 2010. Pemikiran M. Dawam Rahardjo.(<http://staisambas.blogspot.com/2010/11/pemikiran-m-dawam-rahardjo.html>, diakses 3 Mei 2012)
- Adisasmita, H. Rahardjo. 2005. Dasar-Dasar Ekonomi Wilayah. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Bappenas, 2006. Laporan Kajian Kebijakan Pengembangan Pembangunan Nasional serta Wilayah di Indonesia.
- BPS. 2015. Produk Domestik Bruto Indonesia
- Denman. 2001. Community Based Development Planning. John Wiley & Sons, Inc., Canada.
- Dwi Susilo, Rachmad K. 2008. Sosiologi Lingkungan. Jakarta : Raja Grafindo Persada Edwar Elgar Publishing Limited. England.
- Hanley, N and Splash, C. L. 1993. Cost Benefit Analysis and The Environment.
- Hills, Gerald, 2008. Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities. Journal SMEs of Research Marketing and Entrepreneurship Vol. 2 No. 4
- Kementrian Perindustrian RI tahun 2013 tentang restrukturisasi rancangan industri kecil dan menengah

- M Dawan Rahardjo, Pembangunan Pasca Modernis, Penerbit, Insist, Yogyakarta, 2012, pg. 7. Tarigan, 2005. Teori Ekonomi regional. Penerbit Bumi Aksara Jakarta.
- Mangiang, Masminar, Jacob rebong dan Anthony Elena 1979. Ekonomi Gelandangan: Armada Murah buat Pabrik dalam Jurnal Prisma. Pengembangan Masyarakat
- Mattjik, A.A. & Sumertajaya, I.M. 1999. Analisis Perancangan Percobaan Dengan Aplikasi SAS dan Minitab. 1st ed. Bogor:IPB Press.
- Michelle Renton, Urs Daellenbach, Sally Davenport, James Richard, (2015) "Kecil tapi canggih: pemasaran Wirausaha dan UKM pendekatan untuk manajemen merek", Jurnal Penelitian Pemasaran dan Kewirausahaan, Vol. 17 Iss: 2, pp.149 – 164
- Moeljarto, T. 1997. Politik Pembangunan, Sebuah Analisis, Arah dan Strategi. Tiara Wacana Yogya, Yogyakarta
- Nopirin, 1999, Ekonomi Internasional, Edisi Ketiga, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Penjaja di Ujung Pandang” dalam Chris Manning dan Tadjuddin Noer Effendi (eds.) Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota. PT. Gramedia. Jakarta. 1996
- Perkins, D. D, dan Marc A. Zimmerman. 1995. “Empowerment theory, Psychology. October 1995 Vol.23. New York.
- Setiarso, Bambang. 2006. Berbagi Pengetahuan : Siapa Yang Mengelola Pengetahuan. Komunitas eLearning Ilmu Komputer.com
- Sevilla, Consuelo et, Al. 1993. Pengantar Metode Penelitian. Jakarta : Universitas Indonesia Press
- Sondakh, L.W. 2003. Globalisasi dan Desentralisasi Perspektif Ekonomi Lokal. LPFE UI Jakarta
- Sugiyono, 2012 Memahami Penelitian Kualitative : Alfabeta Bandung
- Suhartini, S dan S Mardianto. 2001. Transformasi Struktur Kesempatan Kerja Sektor pertanian ke Non Pertanian di Indonesia. Agro-Ekonomika No.2 oktober 2001. PERHEPI Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2002. Teori Mikro Ekonomi. Cetakan Keempat Belas. Rajawali Press : Jakarta
- Todaro, Michael P. 2003. Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga. Alih Bahasa: Aminuddin dan Drs. Mursid. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- UU No 22 Tahun 2009 tentang pemerintahan daerah.
- UU No 32 Tahun 2009 tentang otonomi Daerah*
- Worldbank. 2014. Indonesia: Menghindari Perangkap. Diakses dari <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/EAP/Indonea/Indonesia-development-policy-review-2014-bahasa.pdf> pada tanggal 7 Juli 2014

