
**PENGEMBANGAN PASAR DANDAYA SAING PRODUK-PRODUK UMKM DI
KABUPATEN NIAS UTARA**

Mario Nicolas Munthe, S.ST

Staff BPS Papua Barat Jl.Trikora Sowi IV No.99 Manokwari-Papua Barat 98315 Indonesia
Email: mario.munthe@bps.go.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the market development and competitiveness of UMKM products in North Nias Regency. Data needed in this study are primary and secondary data. The data analysis method used is a descriptive statistical approach. The results of the study show that: develop UMKM commodities that have local, regional, national and export markets, improve quality by using technology and increase exports, improve product quality and increase the number of assistants and pay attention to the quality of raw materials and conduct training for UMKM entrepreneurs. production can be competitive and comparative.

Keyword: UMKM, market development, competitiveness

PENDAHULUAN

Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UKM) dan koperasi merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian terbesar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan. Dengan demikian upaya untuk memberdayakan UMKM harus terencana, sistematis dan menyeluruh baik pada tataran makro, dan mikro yang meliputi (1) penciptaan iklim usaha dalam rangka membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya, serta menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi; (2) pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM untuk meningkatkan akses kepada sumber daya produktif sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia; (3) pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM; dan (4) pemberdayaan usaha skala mikro untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal yang berskala usaha mikro, terutama yang masih berstatus keluarga miskin. Selain itu, peningkatan kualitas koperasi untuk berkembang secara sehat sesuai dengan jati dirinya dan membangun efisiensi kolektif terutama bagi pengusaha mikro dan kecil.

Ketahanan UMKM dalam mengatasi krisis global yang terjadi pada bangsa ini beberapa tahun lalu memberikan kontribusi yang sangat baik bagi kestabilan perekonomian nasional. Jumlah UMKM pun kian berkembang, pada periode tahun 2006-2010 jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 2,45 persen. UMKM memberikan kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran yang sekarang ini menjadi masalah bagi bangsa ini.

Berbagai hasil pelaksanaan kebijakan, program dan kegiatan pemberdayaan koperasi dan UKM sejak tahun 2004 telah dimulai dengan tersusunnya berbagai rancangan peraturan perundangan, antara lain RUU tentang penjaminan kredit UKM dan RUU tentang subkontrak, RUU tentang perkreditan perbankan bagi UKM, RPP tentang KSP, tersusunnya konsep pembentukan biro informasi kredit Indonesia, berkembangnya pelaksanaan unit pelayanan satu atap di berbagai kabupaten/kota dan terbentuknya forum lintas pelaku pemberdayaan UKM di daerah, terselenggaranya bantuan sertifikasi hak atas tanah kepada lebih dari 40 ribu pengusaha mikro dan kecil di 24 provinsi, berkembangnya jaringan layanan pengembangan usaha di daerah serta meningkatnya kemampuan permodalan sekitar 1.500 unit KSP/USP di 416 Kabupaten/Kota termasuk KSP di sektor agribisnis, terbentuknya pusat promosi produk koperasi dan UKM, serta dikembangkannya sistem insentif pengembangan

UKM berorientasi ekspor dan berbasis teknologi di bidang agroindustri. Hasil-hasil tersebut, telah mendorong peningkatan peran koperasi dan UKM terhadap perluasan penyediaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan pemerataan peningkatan pendapatan.

Perkembangan UKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UKM yaitu: rendahnya kualitas SDM UKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UKM, dan terbatasnya akses UKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi oleh UKM diantaranya adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim usaha yang kurang mendukung dan kelangkaan bahan baku. Juga yang menyangkut perolehan legalitas formal yang hingga saat ini masih merupakan persoalan mendasar bagi UKM di Indonesia, menyusul tingginya biaya yang harus dikeluarkan dalam pengurusan perizinan. Sementara itu, kurangnya pemahaman tentang koperasi sebagai badan usaha yang memiliki struktur kelembagaan (struktur organisasi, struktur kekuasaan, dan struktur insentif) yang unik/khas dibandingkan badan usaha lainnya, serta kurang memasyarakatnya informasi tentang praktek-praktek berkoperasi yang benar telah menyebabkan rendahnya kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi. Bersamaan dengan masalah tersebut, koperasi dan UKM juga menghadapi tantangan terutama yang ditimbulkan oleh pesatnya perkembangan globalisasi ekonomi dan liberalisasi perdagangan bersamaan dengan cepatnya tingkat kemajuan teknologi.

Secara umum, perkembangan koperasi dan UKM di masa mendatang termasuk di Kabupaten Nias Utara diperkirakan masih akan menghadapi masalah mendasar dan tantangan sebagaimana dengan tahun sebelumnya, yaitu rendahnya produktivitas, terbatasnya akses kepada sumber daya produktif, rendahnya kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi, dan tertinggalnya kinerja koperasi.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Pengertian Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Dalam konsep pengembangan usaha di Indonesia, jenis usaha dikelompokkan menjadi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah dan usaha besar. Definisi dari masing-masing kelompok usaha tersebut, yang dibakukan barulah definisi untuk usaha kecil. Ada dua definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang dikenal di Indonesia.

Pertama, sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 9 tahun 1995 dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 3/9/Bkr tahun 2001, yang dimaksud dengan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah kegiatan usaha yang mempunyai kriteria sebagai berikut :

- 1 Kegiatan usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2 Memiliki hasil penjualan bersih tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,
- 3 Milik warga Indonesia
- 4 Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
- 5 Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.

Kedua, menurut kategori Biro Pusat Statistik (BPS), UKM identik dengan industri kecil dan usaha rumah tangga. BPS mengklasifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu (a) industri rumah tangga dengan pekerja 14 orang; (b) industri kecil dengan pekerja 5 - 19 orang; (c) industri menengah dengan pekerja 20 - 99 orang; (d) industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih.

Ciriciri Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

CiriCiri Usaha Kecil

- a. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah;
- b. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindahpindah;
- c. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha;
- d. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP;
- e. Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha;
- f. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal;Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha denganbaik seperti business planning.

Contoh Usaha Kecil

- a. Usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memilikitenaga kerja;
- b. Pedagang dipasar grosir (agen) dan pedagang pengumpulainnya;
- c. Pengrajin industri makanan dan minuman, industri meubelair,kayu dan rotan, industri alatalatrumah tangga, industri pakaianjadi dan industri kerajinan tangan;
- d. Peternakan ayam, itik dan perikanan;
- e. Koperasi berskala kecil.

Ciri-Ciri Usaha Menengah

- a. Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, denganpembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagianpemasaran dan bagian produksi;
- b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan;
- c. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll;
- d. Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll;
- e. Sudah akses kepada sumber sumber pendanaan perbankan;
- f. Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.

Contoh Usaha Menengah

Jenis atau macam usaha menengah hampir menggarap komoditi dari hampir seluruh sektor mungkin hampir secara merata, yaitu :

- a. Usaha pertanian, peternakan, perkebunan, kehutanan skala menengah;
- b. Usaha perdagangan (grosir) termasuk ekspor dan impor;
- c. Usaha jasa EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), garment dan jasa transportasi taxi dan bus antar propinsi;
- d. Usaha industri makanan dan minuman, elektronik dan logam;
- e. Usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan.

Tantangan dan Masalah Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Memang cukup berat tantangan yang dihadapi untukmemperkuat struktur perekonomian nasional.Pembinaan pengusahakecil harus lebih diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusahakecil menjadi pengusaha menengah.Namun disadari pula bahwapengembangan usaha kecil menghadapi beberapa kendala, sepertitingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber dayamanusia, kewirausahaan,

pemasaran dan keuangan. Lemahnya kemampuan manajerial dan sumber daya manusia itu mengakibatkan pengusaha kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik. Secara lebih spesifik, masalah dasar yang dihadapi pengusaha kecil adalah: Pertama, kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. Kedua, kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan. Ketiga, kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. Keempat, keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran). Kelima, iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan. Keenam, pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

Secara garis besar, tantangan yang dihadapi pengusaha kecil dapat dibagi dalam dua kategori: Pertama, bagi Pengusaha Kecil dengan omset kurang dari Rp 50 juta per bulan atau lebih dikenal dengan usaha mikro, umumnya tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjaga kelangsungan hidup usahanya. Bagi mereka, umumnya asal dapat berjualan dengan "aman" sudah cukup. Mereka umumnya tidak membutuhkan modal yang besar untuk ekspansi produksi, biasanya modal yang diperlukan sekedar membantukan kelancaran *cash flow* saja. Bias dipahami bila kredit dari Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Bank Kredit Kecamatan (BKK), Koperasi, dan Tempat Pelayanan Simpan Pinjam (TPSP) dapat membantu modal kerja mereka.

Kedua, bagi Pengusaha Kecil dengan omset penjualan antara Rp 50 juta hingga Rp 1 miliar per bulan, tantangan yang dihadapi jauh lebih kompleks. Umumnya mereka mulai memikirkan untuk melakukan ekspansi usaha lebih jauh. Urutan prioritas permasalahan yang dihadapi oleh Pengusaha Kecil adalah: 1) Masalah belum dipunyainya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik karena belum dipisahkannya kepemilikan dan pengelolaan perusahaan; 2) Masalah bagaimana menyusun proposal dan membuat studi kelayakan untuk memperoleh pinjaman dari bank maupun modal ventura karena kebanyakan PK mengeluh berbelitnya prosedur mendapatkan kredit, agunan tidak memenuhi syarat dan tingkat bunga dinilai terlalu tinggi; 3) Masalah menyusun perencanaan bisnis karena persaingan dalam merebut pasar semakin ketat; 4) Masalah akses terhadap teknologi terutama jika pasar dikuasai oleh perusahaan atau grup bisnis tertentu dan selera konsumen cepat berubah; 5) Masalah memperoleh bahan baku terutama karena adanya persaingan yang ketat dalam mendapatkan bahan baku, bahan baku berkualitas rendah, dan tingginya harga bahan baku; 6) Masalah perbaikan kualitas barang dan efisien terutama bagi yang sudah menggarap pasar ekspor karena selera konsumen berubah cepat, pasar dikuasai perusahaan tertentu, dan banyak barang pengganti; 7) Masalah tenaga kerja karena sulit mendapatkan tenaga kerja yang terampil.

Peranan Usaha Kecil dan Menengah dalam Perekonomian Indonesia

Usaha Kecil Menengah atau lazim kita kenal sebagai UKM mempunyai banyak peranan penting dalam perekonomian. Salah satu peranannya yang paling krusial dalam pertumbuhan ekonomi adalah menstimulus dinamisasi ekonomi. Karakternya yang fleksibel dan cakap membuat UKM dapat direkayasa untuk mengganti lingkungan bisnis yang lebih baik daripada perusahaan-perusahaan besar. Dalam banyak kasus, dari sejumlah UKM yang baru pertama kali memasuki pasar, di antaranya dapat menjadi besar karena kesuksesannya dalam beroperasi.

Sejak krisis moneter yang diawali tahun 1997, hampir 80% usaha besar mengalami kebangkrutan dan melakukan PHK massal terhadap karyawannya. Berbeda dengan UKM yang tetap bertahan di dalam krisis dengan segala keterbatasannya. UKM dianggap sektor usaha yang tidak cengeng dan tahan banting. Selain itu sebagai sektor usaha yang dijalankan dalam tataran bawah, UKM berperan besar dalam mengurangi angka pengangguran, bahkan

fenomena PHK menjadikan para pekerja yang menjadi korban dipaksa untuk berfikir lebih jauh dan banyak yang beralih melirik sektor UKM ini. Produk-produk UKM, setidaknya memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi dan pendapatan nasional, karena tidak sedikit produk-produk UKM itu yang mampu menembus pasar internasional. Sekarang ini lembaga-lembaga donor internasional semuanya mendukung perkembangan UKM. Ada yang melihatnya sebagai wahana untuk menciptakan kesempatan kerja (ILO), ada yang melihatnya sebagai penjabaran komitmen mereka (IMF, Bank Dunia, Bank Pembangunan Asia) untuk memerangi kemiskinan di negara-negara berkembang. Di Asia, perkembangan sektor UKM ini jugadilihat sebagai salah satu jalan keluar dari krisis ekonomi. Para donor multilateral dan bilateral (antara lain Jepang) semuanya akan menyediakan dana dan bantuan teknis untuk pengembangan sektor ini.

METODE PENELITIAN

Studi ini merupakan penelitian kebijakan (*policy research*) yang bertujuan untuk menggali berbagai informasi berkaitan dengan UMKM dalam rangka memberikan rekomendasi pengambilan kebijakan pengembangannya. Berbagai hal berkaitan dengan lokasi, metode sampling, tahapan kerja, dan metode analisis dijelaskan sebagai berikut.

Lokasi Penelitian

Riset mencakup wilayah Kabupaten Nias Utara. Survei lapangan dilakukan pada bulan Agustus sampai dengan September 2017.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dibutuhkan dalam studi ini berdasarkan sumbernya adalah data: (1) primer; dan (2) sekunder. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan hasil wawancara dengan pengusaha atau pengrajin industri kecil dan berbagai pihak yang telah dipilih menjadi sampel sebagai responden. Responden dalam studi adalah para pelaku dari berbagai jenis UMKM produktif yang muncul dari tahap analisis data sekunder. Pada survei yang dijadikan responden berjumlah 51 UMKM yang ada di Kabupaten Nias Utara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi atau dinas terkait di lingkungan Pemerintah Kabupaten Nias Utara yang mencakup perkembangan jumlah UMK.

Metode Analisis

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan statistik deskriptif. Analisis ini memberikan gambaran pola-pola yang konsisten dalam data, sehingga hasilnya dapat dipelajari dan ditafsirkan secara singkat dan mendalam berdasarkan hasil analisis deskriptif. Di samping itu juga dilakukan komparasi antara hasil penelitian dengan hasil-hasil penelitian terkait dan dilakukan korelasi antara hasil-hasil penelitian tersebut dengan teori atau konsep yang relevan. Dengan mengacu pada pengertian analisis deskriptif tersebut maka sekalipun metode analisis yang digunakan dalam riset ini relatif sederhana, namun dapat menjawab tujuan penelitian dalam perumusan rekomendasi kebijakan.

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)

Perkembangan UKM di Kabupaten Nias Utara sejak tahun 2011-2017 secara rata-rata sebesar 4.35 persen per tahun yakni Tahun 2011 sebanyak 134 unit dan menjadi 169 unit pada Tahun 2017.

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik dari Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang ada di Kabupaten Nias Utara. Jumlah responden sebanyak 51 responden dan berikut ini dapat dilihat karakteristik atau identitas responden dalam penelitian ini.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.

Tingkat pendidikan pemilik usaha UKM dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan pemilik UKM di Kabupaten Nias Utara adalah tamat SD sebanyak 2 orang atau 4 persen, SMP 12 orang atau 24 persen, SMA 29 orang atau 57 persen, Diploma 1 orang atau 2 persen, dan Universitas 7 orang atau 14 persen.

Jenis UKM

Jenis usaha UMKM dari 51 sampel pemilik usaha UKM yang menjadi responden mayoritas adalah dagang yakni sebanyak 33 usaha, kemudian koperasi 3, bengkel sepeda motor 2, panglong 2, sedangkan bengkel las, makanan ringan, menjahit, kilang padi, anyaman rotan, meubel, minyak kelapa, rumah makan, keripik pisang, pandai besi dan pengasapan ikan masing-masing 1 usaha. Adapun jenis usaha menurut kecamatan diketahui bahwa dari 51 responden pemilik usaha terdapat: Kecamatan Afulu sebanyak 7 responden, Lahewa Timur 6 responden, Tugalo Oyo, Lotu, Sawo, Tuhemberua, Sitolu Ori, Nahohalu Esiwa, Alasa masing-masing 5 responden, Alasa Talu Muzoi 4 responden dan Lahewa 4 responden dengan jenis usaha yang bervariasi

PEMBAHASAN

Prospek Usaha

Salah satu ciri dari wirausaha yang baik adalah selalu ingin berprestasi lebih baik dari sebelumnya. Tidak ada seorang pengusaha yang hebat yang tidak mempunyai keinginan atau rencana untuk memperluas usahanya. Dari 51 responden, hanya satu orang yang mengatakan tidak mempunyai rencana untuk memperluas usahanya. Sedangkan dari sisa 50 responden, alasan-alasan ingin menambah produksi bervariasi antar mereka. Ada yang melihat prospek pasar lokal yang cerah, namun ada juga responden yang ingin menambah volume produksinya karena adanya peluang besar dipasar local, kecamatan dan kabupaten. Ada juga sejumlah responden yang mempunyai rencana menambah produksi bukan sepenuhnya karena peluang pasar akan membaik tetapi lebih karena dorongan untuk menambah penghasilan, dengan harapan tentu ada peluang pasar. Ada juga dua responden yang mengaku ingin menambah kegiatan produksinya di tahun-tahun mendatang karena adanya kebijakan-kebijakan pemerintah yang sangat mendukung selama ini. Dari semua alasan yang disebut, yang frekuensinya paling banyak adalah yakni peluang pasar dalam lokal dan kecamatan yang besar.

Isu mengenai biaya produksi juga menjadi sorotan survei ini. Karena ini merupakan salah satu aspek penting dari produksi. Dari 51 responden pemilik usaha UMKM hanya 10 orang yang memberikan informasi rasio antara biaya tenaga kerja dan biaya bahan baku yakni kelompok industri seperti kerajinan, meubel, panglong, menjahit, keripik pisang, bengkel, anyaman rotan, pandai besi, pengasapan ikan dan makanan ringan dimana biaya bahan baku rata-rata per responden di atas 50 persen, dan biaya TK di bawah 50 Persen dari jumlah biaya produksi. Sehingga hal ini, sulit menentukan biaya yang dikeluarkan masih minimum atau titik optimal didalam skala produksi (efisiensi) atau ada ketidakefisien dalam proses produksinya, karena untuk itu perlu analisis lebih dalam untuk mengidentifikasi batas produksi dari masing-masing industri yang disurvei tersebut.

Sumber Modal

Sumber modal yang digunakan responden pemilik usaha UMKM dapat bahwa dari 51 responden dalam menjalankan usahanya mayoritas menggunakan modal sendiri yakni 40 responden atau 78 persen, responden yang menggunakan modal sendiri dan dari bank sebanyak 4 responden atau 8 persen, Menggunakan modal sendiri, Bank dan Koperasi

sebanyak 4 responden atau 8 persenan menggunakan modal sendiri dan koperasi sebanyak 3 responden dan 6 persen. Responden yang menggunakan sumber modal dari Bank, Koperasi sebagai tambahan dari modal sendiri adalah Usaha meubel, minyak kepala, perbengkelan, spare part sepeda motor, doors smeer dan pandai besi.

Sumber dan Pengadaan Bahan Baku

Sumber dan cara pengadaan bahan baku dan dari sumberbaha dari 51 responden pemilik usaha UMKM dalam pngaadaan bahan baku mengandalkan sumber local sebanyak 34 responden atau 67 persen, local dan kecamatan sebanyak 4 responden atau 8 persen, lokal, kecamatan dan kabupaten sebanyak 3 responden atau 6 persen, kabupaten dan provinsi sebanyak 2 responden atau 4 persen, kecamatan dan kabupaten sebanyak 1 responden atau 2 persen dan dari kabupaten sebanyak 7 responden atau 13 persen. Dari responden yang mendatangkan dari sumber bahan baku lokal adalah usaha pandai besi, perkayuan, minyak kelapa, panglong, keripik pisang kilang padi. Adapun sumber bahan baku yang digunakan oleh 51 responden pemilik usaha UMKM dalam pengadaan bahan baku mayoritas melakukan dengan membeli sendiri yaitu 48 responden atau 94 persen, membeli sendiri dan melalui perusahaan niaga ada sebanyak 2 responden atau 4 persen dan hanya 1 responden melakukan pembelian sendiri dan koperasi atau 2 persen. Responden yang melakukan pembelian melalui perusahaan niaga dan koperasi selain membeli sendiri adalah usaha dagang

Pemasaran

Lokasi pemasaran UMKM yang ada di Kabupaten Nias Utara mayoritas untuk daerah lokal atau desa yaitu sebanyak 34 responden atau 67 persen, lokal dan kecamatan sebanyak 13 responden atau 25 persen, sedangkan untuk kecamatan, lokal, kecamatan, kabupaten dan kabupaten masing-masing satu responden atau 2 persen. Adapun responden yang melayani selain lokal adalah usaha dagang, selanjutnya sebagian besar dari pengusaha UMKM yang mempunyai kemitraan atau bekerja sama dengan pemasok bahan baku dan pedagang, karena memang kedua jenis agen tersebut sangat krusial bagi kegiatan bisnis khususnya UMKM. Mitra kerja sama yang dilakukan oleh responden pemilik UMKM adalah mayoritas sesamapengusaha yaitu sebanyak 32 responden, pemasok bahan baku 1 responden dan perusahaan niaga sebanyak 5 responden, sedangkan 13 responden tidak melakukan kerjasama. Sedangkan bentuk kerja sama yang dilakukandapat kita lihat pada tabel 4.13. berikut.

Bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pengusahaan UMKM umumnya dalam bentuk pemasaran, pengandanaan bahan baku, modal dan produksi. Untuk memperluas jangkauan pasar atau paling tidak mempertahankan pangsa pasar dalam persaingan ketat. Marketing Mix Strategy (MMS) sangat penting, dan dengan pendidikannya formal yang rendah dan modal yang terbatas, sangatlah sulit diharapkan pengusaha UMKM bisa melaksanakan strategi tersebut. Karena itu, perusahaan niaga atau bahkan pedagang keliling dengan pengalaman yang panjang mengenai pemasaran menjadi andalan bagi banyak pemilik UMKM. Kedua, dan ini merupakan alasan utama karena pengusaha UMKM kurang sumber daya atau modal untuk mencari sendiri bahan baku atau memasarkan sendiri produk mereka.

Kendala Utama

Kendala yang dihadapi UMKM diantaranya kesulitan dalam pemasaran dan pengadaan bahan baku, kurang modal, dan keterbatasan SDM dan teknologi. Ini semua membuat produktivitas di UMKM lebih rendah dibandingkan perusahaan modern dan kualitas buruk dari produk-produknya.

Hasil survei menunjukkan penemuan yang sedikit berbeda dengan gambaran umum mengenai kendala-kendala yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia. Data BPS nasional menunjukkan bahwa keterbatasan modal bukan merupakan permasalahan nomor satu, sedangkan hasil survei menunjukkan keterbatasan modal merupakan persoalan paling besar, disusul kemudian oleh kesulitan mendapatkan bahan baku. Kesulitan modal bisa karena dua sebab. Pertama, memang akses ke bank dan lembaga keuangan formal lainnya terbatas. Hal ini yang sering disebut-sebut di media masa, dan keterbatasan akses tersebut bisa karena berbagai faktor, di antaranya yang sering disebut adalah tidak adanya aset yang berharga sebagai jaminan atas pinjaman, atau bisnis dari pengusaha yang mengajukan pinjaman tidak mempunyai prospek yang baik, paling tidak dari perspektif perbankan. Kedua, bisa karena memang barang yang dibuat tidak laku dipasar sehingga arus kas masuk tersendat yang akhirnya membuat pengusaha bersangkutan kekurangan dana segar atau modal kerja.

Dalam hal lain, misalnya teknologi, hanya enam responden mengatakan bahwa keterbatasan teknologi merupakan kendala paling besar. Namun demikian, ini bukan berarti para responden lain yang mengatakan mempunyai keterbatasan teknologi, tetapi, paling tidak menurut pendapat mereka, bukan kendala terbesar. Lagi pula, sama halnya dengan kasus keterbatasan modal yang dibahas diatas, sangat memungkinkan bahwa banyak pengusaha UMKM tidak menyadari bahwa mereka sebenarnya membuat barang berteknologi rendah yang menyebabkan pemasaran mereka tahu hanyalah permintaan terhadap produk-produknya yang tidak banyak.

Dampak Beberapa Isu Penting

Dampak berbagai regulasi pemerintah (baik dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah), keberadaan dan kondisi infrastruktur, berbagai pungutan resmi di luar pajak (atau retribusi) dari pemerintah, dan birokrasi di berbagai dinas. Hasilnya untuk regulasi pemerintah dua responden yang mengatakan ada masalah, yakni berkaitan dengan keberadaan undang-undang gangguan. Masalahnya menurut mereka adalah banyaknya jalur yang harus dilewati, biaya mahal, dan waktu pengurusannya lama. Dalam hal infrastruktur, empat responden mengatakan ada masalah. Satu responden diantaranya mengatakan sulit melakukan pembelian bahan baku yang harus dibeli dari luar. Yang lainnya mengatakan jalan-jalan rusak dan listrik sering mati, bahkan rata-rata 2 kali dalam seminggu.

Peran Pemerintah

Peran pemerintah membantu bisnis mereka, satu orang diantaranya industri minyak kelapa mengatakan bahwa ia selalu diberikan informasi mengenai cara meningkatkan kualitas, dan pengurusan izin tidak dipersulit. Satu responden di industri perkayuan mengatakan bahwa pemda memberikan dia banyak pelatihan, dan juga mempermudah urusan perizinan, serta perbengkelan mendapatkan bantuan peralatan dan dana bergulir dari pembentukan kelompok SPP.

Memang, tidak semua responden pernah mendapat bantuan dari pemerintah. Ini juga sejalan dengan fakta nasional bahwa hanya sedikit dari jumlah UMKM yang pernah mendapatkan bantuan atau yang pernah ikut serta di dalam berbagai pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah. Bentuk-bentuk bantuan mereka harapkan dari pemerintah adalah bantuan dana, disusul kemudian oleh bantuan dalam pemasaran, dan pelatihan atau bimbingan teknis produksi. Bantuan lainnya di antaranya adalah kemudahan dalam mengurus surat-surat izin, sarana lainnya yang sangat diperlukan untuk melancarkan bisnis mereka.

Dalam hal pemasaran responden mengharapkan bantuan pemerintah dalam pemasaran, terutama dalam promosi. Misalnya, ada beberapa responden yang ingin sekali diikutsertakan di dalam setiap pameran barang-barang UKM, terutama di tingkat lebih luas. Banyak dari mereka

yang melakukan sendiri pemasaran sebenarnya tidak mempunyai banyak pengetahuan bagaimana memperluas pasar mereka. Dalam hal ini, mereka sangat memerlukan informasi mengenai peluang pasar di luar wilayah mereka. Seorang pengusaha *door smeer* mengharapkan bantuan mesin compressor untuk memperlancar usahanya.

Strategi Pengembangan UKM

Untuk mengetahui potensi dan peluang pengembangan pasar dan daya saing produk-produk UKM di Kabupaten Nias Utara di masa akan datang maka digunakan analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Oppertunities and Treats*). Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dan pendukung. Faktor internal dalam analisa ini terdiri atas kekuatan yang meliputi sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM) serta infrastruktur, sedangkan faktor kelemahan adalah pemasaran, kualitas, kekurangan tenaga pendamping, dan harga. Faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang pasar adalah adanya dukungan pemerintah dalam perkembangan UKM, tersedianya pasar lokal, regional, nasional, dan pasar ekspor (luar negeri), dan adanya dukungan perbankan yang dapat memberikan fasilitas kredit, sedangkan ancaman adalah banyaknya saingan komoditas di berbagai wilayah di luar Kabupaten Nias Utara, pasar bebas dan jaringan pemasaran yang belum memadai. Dari 3 faktor pada indikator internal dan eksternal maka ada 2 faktor utama yang merupakan kunci keberhasilan pengembangan pasar dan daya saing produk-produk UMKM di Kabupaten Nias Utara. Dari faktor-faktor kunci keberhasilan tersebut dapat dikemukakan formulasi strategi pengembangan pasar dan daya saing produk-produk UKM di Kabupaten Nias Utara seperti pada Tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1: Analisis SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tersedianya SDA ▪ Tersedianya SDM 	Kelemahan (W) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kualitas produk ▪ Kurangnya tenaga pendamping
Faktor eksternal		
Peluang (O) <ul style="list-style-type: none"> ▪ adanya dukungan pemerintah ▪ tersediannya pasar lokal, regional, nasional, dan pasar ekspor 	Strategi S - O Kembangkan komoditas UKM yang mempunyai pasar lokal, regional, nasional, dan pasar ekspor	Strategi W - O Perbaiki kualitas Produk dan penambahan jumlah tenaga pendamping
Ancaman (T) <ul style="list-style-type: none"> ▪ adanya saingan komoditas diberbagai wilayah ▪ Perdagangan Bebas 	Strategi S - T Peningkatan kualitas dengan menggunakan teknologi dan tingkatkan ekspor	Strategi W - T Memperhatikan kualitas bahan baku dan lakukan pelatihan kepada pelaku UMKM hasil produksi dapat kompetitif dan komparatif.

Sumber: Data diolah, 2017

Formulasi strategi tersebut dapat diimplementasikan dengan strategi pengembangan pasar dan daya saing produk-produk UKM pada tabel di bawah ini :

Tabel 2: Strategi, Kebijakan, Program dan Kegiatan

Strategi	Kebijakan	Program	Kegiatan
Pengembangan komoditas UKM karena adanya dukungan pemerintah dan peluang pasar, serta perbaikan kualitas komoditas melalui pelatihan terhadap pelaku	1. Mengembangkan komoditas UKM yang mempunyai peluang pasar 2. Wilayah yang mempunyai potensi komoditas dikembangkan dan ditunjang	1. Peningkatan hasil produksi UKM 2. Perbaikan jaringan pemasaran 3. Pemetaan wilayah komoditas pada masing-masing	1. Pengadaan Bahan Baku yang unggul 2. Adanya campur tangan pemerintah terhadap fluktuasi harga-harga komoditas 3. Mengadakan pelatihan kepada pelaku UKM 4. Perbaikan infrastruktur jalan ke kantong-kantong

UKM agar kualitas komoditas dapat kompetitif dan komparatif	dengan sarana dan prasarana yang memadai	wilayah kecamatan 4. Pengembangan infrastruktur	produksi (wilayah pedesaan)
---	--	--	-----------------------------

Sumber: Data diolah, 2013

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengembangan pasar dan daya saing produk produk UMKM di Kabupaen Nias Utara mengalami kendala dalam hal: ketersediaan bahan baku, infrastruktur, keterbatasan permodalan, pemasaran, pelatihan, bantuan pemerintah dan teknologi iforamsi.

Saran

Pengembangan pasar dan daya saing produk produk UMKM di Kabupaen Nias Utara dilakukan dengan: peningkatan hasil produksi UMKM, perbaikan jaringan pemasaran, Pemetaan wilayah komoditas pada masing- masing wilayah kecamatan, dan Pengembangan infrastruktur sampai kepedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS, 200, *Statistik Usaha Kecil Menengah Tahun 2012-2017* diakses dari <http://www.depkop.go.id>
- Tambunan, Tulus, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*, Jakarta: LP3ES, 2012.
- R.Supriadi, dkk., *Strategi Pengembangan Usaha Bawang Goreng pada UMKM Usaha Bersama di desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi*, Jurnal, ISSN : 2338-3011, (Agustus, 2013).
- David, Fred R., dan Forest R. David, *Manajemen Strategik: Konsep Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*, Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Mulyono, Mauled, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Jakarta: Rajawali Pres, 2010.
- Pangestu, Mari Elka, *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*, (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014). Pangestu, Mari Elka, *Ekonomi Kreatif: Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019*, (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014).