

**STRATEGI PENGEMBANGAN UKM BERBASIS INOVASI DI PROVINSI
JAWA TIMUR, PERIODE 2010-2014**

Andre Hermanto

Jurusan Ilmu Ekonomi / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

andre.hermanto24@gmail.com

Abstrak - UKM berbasis inovasi di Jawa Timur merupakan loko penggerak perekonomian di Indonesia, dengan potensinya yang menyerap banyak tenaga kerja sehingga pengangguran dapat berkurang, sumbangan terhadap PDRB (lebih dari 50%) dan sumbangan terhadap laju pertumbuhan. Namun belum siapnya UKM di karenakan lemahnya akses terhadap pasar dan informasi serta belum tersedianya SDM yang handal (banyaknya pelaku UKM yang masih belum dapat mengkategorikan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dengan baik) sehingga UKM berbasis inovasi di Jawa Timur belum mampu untuk membuat strategi untuk mengembangkan usahanya. Dalam kata lain potensi UKM berbasis inovasi di Jawa Timur belum digali secara maksimal..Berdasarkan analisis *SWOT* maka strategi yang tepat untuk mengembangkan UKM berbasis inovasi di Jawa Timur adalah Strategi S-O (orientasi produk unggulan ke preferensi konsumen, membina UKM berbasis inovasi, orientasi pada permodalan dan fasilitas kredit ke orientasi kesempatan), Strategi S-T (penguatan kelembagaan, penciptaan lingkungan usaha yang kondusif), Strategi W-O (orientasi kluster sentra industri UKM ke berbagai sumberdaya dan informasi, orientasi produksi untuk pasar luas ke orientasi pasar spesifik, orientasi kemasan produk apa adanya ke konsumen modern, *word of Mouth Marketing*), Strategi W-T (strategi berbasis sumberdaya untuk memberi daya saing jangka panjang, menjalin hubungan yang erat dengan supplier, pelatihan dan pendidikan) serta strategi lain yang mendukung (strategi dalam menghadapi persaingan ketat, pemasaran hasil produksi, serta strategi dalam memilih usaha)

(Kata Kunci : UKM, Inovasi, Analisis SWOT, Strategi Pengembangan)

Abstract - SME based on innovation in East Java is the stimulus for economic growth in Indonesia, with the potential to absorb a lot of labor so the problem of

unemployment can be reduced, contribution to GDP (over 50%) and contribution to the growth rate. However unprepared SMEs, because of poor access to markets and lack of reliable human resources (many SMEs are still not be able to categorize the strengths, weaknesses, opportunities, and threats) affect SME based innovation in East Java has not been able to create strategies to expand its business. In other words, the potential of SMEs based on innovation in East Java has not been explored to the fullest..Based on the SWOT analysis, the strategy to develop the SME-based on innovation in East Java is strategy S-O (the orientation of excellent products to consumer preferences, fostering the SME-based on innovation, orientation to capital and credit facilities to the orientation of opportunity), S-T Strategy (institutional strengthening, creation of a conducive business), Strategy W-O (orientation clusters industrial centers of SMEs to various resources and information, production orientation to the broad market to market orientation specific, the orientation of the product packaging as it is to the modern consumer word of Mouth Marketing), Strategy W-T (based strategy resource to provide long-term competitiveness, establish close relationships with suppliers, training and education) and other supporting strategies (strategies to face of intense competition, the marketing of products strategies, strategies to choose business fields).

(Keywords: SME, Innovation, SWOT Analysis, Strategy Development)

A. PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari Kementrian dan Perdagangan Republik Indonesia, Neraca perdagangan Indonesia dengan China pada tahun 2008-2011 selalu mengalami defisit yang diakibatkan oleh banyaknya produk dari China yang masuk ke Indonesia dibandingkan dengan produk dari Indonesia yang diekspor ke China. Hal ini juga mengindikasi bahwa produk dari Indonesia memiliki daya saing yang rendah jika dibandingkan dengan produk dari China dari segi harga, yakni produk China lebih unggul dari segi harga yang lebih murah dibandingkan dengan produk Indonesia akibat majunya Teknologi dan kualitas SDM yang dimilikinya.

Neraca perdagangan yang terus menerus defisit ini apabila dibiarkan akan berdampak buruk bagi perekonomian Indonesia. Disini UKM berperan penting sebagai penggerak perekonomian, walaupun UKM

hanya memiliki tenaga kerja, aset dan omzet yang tergolong kecil, namun dengan jumlahnya yang besar membuat UKM ini menjadi penunjang bagi perekonomian.

Di Jawa Timur sendiri pengembangan UKM didukung oleh beberapa faktor, yakni luas bentang wilayah Jawa Timur, potensi pasar yang besar, besarnya jumlah penduduk, dan melimpahnya SDA yang dapat digunakan. Pengembangan UKM di Jawa Timur ini tidak terlepas dari banyaknya manfaat yang disumbangkan oleh UKM-UKM di Provinsi Jawa Timur.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, sumbangan UKM-UKM bagi perekonomian di Jawa Timur di buktikan dari besarnya angka pertumbuhan ekonomi, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), pendapatan perkapita yang meningkat dari tahun ke tahun.

Melihat pentingnya peran UKM yang berkontribusi sangat besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Jawa Timur dan Indonesia, maka diperlukan upaya untuk mendorong pengembangan UKM melalui strategi-strategi dan inovasi untuk meningkatkan volume penjualan produk-produk UKM.

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai kondisi perekonomian Jawa Timur, potensial demand produk UKM di beberapa kota dan kabupaten di Jawa Timur, serta analisis SWOT UKM berbasis inovasi di Jawa Timur beserta strateginya

B. METODE PENELITIAN

Pengumpulan dan pengolahan data menggunakan data primer dan sekunder, data primer didapatkan melalui survey di beberapa UKM di Jawa Timur, sedangkan data sekunder di dapatkan melalui studi kepustakaan dan media internet di instansi terkait.

Dalam upaya menyusun strategi pengembangan UKM di Jawa Timur maka digunakan *SWOT Analysis* yaitu menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Data telah dikumpulkan berdasarkan hasil *survey*, selanjutnya dikategorikan sesuai keperluan dalam bentuk tabel ataupun matriks untuk mendapatkan 4 strategi, yakni :

1. Strategi Kekuatan dan Peluang (S-O)
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi Peluang dan Kelemahan (W-O)
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
3. Strategi Kekuatan dan Ancaman (S-T)
Strategi ini diciptakan berdasarkan pemanfaatan kekuatan untuk menghilangkan atau meminimalkan ancaman yang ada.
4. Strategi Ancaman dan Kelemahan (W-T)
Strategi ini diciptakan dengan alasan adanya ancaman dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

TABEL 1
MATRIKS SWOT

INTERNAL	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
EXTERNAL		
OPPORTUNITY (O)	STRATEGI S-O 1. 2.	STRATEGI W-O 1. 2.
THREATS (T)	STRATEGI S-T 1. 2.	STRATEGI W-T 1. 2.

Sumber : FREDDY RANGKUTI, 2000

C. Hasil dan Pembahasan

a. Kondisi Perekonomian Jawa Timur

Penduduk Jawa Timur pada saat ini berjumlah 37.476.011 orang (BPS,2015). Oleh karena jumlahnya yang sangat banyak dan terbatasnya lapangan pekerjaan yang dimiliki oleh provinsi ini, maka masalah seperti pengangguran dan kemiskinan tidak dapat dihindarkan. Jumlah pengangguran di Jawa Timur mencapai 821.546 jiwa, sedangkan jumlah kemiskinan di Jawa Timur mencapai 5.529.300 jiwa. Jumlah kemiskinan di Jawa Timur tersebut terdiri dari rumah tangga hampir miskin yakni sebesar 1.330.696 rumah tangga, rumah tangga miskin sebesar 1.256.122 rumah tangga, dan rumah tangga sangat miskin terdiri atas 493.004 rumah tangga.

Namun disamping masalah tersebut, Jawa Timur masih memiliki potensi yang cukup besar, hal ini juga dibuktikan melalui data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik , dapat dilihat bahwa perekonomian di Jawa Timur pada tahun 2011 sampai 2013 adalah sebagai berikut :

Tabel 2

Pertumbuhan Ekonomi, PDRB Jawa Timur 2011 - 2013

Tahun	Pertumbuhan Ekonomi (%)	PDRB ADHB (x Triliun rupiah)	PDRB ADHK (x Triliun rupiah)
2011	7,22	884,50	366,98
2012	7,27	1001,20	393,66
2013	6,90	1136,33	419,43

Sumber : BPS Prov. Jatim, 2015, diolah kembali

Berdasarkan data pertumbuhan ekonomi Jawa Timur di atas selama 3 tahun terakhir (diakibatkan terbatasnya data pada BPS yakni tahun terakhir untuk PDRB ADHK dan ADHB adalah tahun 2013) , pada tahun

2012 tercatat persentase pertumbuhan ekonomi tertinggi yaitu sebesar 7,27% pada tahun 2012. Dan hal tersebut tidak dapat dilepaskan dari adanya kontribusi UMKM dan koperasi terhadap PDRB (Pendapatan Domestik Regional Bruto) yakni sebesar 54,34% yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi Jawa timur.

Adapun penyumbang pertumbuhan ekonomi Jawa Timur tersebut tidak terlepas oleh sektor-sektor penyusun PDRB Jawa Timur, yakni

Tabel 3
PDRB UMKM Jawa Timur Tahun 2012-2013
(x triliun Rp)

No.	Lapangan Usaha	2012		2013	
		ADHB	ADHK	ADHB	ADHK
1.	Pertanian	153,94	54,46	169,43	55,33
2.	Pertambangan & Penggalian	20,88	8,42	22,67	8,69
3.	Industri Pengolahan	271,59	98,02	302,31	103,49
4.	Listrik, Gas & Air Bersih	13,55	5,24	14,60	5,49
5.	Konstruksi	45,55	12,84	53,90	14,01
6.	Perdag, Hotel & Restoran	304,49	128,36	356,10	139,43
7.	Angkutan & Komunikasi	57,09	30,64	67,53	33,84
8.	Keuangan, dan Jasa Perusahaan	50,49	20,19	57,89	23,46
9.	Jasa-jasa	83,59	32,25	91,87	35,69
Jumlah PDRB. UMKM		1001,17	390,52	1136,3	419,43

Sumber: BPS Jawa Timur,2015, diolah kembali

Pada tabel tersebut tampak 3 sektor yang sangat dominan dalam menyumbangkan PDRB provinsi Jawa Timur. Ketiga sektor tersebut adalah sektor pertanian; pengolahan; perdagangan,hotel dan restoran. Sedangkan sektor yang memberikan kontribusi paling kecil adala sektor listrik,gas, dan air bersih. Hal ini tidak terlepas daripada peran UKM-UKM yang bergerak di ketiga sektor tersebut.

b. UKM berbasis inovasi di Jawa Timur

Salah satu contoh adalah UKM berbasis inovasi milik Monica Harijati di jalan Darmo Indah Selatan Surabaya, yang bergerak pada usaha kerajinan *clay* (campuran berbagai tepung, lem, bahan pengawet dan lilin)

yang mampu menerobos pasar Amerika Serikat, Jepang, Singapura, dan Australia dengan harga yang sangat variatif. Kata kunci terletak pada kemampuan berinovasi dan berkreasi dalam menghasilkan boneka, kepala manusia, gerobak isi sayur mayur dan buah-buahan, pensil dan pulpen dengan hiasan boneka dari *clay*. *Clay* begitu mudah dibentuk sesuai selera, termasuk pewarnaan yang juga terus berubah. Kerajinan *clay* tidak lagi sekedar menjadi pajangan di lemari hias, tetapi bisa menjadi pembatas buku, jepit rambut, cincin, kalung, dan anting-anting.

Melihat dari sisi lain, pemilik usaha kecil dan menengah juga mengakui bahwa dana masih menjadi penghalang utama dalam bisnisnya, serta kurangnya penguasaan teknologi yang menyebabkan keterbatasan kuantitas yang dihasilkan oleh UKM berbasis inovasi miliknya sehingga beliau kurang dapat memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat.

Contoh kedua UKM yang berbasis inovasi yakni sepatu dan sandal bordir untuk perempuan dan laki-laki yang terletak di kampung Jetis, kota Sidoarjo juga memiliki prospek yang cerah karena didukung inovasi dan mampu menerobos pasar yang cukup luas. Sepatu dan sandal bordir yang dihasilkan ibu Nazidah yang berumur 35 tahun memiliki keunggulan dari segi corak, benang, lem, dan cara membuatnya dengan memanfaatkan komputer serta harga yang bersaing ditawarkan ke pasar. Saat ini mampu melibatkan 20 pekerja laki-laki yang setiap hari mengerjakan proses sol sepatu, sedangkan pengrajin perempuan khusus mengerjakan bordir di rumah masing-masing dengan koordinator pengrajin bordir sebanyak 5 orang.

Keberadaan pengrajin bordir tidak sekedar mengerjakan pesanan, namun ikut menyempurnakan kombinasi warna benang sehingga penampilan sepatu dan sandal tampak eksklusif dan berkesan etnik. Warna kain satin dan belacu didominasi warna hitam dan coklat. Harga sepasang sepatu Rp 25.000,- hingga Rp 40.000,- , sedangkan sandal Rp 20.000,-,

khusus sepatu atau sandal yang dipercantik dengan sulam pita memiliki harga yang lebih mahal yakni Rp 30.000,- karena waktu pengerjaan yang lebih lama. Para pengrajin sepatu dan sandal bordir di kampung Jetis mampu mendongkrak penjualan dan terhindar dari krisis keuangan global berkat inovasi yang terus – menerus dilakukan serta rajin melakukan pendekatan ke toko – toko yang ada di Surabaya dan pelaku pasar di Bali.

Berikut adalah contoh lain UKM berbasis Inovasi di Jawa Timur :

Tabel 4

Perusahaan dan Produk-Produk UKM Kabupaten Sidoarjo

No	Nama Perusahaan	Alamat	Produk
1	INTAKO	Jl. Utama Kendensari No. 27 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas, Koper
2	Permata Tanggulangin	Komplek pertokoan permata Blok R3 No 46-52 Tanggulangin - Sidoarjo	Jaket, Sepatu, Sabuk, Koper, Tas, Dompot
3	Maju Makmur	Jl. Raya Kludan No. 42 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas Fashion
4	Fitrah Jaya	Jl. Raya Kludan RT. 02 RW. 02 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas, Koper, Sepatu, Sandal, Dompot
5	Pusgitta	Jl. Raya Kludan No. 31A	Tas Fashion
6	Prima <i>Accessories</i>	Kendensari, Tanggulangin-Sidoarjo	Aksesoris fashion wanita
7	Bella Belgis	Kendensari RT.15 RW. 05 Tanggulangin - Sidoarjo	Tas
8	MQ Emqyu	Ds. Kalisampurno RT. 13 RW. 04 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas
9	Anvi Jaya	Kalisampurno RT. 14 RW. 04 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas, Dompot
10	Kartika Utama	Jl. Utama Kendensari No.26 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas, Koper, Jaket, Dompot, Sepatu
11	Jamrud Aksesoris	Kendensari RT. 18 RW. 06 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas, Dompot
12	InTas Tanggulangin	Kendensari RT. 07 RW. 02 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas, Dompot, Jaket, Sabuk
13	Dimas	Jl. Utama No. 20 Kendensari RT. 12 RW. 05 Tanggulangin - Sidoarjo	Tas, Koper
14	Lely Jaya	Ruko Pasar Wisata Blok B2 -03	Tas, Dompot
15	Lasambora	Kendensari RT. 15 RW. 05 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas, Dompot
16	Mega Jaya Utama	Kendensari RT. 14 RW. 05 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas Fashion
17	OCCE	Jl. Raya Kludan Tanggulangin	Tas

18	Bagas Jaya <i>Collection</i>	Perum Griya Wisata RT.23 RW 07 Tanggulangin -Sidoarjo	Tas, Koper
19	Wahyu Hidayat	Jl. Raya Kludan Tanggulangin - Sidoarjo	Tas Fashion
20	Madina Muslimah	Jl. A. Yani No. 65 Gedangan Sidoarjo	Busana Muslim

Sumber : Hasil Survey, 2015

Berikut adalah produk unggulan dari UKM berbasis inovasi yang ada di beberapa kabupaten dan kota di Jawa Timur:

- Kabupaten Pasuruan : meubel / furniture, komponen otomotif roda dua, mangga, durian dan batik.
- Kabupaten Malang : furniture logam, *brown box set*, *home box*, *laundry*, keranjang sampah persegi, tutup gelas, bunga klobot, tali mendong, korsase, kerajinan daun.
- Kabupaten Bangkalan : jamu ramuan Madura, batik Madura, salak dan jambu air.
- Kota Blitar : Aneka Jamur, lampu berbahan lidi (biting).
- Kabupaten Trenggalek : Tepung tapioca, tepung onggok, anyaman bambu, genteng, batu bata, dan kripik tempe.
- Kabupaten Bondowoso : Produk kuningan seperti bokor, kaligrafi, binatang-binatangan, dan lain-lain.
- Kota Mojokerto : Krupuk singkong (asin, pedas, manis, bawang, ebi, nanas dan nangka).
- Kabupaten Probolinggo : Dendeng tokek
- Kabupaten Kediri : Madu dalam botol ukuran 2 ons, 3 ons, 9 ons.

c. Analisis SWOT

Dalam upaya menyusun strategi pengembangan UKM berbasis inovasi di Jawa Timur maka digunakan *SWOT Analysis* yakni dengan melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis biasanya merupakan rekomendasi dan arahan untuk mempertahankan *Strength* dan menambah keuntungan daripada

Opportunity yang ada dan mengurangi *Weakness* dan menghindari *Threat* yang dimiliki. Dengan mempertimbangkan beberapa contoh UKM berbasis inovasi di Jawa Timur, maka penyusunan SWOT untuk UKM berbasis inovasi di Jawa Timur adalah sebagai berikut :

1. *Strength* (Kekuatan) :

- a. Sifatnya yang fleksibel membuat UKM berbasis inovasi di Jawa Timur memiliki ketahanan yang tinggi dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan dan perkembangan pasar. (Dinas Koperasi dan UMKM Jatim)
- b. Sebagian besar UKM khususnya yang berbasis inovasi di Jawa Timur telah mampu memasarkan produknya di pasar domestik bahkan internasional. (hasil survey)
- c. Jumlah penduduk yang banyak di Jawa Timur mengakibatkan ketersediaan tenaga kerja yang banyak. (BPS Jatim)

2. *Weakness* (Kelemahan) :

- a. Rendahnya profesionalisme tenaga pengelola usaha sektor informal. (Badan Perencana Pembangunan Nasional (BAPPENAS))
- b. Keterbatasan permodalan dan kurangnya akses terhadap perbankan dan pasar. Hal ini akan mengakibatkan UKM kurang dapat melayani permintaan yang semakin tumbuh dari pihak konsumen. Masih banyak UKM yang belum mampu mengakses KUR walaupun telah diberlakukan. (Hasil survey)
- c. Kemampuan penguasaan teknologi yang masih kurang (Hasil survey)
- d. Terbatasnya kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana usaha. (Hasil survey)

- e. Banyaknya jenis usaha yang sama antar pelaku UKM yang mengakibatkan kecenderungan persaingan yang tidak sehat (Hasil survey).
 - f. Kurangnya hubungan antara UKM-UKM dengan *supplier* penyedia bahan baku. (Hasil survey)
3. *Opportunity* (Peluang) :
- a. Mulai banyak perusahaan besar yang membuka diri dan bekerjasama dengan UKM-UKM berbasis inovasi di Jawa Timur. (Dinas Koperasi dan UMKM Jatim)
 - b. Masyarakat Indonesia termasuk konsumen paling konsumtif keempat seAsia Pasifik (United Nation of Environment Program (UNEP) tahun 2012). Kecenderungan masyarakat Indonesia yang tidak bisa menahan konsumsi, hal ini ditunjukkan ketika ekonomi sedang lesu namun tingkat konsumsi masyarakat Indonesia khususnya yang berada di Jawa Timur tidak berubah.
 - c. Adanya promosi tingkat lokal, regional, regional dan internasional. (Dinas Koperasi dan UMKM Jatim)
 - d. Permodalan diantaranya adalah kredit bunga lunak, pinjaman kredit oleh PT. Jamkrida untuk kredit usaha rakyat. (Dinas Koperasi dan UMKM Jatim)
 - e. Munculnya kerjasama Masyarakat Ekonomi Asean dan perjanjian internasional lainnya yang telah dimanfaatkan oleh sebagian UKM berbasis inovasi di Jawa Timur untuk memasarkan produknya ke pasar Internasional(Dinas Koperasi dan UMKM Jatim)
 - f. Bank-Bank mulai membuka diri untuk memberikan pinjaman terhadap UKM-UKM yang kreatif dan berprospek baik seperti : Bank Jatim,BPR, Mandiri yang memberikan kredit dengan bunga lunak. (Dinas Koperasi dan UMKM Jatim)

- g. Sarana dan prasarana Jawa Timur yang sudah mendukung (jalan tol, pelabuhan internasional, bandara internasional, jembatan, dan sebagainya). (Badan Pemberdayaan Masyarakat (Bapemas) Jatim)
 - h. Adanya klinik koperasi dan UMKM Jatim yang menyediakan 10 layanan gratis diantaranya adalah : layanan konsultasi bisnis, layanan informasi bisnis, layanan advokasi, layanan short course, layanan akses pembiayaan, layanan akses pemasaran, pusat pustaka entrepreneur, layanan mobil klinik, layanan IT entrepreneur, dan TV UKM Jatim online. (Dinas Koperasi dan UMKM Jatim)
4. *Threat* (Ancaman)
- a. Terbatasnya jaminan dan pengakuan keberadaan Usaha Kecil dan Menengah berbasis inovasi di Jawa Timur. (Hasil Survey)
 - b. Pemerintah kesulitan memberikan bantuan baik secara material dan non material diakibatkan kesulitan mendapatkan data yang jelas dan pasti tentang jumlah dan penyebaran UKM berbasis inovasi di Jawa Timur. (Dinas Koperasi dan UMKM)
 - c. Sebagian besar produk Usaha Kecil dan Menengah di Jawa timur memiliki ciri dan karakteristik produk-produk fashion dan kerajinan dengan *lifetime* yang pendek. (Dinas Koperasi dan UMKM)
 - d. Mahalnya biaya pemasaran diantaranya termasuk *packaging* yang menjadi daya tarik konsumen dalam memilih barang di pasar. (Hasil survey)
 - e. Pemberlakuan *International Organization for Standarization (ISO)*, *Eco Labelling*, *Hazard Analysis Critical Control Point(HACCP)* atau sistem kontrol dalam upaya pencegahan terjadinya masalah yang didasarkan atas identifikasi titik-titik kritis didalam tahap penanganan dan proses produksi menurut *Food Science and Technology Bogor*) dan *surcharge* pelabuhan

yang makin mahal. (Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 28 Tahun 2008 tentang kebijakan industri nasional)

- f. Pemberlakuan perdagangan bebas seperti Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), *APEC*, dsb yang dapat menjadikan ancaman di karenakan semakin derasnya barang impor yang berasal dari China, India, Thailand, Malaysia. (Kementrian Perindustrian)
- g. Ketidakpastian harga BBM, kenaikan harga Tarif Dasar Listrik (TDL), Gas, Kenaikan Upah Minimum Regional, serta pemberlakuan pajak yang membuat UMK berbasis inovasi susah untuk menetapkan harga dan sulit untuk bersaing. (Hasil Survey)

d. Strategi UKM Berbasis Inovasi

Berdasarkan hasil analisis SWOT maka dapat disusun strategi baru yang dapat membantu untuk mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah berbasis inovasi di Jawa timur agar dapat berperan dalam memajukan perekonomian daerah sekaligus Indonesia yaitu :

1. Strategi *Strength – Opportunity* (Kekuatan-Peluang) yaitu :
 - a. Orientasi produk unggulan ke orientasi perubahan preferensi konsumen. Seperti yang diketahui bahwa semakin berkembangnya zaman maka selera tiap-tiap orang juga turut berubah, sehingga UKM-UKM berbasis inovasi tidak boleh berpuas diri dan hanya menonjolkan produk unggulannya namun juga mempertimbangkan selera daripada konsumen yang menjadi pangsa pasar. Misalnya apabila UKM berbasis inovasi tersebut ingin mengekspor produknya ke negara lain tentu harus mengetahui preferensi kosumen disana, dikarenakan preferensi konsumen dari negara 1 dan yang lain bisa saja berbeda.
 - b. Membina UKM-UKM berbasis inovasi agar dapat menciptakan produk-produk unik dan berkualitas melalui inovasi yang belum ada maupun menyempurnakan produk yang sudah ada.

- c. Orientasi pada permodalan dan fasilitas kredit ke orientasi kesempatan atau peluang investasi.
2. Strategi *Weakness – Opportunity* (Kelemahan-Kesempatan), yaitu :
 - a. Orientasi kluster sentra industry UKM ke berbagai sumberdaya dan informasi. Hal ini bertujuan agar UKM-UKM berbasis inovasi di Jawa Timur dapat memperoleh sumber daya yang dibutuhkan guna terjaminnya perkembangan dan keberlangsungan usaha.
 - b. Orientasi produksi untuk pasar luas ke orientasi pasar spesifik. Hal ini dikarenakan adanya pertimbangan masih banyaknya kekurangan yang dimiliki oleh UKM yakni dalam hal permodalan dan SDM, sehingga dengan mengganti orientasi produk dari pasar luas ke orientasi pasar spesifik diharapkan UKM berbasis inovasi di Jawa Timur dapat beroperasi lebih efisien dan efektif.
 - c. Orientasi kemasan produk apa adanya ke konsumen modern.
pemberlakuan kemasan apa adanya berdampak dapat menekan *cost* produksi yang pada akhirnya menimbulkan *win-win solution* kepada konsumen. Apabila harga produksi turun maka harga jual barang tersebut dapat turun (asumsi: kemasan produk apa adanya tidak mengurangi kualitas daripada produk tersebut).
 - d. *Word of Mouth Marketing(WOMM)* “Pemasaran getok tular”
Dimana promosi ini merupakan bentuk apresiasi dari pelanggan dan merupakan metode pemasaran yang gratis namun berdampak sangat luar biasa. Hal ini sangat sesuai dengan UKM-UKM berbasis inovasi di Jawa Timur, dikarenakan bentuk promosinya yang tidak membutuhkan sepersen pun biaya namun berdampak luar biasa.
 - e. Kerjasama dengan perusahaan – perusahaan besar dan bank-bank yang membuka peluang kepada UKM – UKM di Jawa Timur. Dengan adanya keterbatasan permodalan, teknologi, sarana dan prasarana usaha yang dihadapi oleh UKM – UKM di Jawa timur maka pilihan untuk membuka diri untuk bekerjasama dengan

perusahaan besar dan bank-bank merupakan langkah awal untuk dapat berkembang menjadi UKM - UKM yang unggul namun harus sebelum bekerjasama dengan perusahaan - perusahaan besar di harapkan para pelaku UKM untuk dapat memahami prasyarat dan kondisi yang diajukan oleh perusahaan – perusahaan besar dan bank – bank di Jawa Timur.

3. Strategi *Strength – Threat* (Kekuatan-Ancaman), yaitu :
 - a. Penguatan kelembagaan terutama untuk memperluas akses permodalan, perbaikan lingkungan usaha dan memperluas institusi pendukung.
 - b. Peningkatan koordinasi dan sinergi kebijakan pada berbagai tingkatan pemerintahan dalam upaya menciptakan lingkungan usaha yang kondusif. Dengan adanya lingkungan usaha yang kondusif maka UKM-UKM berbasis inovasi di Jawa Timur diharapkan dapat tumbuh tanpa adanya hambatan yang berarti.
4. Strategi *Weakness – Threat* (Kelemahan-Ancaman), yaitu :
 - a. Strategi berbasis sumberdaya dalam rangka pengembangan kapabilitas internal yang unggul, yang tidak transparan, sukar ditiru dan memberi daya saing jangka panjang.
 - b. Menjalin hubungan yang erat dengan supplier, hal ini akan menimbulkan keuntungan yang sangat banyak seperti *deadline* pembayaran yang lebih fleksibel, tepatnya waktu pengiriman barang yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing UKM-UKM tersebut (Chiayu, *et al.* ,2014).
 - c. Pelatihan dan pendidikan tentang mutu produk, kemasan produk, dan strategi penetapan harga yang bersaing.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil bahasan maka dapat ditarik **kesimpulan** sebagai berikut :

1. Usaha Mikro dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terutama yang berbasis inovasi memiliki potensi yang besar sebagai penggerak perekonomian di Jawa Timur, terutama dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Hal ini dapat diketahui dari banyaknya PDRB yang telah disumbangkan yang mencapai lebih dari 50%.
2. Identifikasi masalah UKM : Belum siapnya UKM dalam menghadapi persaingan global, Masih lemahnya akses terhadap sumber informasi, seperti analisis pasar dan perkembangan teknologi, membanjirnya produk dari Tiongkok, Belum tersedianya SDM yang handal (Banyaknya pelaku UKM yang masih belum dapat mengkategorikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan baik sehingga masih banyak UKM berbasis inovasi di Jawa Timur yang belum mampu untuk membuat strategi untuk mengembangkan usahanya. Dalam kata lain potensi atas Usaha Mikro dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berbasis inovasi belum digali secara maksimal).
3. Berdasarkan hasil analisis SWOT maka strategi untuk mengembangkan UKM berbasis inovasi di Jawa Timur :
 - (1) Pentingnya pemerintah memberikan fasilitas modal melalui perbankan, (2) Pentingnya penguatan kelembagaan. (3) Kemasan produk apa adanya namun menarik. (4) Menjalin hubungan dengan pemasok dan (5) Mengikuti pameran di dalam negeri dan di luar negeri yang di fasilitasi pemerintah.

Dan berdasarkan hasil bahasan maka dapat ditarik **saran** sebagai berikut :

1. Sebaiknya pemerintah terus mendukung perkembangan UKM berbasis inovasi di Jawa Timur, seperti: pengurangan pajak, kemudahan

birokrasi, penciptaan iklim yang kondusif, bantuan akan pendanaan dan pelatihan.

2. Pihak-pihak lain yang terkait diharapkan turut berpartisipasi dalam pengembangan UKM berbasis inovasi di Jawa Timur, seperti pemberian kredit lunak dan KUR dari Bank-bank pendanaan serta kerjasama antara UKM berbasis inovasi dengan pelaku usaha besar.
3. Pelaku UKM dituntut untuk melakukan pendekatan dengan *supplier*, hal ini akan membantu UKM dalam hal terjaminnya tersedianya bahan baku dan kemudahan pembayaran oleh UKM yang pada akhirnya meningkatkan daya saing usaha.
4. Mental pelaku UKM yang harus cerdas dan cermat terkait dengan persaingan yang ketat, pemilihan lokasi usaha serta media promosi yang cocok.
5. Penyuluhan yang lebih lanjut tentang akses pasar yakni ekspor-impor beserta dengan kemudahan regulasinya

E. DAFTAR PUSTAKA

- Adra. **Teori Fungsi Produksi**. <http://ardra.biz/ekonomi/ekonomi-mikro/teori-fungsi-produksi/>. diakses tanggal 28 Mei 2015
- Badan Pemberdayaan Masyarakat Jatim. **Program Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur Tahun 2014**. <http://bapemas.jatimprov.go.id/index.php/profil/renpro1419/program-peningkatan-sarana-dan-prasarana-aparatur2014>. Diakses tanggal 31 Oktober 2015.
- Badan Perencana Pembangunan Nasional. **Koperasi dan UKM**. http://bappenas.go.id/files/3613/5230/0903/bab-20koperasi-dan-ukm__20090202212311__1757__19.pdf. Diakses tanggal 31 Oktober 2015
- Badan Pusat Statistik. **“Distribusi Produk Domestik Regional Bruto Triwulanan Jawa Timur Menurut Lapangan Usaha”**. <http://jatim.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/136>. Diakses tanggal 27 Mei 2015

- Bisnis UKM. “**Industri Tas dan Koper Tanggulangin tetap Eksis**”
<http://bisnisukm.com/industri-tas-dan-koper-tanggulangin-tetap-eksis.html>. diakses tanggal 27 Mei 2015
- Blocher, J. Edward, Kung H. Chen, Thomas W. Lin, 2000. **Manajemen Biaya**. Jakarta : Salemba Empat.
- Blocher, J. Edward, Kung H. Chen, Gary Cokins, Thomas W. Lin 2007. **Manajemen Biaya Penekanan Strategis, Edisi ketiga**. Jakarta : Salemba Empat.
- Chiayu, Tu, Shiuh Nan Hwang dan Jehn Yih Wong. 2014. **How Does Cooperation Affect Innovation in Micro-entepriases**. Emerald. Vol 52. P.1390-1490.
- Dinas Koperasi dan UMKM Jatim . “**Data UMKM Jatim**”.
http://depkop.go.id/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=109:data-umkm-2012&Itemid=93. Diakses tanggal 27 Mei 2015.
- Dinas Koperasi dan UMKM Jatim. “**Menangkap Peluang UMKM**”.
http://diskopumkm.jatimprov.go.id/view-media.php?pages=det_berita&id=57. diakses tanggal 27 Mei 2015.
- Fair, Case. 2008. **Prinsip Prinsip Ekonomi Edisi 8 Jilid 1**. Jakarta: Erlangga.
- Husien, Umar. 1999. **Metode Penelitian : Aplikasi dan Pemasaran**. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Joesron, Tati dan Fathorrozi. 2003. **Teori Ekonomi Mikro**. Jakarta: Salemba empat.
- Kamar Dagang dan Industri. **Definisi UKM**. <http://kadin-indonesia.or.id/definisi-ukm>. Diakses tanggal 31 Oktober 2015
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. **Neraca Perdagangan Indonesia dan China**. <http://kemendag.go.id/.../balance-of-trade-with-trade-partner-country>. Diakses tanggal 3 Desember 2015.
- Kementrian Perindustrian . **UMKM Unggulan Jatim** .
<http://kemenperin.go.id> . Diakses tanggal 31 Oktober 2015.
- Kotler, Philip. 2000. **Manajemen Pemasaran**, Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. **Marketing Management**, Millenium Edition North Western University New Jersey, Prentice Hall Inc, Jakarta : PT. Prenhallindo.

- Mitzerg (Strategi Managemen, New York, 1992) serta Musselman dan Hughes (Introduction to Modern Business, 1992) dikutip oleh Sutojo, 1994, **Profil Usaha Kecil dan Kebijakan Kredit Perbankan di Indonesia**, Jakarta : Salemba Empat.
- Myers, Sumner dan Donald George Marquis. 1969. **Market Demand and Innovation**.University of Sussex. United Kingdom, Terjemahan Susty Ambarriani, Jakarta : Salemba Empat.
- Rangkuti, Freedy. **Manajemen Persediaan**, Cetakan keenam, 2000, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saiful.2015.“**Komoditas Lokal, Kualitas Global**”. Jawapos. 31 Oktober 2015, hal.36
- Seputar UKM. “**Produk UKM SME Tower Terjual 1,13 Miliar**”. <http://www.seputarukm.com/produk-ukm-sme-tower-terjual-rp113-miliar/>. diakses tanggal 28 Mei 2015.
- Yin, Robert K. 2004. Studi kasus : **Desain dan metode**. Edisi Terjemahan, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Zafrullah, Ahmad. 2011. **Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Jawa Timur dalam Rangka Antisipasi Liberalisasi Pasar dan Integrasi Ekonomi Asia Pasifik**. Surabaya.