



**PENGEMBANGAN POTENSI UNGGULAN DAERAH
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU KABUPATEN BANDUNG**

***DEVELOPMENT OF REGIONAL LEADING POTENTIAL
INVESTMENT SERVICE AND ONE-STOP SERVICES
IN BANDUNG REGENCY***

**Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten
Bandung
dpmptsp@bandungkab.go.id**

Abstrak

Kajian ini dilakukan untuk melihat permasalahan dan tantangan apa saja yang dihadapi oleh pelaku UMKM dan menemukan strategi serta konsep pengembangan UMKM di Kabupaten Bandung. Dilakukan kajian teoritis terhadap penelitian yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Sumber data diperoleh melalui data primer, dimana pengumpulan data primer dilakukan melalui *In-Depth Interview* (IDI). Metode Kualitatif dilakukan dengan wawancara mendalam IDI dengan beberapa informan kunci. Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa permasalahan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kabupaten Bandung adalah permasalahan dalam informasi dan pendataan UMKM, pendanaan, legalitas dan sertifikasi, sumber daya manusia, dan permasalahan pemasaran. Dari permasalahan dan tantangan yang ada dikaji dan dihasilkan strategi serta konsep pengembangan dan pendampingan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Bandung, dengan sasaran untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas UMKM di Kabupaten Bandung tersebut. Program-program yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas UMKM Kabupaten Bandung tersebut diantaranya adalah, Penyediaan informasi UMKM yang terintegrasi, Penelitian dan Pengembangan, Peningkatan akses pendanaan, Digitalisasi UMKM, Peningkatan kapasitas SDM, Peningkatan akses Pasar, dan Simpul Inovasi. Dan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan diharapkan ada dukungan yang besar dari pemerintah Kabupaten Bandung untuk memberikan fasilitas antar sektor agar dapat berkolaborasi dalam pengembangan UMKM Kabupaten Bandung serta memberikan kemudahan birokrasi khususnya selama program berlangsung.

Abstract

This study was conducted to look at the problems and challenges faced by Micro Small and Medium Enterprises (MSME) actors and find strategies and concepts for MSME development in Bandung Regency. Theoretical studies are carried out on research that is relevant to the cases or problems found. Source of data obtained through primary data, where primary data collection is done through In-Depth Interview (IDI). The qualitative method was carried out by IDI in-depth interviews with several key informants. From the research conducted, it is known that the problems and challenges faced by MSMEs in Bandung Regency are problems in MSME information and data collection, funding, legality and certification, human resources, and marketing problems. From the existing problems and challenges, a strategy and concept of development and assistance is developed and developed for MSMEs in Bandung Regency, with the aim of increasing the capacity and quality of MSMEs in Bandung Regency. The programs carried out to increase the capacity and quality of MSMEs in Bandung Regency include, Provision of integrated MSME information, Research and Development, Increasing access to funding, Digitalizing MSMEs, Increasing HR capacity, Increasing market access, and Innovation Nodes. And to achieve the set targets, it is hoped that there will be great support from the Bandung Regency government to provide inter-sectoral facilities so



that they can collaborate in the development of Bandung Regency MSMEs and provide bureaucratic facilities, especially during the program.

Keywords: MSMEs, challenges, development concept, collaboration, stakeholders.

Kata kunci: UMKM, permasalahan, konsep pengembangan, kolaborasi, pemangku kepentingan

A. PENDAHULUAN

Potensi ekonomi daerah perlu dikembangkan secara optimal menjadi produk Unggulan daerah yang berdaya saing dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi dan kekhasan daerah. Untuk menindak lanjutinya diberlakukannya Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2014 mengenai Pengembangan Produk Unggulan Daerah, maka untuk menjamin tercapainya sasaran pengembangan produk unggulan daerah perlu didukung dengan peningkatan kapasitas kelembagaan daerah yang mandiri dan tangguh serta menuangkan pengembangan produk unggulan daerah dalam dokumen perencanaan daerah.

Pemerintah daerah dalam upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dituntut untuk melakukan strategi dan upaya yang terarah dan efektif. Oleh karena itu pemerintah daerah berupaya untuk memanfaatkan dan mengoptimalkan segala potensi pendapatan yang berbasis pada potensi daerah. Selain berbasis pada potensi, masalah yang ada pada masyarakat juga dapat menjadi salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Supaya dapat memberikan hasil yang optimal terhadap kemampuan daerah dalam mengembangkan wilayahnya, diperlukan suatu gambaran yang komprehensif mengenai wilayahnya sendiri. Melalui gambaran wilayah yang tersusun dengan baik, pemerintah daerah dapat menentukan arah perkembangan dan inventarisasi sumber daya yang tersedia pada wilayahnya.

Produk Unggulan merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Dalam rangka meningkatkan sumber Pendapatan Asli Daerah, maka pengembangan potensi produk unggulan menjadi hal yang sangat penting. Pengembangan potensi tersebut menyebabkan meningkatnya sektor-sektor yang dapat membantu investasi infrastruktur baru untuk menunjang keberlangsungan potensi dalam suatu daerah.

Dengan mengembangkan industri potensi unggulan daerah tersebut, Pemerintah Daerah dapat memperoleh peluang penerimaan pajak dan beragam retribusi resmi dari kegiatan industri tersebut yang meliputi hotel, restoran, usaha perjalanan wisata, pendidikan formal dan informal, pelatihan dan transportasi, industry hasil pertanian dan perkebunan. Di sisi lain pengembangan potensi industri ini memang menguntungkan secara finansial karena semakin banyak objek pengembangan yang ditawarkan maka semakin besar pula keuntungan yang akan didapat. Semakin banyak para wisatawan yang berkunjung maka pemasukan pendapatan retribusi akan bertambah besar.

Kabupaten Bandung adalah daerah yang mempunyai bermacam- macam potensi yang sangat bagus untuk dikembangkan. Untuk menciptakan strategi pengembangan, perlu diketahui daerah yang berpotensi Unggulan, mengingat Kabupaten Bandung memiliki



pelaku usaha di sektor industry kreatif yang cukup potensial baik dari sisi sumber daya manusia maupun sumber daya alam sebagai pendukungnya.

Kabupaten Bandung dilihat dari sisi ekonomi memiliki struktur perekonomian industri. Hal ini dapat dilihat dari komposisi PDRB berdasarkan klasifikasi kontribusi terbesar sektor sekunder lebih tinggi dari sektor primer dan tersier. Kondisi ini tidak terlepas dari posisi geografis Kabupaten Bandung yang berada ditengah-tengah daerah yang mempunyai potensi pasar yang cukup besar dan potensi sumber daya manusia dalam bentuk ketersediaan tenaga kerja yang dapat menunjang terhadap pertumbuhan sektor sekunder.

Potensi lainnya posisi geografis yang dapat mempercepat proses pemasaran produk yang dihasilkan yaitu dengan tersedianya infrastruktur berupa jalan tol sehingga arus barang dan jasa baik yang masuk maupun yang keluar Kabupaten Bandung relatif dapat lebih cepat dibanding dengan daerah-daerah lainnya, sehingga Kabupaten Bandung sampai saat ini masih menjadi salah satu daerah tujuan bagi para investor untuk menanamkan investasinya di Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung.

Investasi yang tertanam di Kabupaten Bandung selama periode 2011 hingga tahun 2015 terus mengalami peningkatan (terutama dari tahun 2014 ke tahun 2015). Pada tahun 2014, tercatat investasi yang tertanam di Kabupaten Bandung sebesar Rp6.275.126.103.653,-, yang terdiri atas Rp803.058.396.105,- dari PMA dan Rp5.472.067.707.548,- yang berasal dari PMDN. Pada tahun 2015, investasi meningkat menjadi Rp9.418.387.120.817,- dari target sebesar 6,7 trilyun yang terdiri dari PMA sebesar Rp3.454.165.551.237,- sementara nilai PMDN sebesar Rp5.964.221.707.548,-. Berarti dalam periode ini terjadi lonjakan nilai Investasi di Kabupaten Bandung, hal ini sekaligus mengindikasikan bahwa pada periode ini Kabupaten Bandung merupakan wilayah yang sangat menjanjikan untuk melakukan Investasi. (sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bandung, Renstra 2016-2021)

Pada Renstra Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu 2016-2021 menargetkan Nilai Investasi pada tahun 2016 sebesar Rp6.7.000.000.000.000,- hal ini mengingat perkembangan investasi erat kaitanya dengan pengaruh perkembangan investasi itu sendiri sehingga target pada tahun 2016 masih tetap sama seperti target tahun lalu dengan pertimbangan jumlah nilai investasi yang tidak terbatas hanya pada perusahaan-perusahaan besar akan tetapi termasuk juga investasi modal kecil sesuai dengan undang-undang Nomor 5 tahun 2007 tentang penanaman modal.

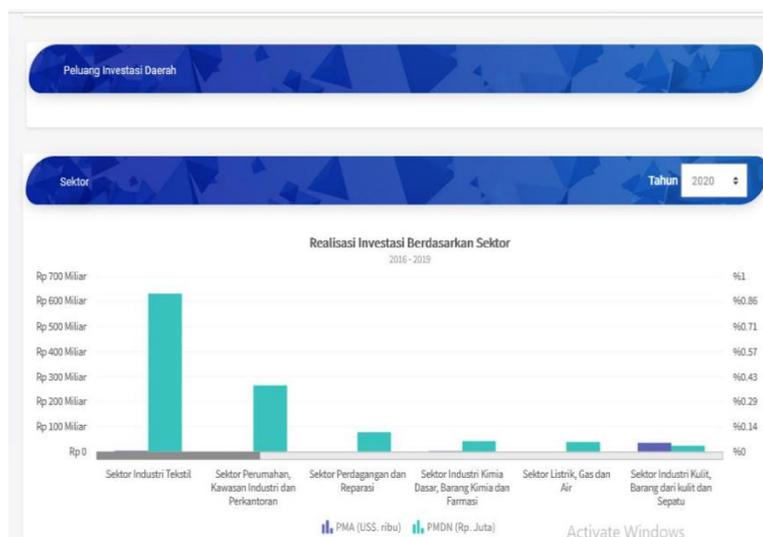
Gambar 1. Komoditi Daerah Kabupaten Bandung (DPMPTSP)



Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bandung, Renstra 2016-2021



Gambar 2. Realisasi Investasi berdasarkan Sektor di Kabupaten Bandung (DPMPTSP)



Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bandung, Renstra 2016-2021

Dilakukan identifikasi potensi daerah di Wilayah Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung dalam rangka lebih mengoptimalkan pengelolaan pertumbuhan ekonomi, Peningkatan kesejahteraan masyarakat merupakan tujuan akhir pembangunan ekonomi. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah pusat hingga daerah diarahkan untuk menggunakan semua sumber daya yang di miliknya termasuk skenario pembiayaan APBD maupun melibatkan pihak swasta untuk berinvestasi dalam pembangunan. Hal ini pun dilakukan untuk mendorong laju pertumbuhan ekonomi dengan tetap mengedepankan aspek pemerataan melalui percepatan investasi baik yang di lakukan oleh investor domestik maupun investor asing. Hasil studi ini diharapkan bermanfaat bagi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bandung untuk menetapkan kebijaksanaan, perencanaan, pengambilan keputusan dalam pelaksanaan proyek pengembangan tersebut dikemudian hari.

B. METODE PENELITIAN

Analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. SWOT adalah akronim Strengths yang memaksimalkan kekuatan, dan Opportunities memaksimalkan peluang, Weaknesses secara bersamaan meminimalkan kelemahan-kelemahan, dan Threats meminimalkan ancaman-ancaman. Cara pelaksanaan yang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian sumber daya. Adapun untuk pelaksanaan di kawasan Bojongsoang Kabupaten Bandung itu sendiri adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan
Perencanaan adalah proses penentuan tujuan dan pedoman pelaksanaan dengan memilih yang terbaik dengan alternatif- alternatif yang ada.
2. Pengorganisasian



Pengorganisasian adalah fungsi manajemen dan merupakan suatu proses yang dinamis. Pengorganisasian dapat diartikan penentuan pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan, pengelompokan tugas-tugas dan membagi-bagi pekerjaan kepada setiap karyawan, penetapan setiap departemen- departemen (subsistem) serta penentuan hubungan -hubungan.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan upaya untuk menjadi kenyataan, dengan melalui berbagai pengarahan dan pemotivasian agar setiap karyawan dapat melaksanakan kegiatan secara optimal sesuai dengan peran, tugas dan tanggung jawab.

4. Evaluasi

Evaluasi adalah suatu proses dalam merencanakan, memperoleh, dan menyediakan informasi yang sangat diperlukan untuk alternatif - alternatif keputusan.

Analisa SWOT harus mengidentifikasi kompetensi langkah (distinctive competence), yaitu keahlian tertentu dan sumber - sumber yang dimiliki oleh sebuah usaha dan cara unggul yang mereka gunakan. Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan area wisata.

Adapula Matriks SWOT yaitu alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi usaha. Matriks dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dan internal yang dihadapi usaha dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

C. TINJAUAN LITERATUR

Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia diatur dalam Undang- Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008, yaitu:

1. Usaha mikro

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.

2. Usaha kecil

Usaha kecil adalah ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang bukan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

3. Usaha menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang sebagaimana diatur.

4. Dunia usaha

Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 Pasal 35 menjelaskan bahwa kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan. Berikut kriteria untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM):

1. Usaha Mikro
 - Modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000 (*satu miliar rupiah*) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - Hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000 (*dua miliar rupiah*).
2. Usaha Kecil
 - Modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000 (*satu miliar rupiah*) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (*lima miliar rupiah*) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000 (*dua miliar rupiah*) sampai dengan Paling banyak Rp15.000.000.000 (*lima belas miliar rupiah*).
3. Usaha Menengah
 - Modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000 (*lima miliar rupiah*) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (*sepuluh miliar rupiah*) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000 (*lima belas miliar rupiah*) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 (*lima puluh miliar rupiah*).

Kriteria untuk UMKM yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik (BPS) berbeda dengan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 Pasal 35, dimana BPS membagi kriteria UMKM menurut jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh UMKM. BPS (2013) menjelaskan, usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak lima orang hingga 19 orang. Sedangkan definisi usaha menengah adalah usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20 orang hingga 99 orang.

World Bank memiliki kriteria UMKM yang dikelompokkan menjadi tiga kelompok dengan membagi kriteria menggunakan jumlah tenaga kerja sesuai dengan BPS, pembagian kelompok UMKM tersebut sebagai berikut:

1. Usaha mikro merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 10 orang
2. Usaha Kecil ada usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 30 orang
3. Usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja hingga 300 orang.

Klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut Perkembangannya

Sarfiah et al. (2019) menjelaskan bahwa klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat dikelompokkan menjadi empat menurut perkembangannya, yaitu:

1. *Livelihood Activity*
Kelompok UMKM yang dapat disebut sebagai kelompok usaha sektor informal, dimana usahanya digunakan sebagai kesempatan kerja untuk menafkahi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*



Kelompok yang merupakan UMKM yang cenderung memiliki sifat pengrajin, dimana mampu dalam menghasilkan atau memproduksi suatu barang namun belum memiliki sifat kewirausahaan yang dapat mengembangkan usahanya.

3. *Small Dynamic Enterprise*

Kelompok UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.

4. *Fast Moving Enterprise*

Kelompok UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

Perkembangan UMKM di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia memiliki peranan sangat penting dalam perekonomian Indonesia, dimana UMKM sebagai salah satu wadah dalam penyerapan tenaga kerja khususnya tenaga kerja yang tidak memiliki keahlian tinggi dengan menyerap sebesar 97% atau 116,97 juta tenaga kerja di Indonesia. Selain itu, UMKM di Indonesia mencapai 99% dari total jumlah sektor usaha. Dimana setiap tahunnya mengalami peningkatan untuk jumlah UMKM dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia.

Aktivitas UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam aktivitasnya. UMKM pun memiliki kontribusi dalam perekonomian Indonesia yaitu 61,07% dari pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), 60,42% dari sisi Investasi, dan 14,37% dari sisi ekspor non-migas (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020).

Permasalahan Usaha Mikro, Kecil, dan Mengengah (UMKM)

LPPI dan Bank Indonesia (2015) menjelaskan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak luput dihadapi oleh berbagai permasalahan atau hambatan, dimana permasalahan yang dihadapi tersebut adalah permasalahan internal maupun eksternal. Berikut permasalahan atau hambatan yang dihadapi UMKM di Indonesia:

1. Permasalahan Internal

- a. Keterbatasan akses permodalan.
- b. Kemampuan serta pengetahuan sumber daya manusia (SDM) yang masih rendah, dimana manajemen bisnis UMKM masih dikelola secara sederhana serta pelaku UMKM yang belum dapat memisahkan uang rumah tangga dan usaha, rendahnya pengetahuan mengenai penerapan teknologi dalam operasional usaha, kemampuan membaca pasar yang masih rendah, serta permasalahan pemasaran dan kesulitan dalam menyusun rencana strategis pengembangan usahanya.
- c. Pelaku UMKM masih berbadan hukum perorangan.
- d. Permasalahan akuntabilitas, dimana pelaku UMKM belum menerapkan administrasi keuangan dan manajemen yang baik.

2. Permasalahan Eksternal

- a. Iklim usaha yang belum kondusif, dimana koordinasi antar stakeholders belum terpadu serta cenderung berjalan terpisah.
- b. Keterbatasannya sarana dan prasaran usaha, khususnya penggunaan teknologi.
- c. Permasalahan akses yang dihadapi pelaku UMKM, dimana belum mampu mengimbangi perubahan selera konsumen khususnya yang berorientasi ekspor.



Kementerian Koperasi dan UKM dalam Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2020-2024 menjabarkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM disebabkan oleh sumber daya manusia, produksi dan pemasaran, pembiayaan, dan kelembagaan. UMKM di Indonesia memiliki karakteristik informal, dimana usaha yang dimiliki cenderung tidak berbadan hukum, rendahnya penggunaan teknologi, keterbatasan pengetahuan, keahlian, dan modal yang terbatas, hingga tidak memiliki sistem pencatatan keuangan.

Sebagaimana yang dijabarkan oleh Putri (2017), beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah terdapatnya modal terbatas, dimana keterbatasan dalam permodalan yang dihadapi UMKM dikarenakan memiliki keterbatasan akses langsung terhadap berbagai informasi, layanan, dan fasilitas keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan. Selain itu pun kemampuan teknik produksi dan manajemen terbatas, pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan untuk perkembangan usaha sulit di temukan karena pengetahuan dan manajerial skill pengusaha kecil dan menengah belum mampu menyusun strategi bisnis yang tepat hingga kemampuan usaha dalam mengorganisasikan diri dan karyawan masih lemah, sehingga terjadi pembagian kerja yang tidak jelas dan seringkali pengusaha harus bertindak “one man-show”.

Pemasaran yang relatif sulit Di harapkan pada struktur pasar yang sangat kompetitif. Bukan saja antara industri kecil melainkan ada kalanya juga dengan industri besar. Disamping itu, kesulitan pemasaran juga disebabkan oleh berbagai faktor pendukung utama seperti informasi mengenai perubahan dan peluang pasar yang ada di dalam maupun di luar negeri. Selain itu pun, permasalahan yang dihadapi adalah permasalahan sumber daya manusia yang rendah hingga permasalahan iklim usaha (Putri, 2017).

Yoshino & Taghizadeh-Hesary (2016) menjelaskan bahwa meningkatnya saingan, kemampuan untuk beradaptasi dengan pasar yang terus berkembang cepat, perubahan teknologi, hingga kendala dalam kapasitas pengetahuan, inovasi, dan kreativitas menjadi tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Potensi yang dimiliki oleh UMKM pun sulit terwujud dikarenakan beberapa faktor berikut, yaitu:

1. Kurangnya sumber daya (keuangan, teknologi, tenaga kerja terampil, akses pasar, dan informasi pasar)
2. Kurangnya skala dan ruang lingkup Ekonomi
3. Biaya transaksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan besar
4. Kurangnya jaringan yang dapat berkontribusi pada kurangnya informasi, pengetahuan, dan pengalaman pasar domestik dan internasional
5. Meningkatnya persaingan dan konsentrasi pasar dari perusahaan multinasional besar yang disebabkan oleh globalisasi dan integrasi ekonomi
6. Ketidakmampuan untuk bersaing dengan perusahaan besar dalam hal pengeluaran penelitian dan pengembangan serta inovasi (produk, proses, dan organisasi)
7. Bergantung kepada ketidakstabilan
8. Kurangnya semangat kewirausahaan, kapasitas, dan pengetahuan.

Analisis internal dan eksternal berpengaruh terhadap kinerja industri kecil dan menengah (UKM). Teori-teori yang sudah ada tentang manajemen dan organisasi lebih menekankan keterkaitan, yaitu pengaruh analisis internal dan eksternal terhadap kinerja industri kecil dan menengah (UKM). Hasil pembuktian teoritis dari penelitian ini dapat



digunakan untuk memecahkan permasalahan yang terjadi pada kinerja industri kecil menengah (UKM). Kinerja industri kecil menengah (UKM) dapat ditingkatkan melalui peningkatan analisis internal dan eksternal. Dimana lingkungan internal yang mempengaruhi kinerja industri kecil menengah antara lain adalah pemasaran, keuangan, operasional produksi, sumber daya manusia (SDM), dan sistem informasi.

Upaya untuk meningkatkan performa UKM di Indonesia terpengaruh berbagai faktor, dimana UKM seringkali menghadapi berbagai tantangan. Febriani & Dewobroto (2018) memaparkan bahwa terdapat sepuluh masalah yang dihadapi oleh UKM dalam menjalankan usahanya, yaitu dibutuhkannya peningkatan dalam manajemen bisnis, peluang bisnis, pengembangan produk, potensi pasar, bisnis digital, peluang bisnis, teknologi dan informasi, manajemen sumber daya manusia, desain (desain untuk produk, kemasan, logo, dan lain-lainnya), peluncuran produk, keuangan, hingga pemasaran (kepuasan pelanggan, segmentasi bisnis, dan penempatan bisnis). Diketahui dari sepuluh permasalahan tersebut, permasalahan dalam pemasaran merupakan permasalahan utama yang sering dihadapi oleh UKM di Indonesia.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan UMKM Kabupaten Bandung

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting, dimana UMKM memiliki kontribusi pada perekonomian Indonesia dan begitu dengan UMKM Kabupaten Bandung yang memiliki kontribusi pada perekonomian Kabupaten Bandung. Jumlah UMKM di Kabupaten Bandung terus meningkat setiap tahunnya. Namun walaupun peningkatan terus terjadi pada jumlah UMKM tersebut, UMKM di Kabupaten Bandung memiliki beberapa permasalahan dan tantangan yang dihadapi. Permasalahan dan tantangan utama tersebut adalah permasalahan dalam informasi dan pendataan UMKM; pendanaan; legalitas dan sertifikasi; sumber daya manusia; hingga permasalahan pemasaran yang harus dihadapi oleh UMKM Kabupaten Bandung.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Berkembangnya potensi kawasan di suatu daerah termasuk Kabupaten Bandung akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial, dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Berkembangnya suatu kawasan Industri Kreatif / ekonomi kreatif tidak terlepas dari usaha-usaha yang dilakukan melalui kerjasama para stakeholder Industri, masyarakat, dan pemerintah. Kabupaten Bandung memiliki potensi besar pelaku Industri Kreatif yang teridentifikasi sebagai pelaku usaha kecil menengah (UKM) serta Industri kecil (IKM) yang tersebar disemua wilayahnya. Pembangunan yang terjadi pada Kawasan Bojongsong menimbulkan perubahan secara kultural dan sosial, sebagaimana diketahui bahwa kawasan Bojongsong yang sejak lama merupakan lahan persawahan dan kolam penghasil budidaya ikan. Investasi pada kawasan unik serta memiliki nilai lebih dari sekedar pembangunan akan mempermudah bagi investor dalam hal pengembalian nilai investasi karena cenderung memiliki nilai jual lebih bagi konsumennya.

Berdasarkan Kajian Pengembangan Potensi Unggulan Daerah Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bandung dapat disimpulkan:



- Kawasan yang akan dikembangkan saat ini diperuntukan sebagai Kawasan pertanian dan perikanan, dengan KDB maksimum 2%, KLB, 0,02%, dan KDH minimum 98%;
- Melihat aturan tata ruang lokasi objek kajian saat ini, objek kajian sulit dikembangkan menjadi Kawasan Ekonomi Kreatif lebih lanjut dikarenakan aturan tata ruang saat ini memiliki potensi ekonomi yang sangat rendah dibandingkan nilai investasi lahan yang akan dikembangkan. Rendahnya pengembangan lahan untuk mendapatkan potensi ekonomi lebih tinggi terhadap nilai lahan berpengaruh terhadap kelayakan investasi;
- Jika mengindahkan aturan tata ruang saat ini atau tata ruang saat ini bisa dirubah menjadi kawasan pendidikan, perdagangan, jasa, pariwisata dan industri maka Kawasan saat ini bisa menjadi penggerak ekonomi daerah yang berakibat meningkatnya pendapatan daerah dan penyerapan tenaga kerja serta secara tidak langsung dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Rekomendasi

Untuk mendukung Pengembangan Kawasan perlu adanya perubahan aturan tata Ruang dan pelebaran jalan existing dari 5 meter menjadi 20 meter, penyediaan drainase induk, serta sinergi dengan BBWS terkait penanganan anak Sungai Citarum disekitar objek, namun sebelum dilakukan perubahan Tata Ruang Perlu dilakukan :

- Perlu dilakukan lebih lanjut kajian pasar atas pengembangan yang ada.;
- Perlu dilakukan FS (Studi Kelayakan) lebih detail atas pengembangan yang ada yang mencakup proyeksi keuangan secara lebih detail, potensi resiko atas pengembangan, sensitif analisis terhadap kelayakan, perhitungan kerjasama daerah, dampak ekonomi terhadap perusahaan daerah;
- Perlu dilakukan kajian sosial dan ekonomi kawasan;
- Perlu dilakukan DED Awal;
- Perlu dilakukan AMDAL Awal;

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung. (2021). *Kabupaten Bandung Dalam Angka 2021*.
Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2021). *Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2021*.
Febriani, E., & Dewobroto, W. S. (2018). Problems and requirement analysis as a first step to connect researchers and small and medium enterprises (SMEs). *Cogent Business and Management*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1513774>
Koperasi, K., Usaha, D. A. N., Dan, K., & Indonesia, R. (2020). *Rencana strategis kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah tahun 2020 - 2024*.