

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DI KOTA SAMARINDA

### (*STRATEGIES OF MICRO ENTERPRISES DEVELOPMENT IN SAMARINDA*)

**Fajar Febrian Putranto, Zhikry Fitriani, Bramantyo Adi Nugroho, Eka Nor Santi, Noor Wahyuningsih, Puput Wahyu Budiman, Adi Hendro Purnomo**

Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah (Balitbangda) Prov. Kaltim  
Jl. MT. Haryono No. 126 Samarinda  
Email: fajarfebrianputranto@gmail.com

*Diterima: 2 Mei 2019; Direvisi: 16 Mei 2019; Disetujui: 20 Mei 2019*

#### ABSTRACT

*The results of the 2016 Economic Census show that Samarinda has the largest number of business units in the East Kalimantan Province, namely 83,713 business units where 96% of these are micro and small enterprises. However, the development of micro and small enterprises in various regions, including Samarinda, cannot be separated from various kinds of problems such as limitations in terms of capital, production and management capabilities, marketing and human resources. This research was conducted to develop alternative strategies for stakeholders in developing the micro business sector in Samarinda in order to support the Samarinda City Government program through community economic empowerment. Strategy formulation is carried out using analysis of Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) which is continued by compiling Quantitative Strategies Planning Matrix (QSPM) to determine the most priority sequence of strategies to be implemented.*

*The strategy which occupies the first priority in micro enterprises development in Samarinda City is to promote micro enterprise products in a planned and sustainable manner. Second, marketing micro enterprise products through local and national e-commerce. Third, establishing a technology business incubator. Fourth, encourage the private sector to play an active role in the empowerment of micro enterprises. The fifth strategic priority is to strengthen regional regulations for the utilization of local micro enterprises products and spatial planning of micro enterprises center.*

**Keywords:** *strategy, micro enterprise, community economics, marketing, regional regulations*

#### ABSTRAK

Hasil Sensus Ekonomi 2016 menunjukkan bahwa Kota Samarinda memiliki jumlah unit usaha terbanyak di wilayah Provinsi Kalimantan Timur yaitu sebanyak 83.713 unit usaha dimana 96% dari angka tersebut merupakan usaha berskala mikro kecil. Namun perkembangan usaha kecil dan menengah diberbagai daerah termasuk Kota Samarinda, tidak lepas dari berbagai macam masalah seperti keterbatasan dalam hal permodalan, kemampuan produksi dan manajemen, pemasaran dan sumber daya manusia. Penelitian ini dilakukan untuk menyusun alternatif strategi bagi para pemangku kebijakan dalam mengembangkan sektor usaha mikro di Kota Samarinda guna mendukung program Pemerintah Kota Samarinda melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Perumusan strategi dilakukan dengan menggunakan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (SWOT) yang dilanjutkan dengan menyusun *Quantitative Strategies Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan urutan strategi yang paling prioritas untuk diimplementasikan.

Strategi yang menempati prioritas pertama dalam pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda yaitu melakukan promosi produk usaha mikro secara terencana dan berkelanjutan. Kedua, melakukan pemasaran produk usaha mikro melalui *e-commerce* lokal dan nasional. Ketiga, mendirikan inkubator bisnis teknologi. Keempat, mendorong pihak swasta untuk berperan aktif

dalam pemberdayaan usaha mikro. Prioritas strategi kelima yaitu melakukan penguatan regulasi daerah untuk pemanfaatan produk usaha mikro lokal dan perencanaan tata ruang sentra usaha mikro.

**Kata kunci:** strategi, usaha mikro, ekonomi kerakyatan, pemasaran, regulasi daerah

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian terpenting bagi perekonomian sebuah negara. Untuk di negara berkembang seperti Indonesia, UMKM berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja serta pemerataan distribusi hasil pembangunan sampai ke tingkat pedesaan (Samtono, 2016). Peran penting ini yang mendorong pemerintah terus berupaya mengembangkan UMKM. Walaupun kecil dalam jumlah pekerja, aset dan omset, namun jumlah UMKM yang cukup banyak saat ini cukup menunjang dan mempengaruhi perekonomian. Keberadaan dan peranan UMKM dalam perekonomian sangat signifikan dan strategis dalam mendukung sektor riil.

Sulistiyastuti (2004) menjelaskan bahwa dengan berlangsungnya era otonomi daerah dan pengembangan ekonomi regional maka peranan dan posisi UMKM yang strategis tersebut tentu berkaitan erat dengan keberhasilan implementasi kebijakan daerah. UMKM di daerah tentunya sangat diperlukan untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat di daerah. Otonomi Daerah memberikan kesempatan bagi daerah untuk merencanakan sendiri pembangunan di daerahnya dengan seluas-luasnya memanfaatkan sumberdaya lokal yang dimiliki. Hal ini menjadikan UMKM memiliki posisi yang penting dalam pengembangan perekonomian daerah dan pemberdayaan masyarakat. Relevansi pengembangan UKM dalam pembangunan ekonomi tersebut makin relevan dengan tujuan untuk mengatasi kemiskinan, ketimpangan dan pengangguran.

Namun dalam proses pengembangan usaha terdapat beberapa kendala yang dihadapi pihak UMKM baik secara internal maupun eksternal. Menurut Putri (2017), secara internal, terdapat serangkaian masalah yang dihadapi oleh UMKM, seperti keterbatasan modal, kemampuan teknik produksi dan manajemen terbatas, kesulitan pemasaran yang disebabkan kurangnya informasi mengenai perubahan dan peluang pasar yang ada dan sumber daya manusia yang masih rendah. Sedangkan secara eksternal juga terdapat berbagai permasalahan, salah satunya yang terkait dengan iklim usaha seperti besarnya biaya transaksi, panjangnya proses perizinan dan timbulnya berbagai pungutan serta praktik usaha yang tidak sehat. Selain itu, otonomi daerah yang di harapkan mampu mempercepat tumbuhnya iklim usaha yang kondusif bagi UMKM ternyata belum menunjukkan kemajuan yang merata.

Untuk Kota Samarinda sendiri sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Timur memiliki jumlah UMKM yang cukup besar, khususnya di skala usaha mikro dan kecil (UMK). Berdasarkan Sensus Ekonomi Tahun 2016, Kota Samarinda memiliki jumlah unit usaha terbanyak di wilayah Provinsi Kalimantan Timur yaitu sebanyak 83.713 unit usaha. Dari angka tersebut sebanyak 96% atau 80.364 unit usaha di Kota Samarinda berskala UMK sedangkan sisanya merupakan usaha menengah besar (UMB). Unit usaha tersebut tersebar dan terbagi dalam beberapa sektor diantaranya perdagangan, industri, aneka usaha dan jasa, serta berbagai sektor nonformal. Tingginya jumlah UMK di Kota Samarinda sejalan dengan salah satu prioritas pembangunan Pemerintah Kota Samarinda yaitu pengentasan kemiskinan dilakukan dengan kegiatan berbasis pemberdayaan ekonomi kerakyatan melalui pengembangan UMK (BPS Kota Samarinda, 2017). Dengan pengembangan UMK diharapkan dapat mendorong sistem ekonomi partisipatif diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan pemberdayaan masyarakat luas.

Pemerintah Kota Samarinda melalui Dinas Koperasi dan UKM telah melakukan berbagai upaya dalam pemberdayaan UMK di Kota Samarinda. Menurut Nur (2017), Dinas Koperasi dan UKM dalam rangka menumbuhkan iklim usaha di Kota Samarinda telah memberikan

kemudahan bagi pelaku UKM dalam mengakses kredit untuk pembiayaan UKM dan kemudahan perizinan yang memberikan kepastian hukum dalam menjalankan kegiatan usahanya sehingga iklim usaha menjadi kondusif. Pertumbuhan unit-unit usaha baru yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM yaitu melakukan kegiatan temu bisnis antar pelaku UMK dan mitra perbankan dalam upaya peningkatan jumlah pelaku UMK di Kota Samarinda. Pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM meliputi kegiatan peningkatan kapasitas pelaku UMK melalui pelatihan, pemasaran produk UMK serta bimbingan maupun fasilitasi bantuan informasi pemberian kredit perbankan lewat KUR (Kredit Usaha Rakyat) di Kota Samarinda. Namun program pemberdayaan tersebut juga seringkali menemui beberapa kendala sehingga program yang direncanakan tidak berjalan secara efektif. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor penghambat yaitu minimnya dana atau biaya sehingga membatasi pengadaan kegiatan pelatihan, sumber daya manusia seperti tenaga penyuluh yang belum memadai dalam melakukan pendampingan UMK, kemampuan teknik produksi dan manajemen terbatas, dan pemasaran yang relatif sulit (Putri, 2017).

Untuk itu, diperlukan adanya perumusan alternatif strategi serta penentuan strategi yang menjadi prioritas utama bagi para pemangku kebijakan dalam mengembangkan sektor UMKM, khususnya skala usaha mikro, di Kota Samarinda guna mendukung program Pemerintah Kota Samarinda melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Selain itu, pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda juga perlu dilakukan dalam upaya mendukung program Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur yang menetapkan Kota Samarinda sebagai Kawasan Industri Jasa dan Perdagangan di Kalimantan Timur.

## TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian yang dilakukan oleh Edy Suandi Hamid dan Y. Sri Susilo (2011) dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”. Permasalahan dalam penelitian tersebut adalah Belum adanya strategi yang operasional dan tepat untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Belum adanya Profil UMKM di DIY yang perlu dikenali dan dianalisis. Penelitian tersebut menggunakan Analisis Depskriptif. Hasil dari penelitian tersebut adalah Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya, yaitu (1) Pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua stakeholder, (2) Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di kabupaten/kota di DIY, (3) Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM, (4) Pengembangan UMKM di DIY merupakan percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sakinah Rahmadhani, Suardi Tarumun dan Eliza (2014) dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Lidah Buaya (Studi Kasus: Usaha Agroindustri Lidah Buaya Duta Purnama Di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)”. Permasalahan dalam penelitian tersebut adalah Belum adanya analisis usaha agroindustri lidah buaya Duta Purnama (penerimaan, pendapatan bersih, efisien dan BEP) dan Belum disusunnya strategi pengembangan yang dapat diterapkan pada usaha agroindustri lidah buaya Duta purnama. Penelitian ini menggunakan *Mix Method* (kuantitatif-Kualitatif) dan Analisis Pendapatan, Analisis Keuntungan, Efisiensi (RCR), BEP Unit, BEP Pendapatan, Analisis SWOT, AHP. Hasil penelitian tersebut antara lain (1) Hasil analisis usaha Duta Purnama diperoleh nilai RCR untuk *nata de aloe* sebesar 1,85, ini berarti setiap pengeluaran biaya Rp. 100 akan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 185, sedangkan untuk kerupuk lidah buaya nilai RCR sebesar 1,43, ini berarti setiap pengeluaran biaya Rp. 100 akan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 143. Dan analisis BEP dalam unit untuk *nata de aloe* adalah sebesar 118,116 bungkus tiap bulannya dan BEP penerimaan *nata de aloe* adalah sebesar

Rp.1.536.160,104. Sedangkan untuk BEP unit kerupuk lidah buaya, produk lebih efisien dan dapat meningkatkan kualitas produk dengan nilai prioritas (0,033). Dengan adanya peralatan yang modern maka usaha akan lebih efisien dan dapat meningkatkan kualitas. Selanjutnya melakukan kegiatan promosi langsung ke konsumen melalui pedagang perantara yang dimiliki oleh pengusaha dengan nilai prioritas (0,029). Hal tersebut akan membantu pengusaha dalam masalah biaya promosi yang tinggi, sehingga strategi tersebut lebih efektif dalam mempromosikan produk. (2) Prioritas yang terakhir adalah menggunakan bahan baku dan bahan penunjang secara efisien dengan nilai prioritas (0,017). Strategi tersebut dapat membantu pengusaha dalam proses produksi, karena dengan penggunaan bahan baku dan bahan penunjang secara efisien dapat mengantisipasi kurangnya modal dalam kegiatan produksi lidah buaya adalah sebesar 95,295 bungkus setiap bulannya dan untuk BEP penerimaan kerupuk lidah buaya adalah sebesar Rp.952.954,29. Oleh karena itu dapat disimpulkan usaha agroindustri lidah buaya Duta Purnama yang dijalankan layak dan menguntungkan. (3) Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Analisis A'WOT (SWOT dan AHP) menghasilkan pilihan prioritas strategi yang dapat dilaksanakan untuk pengembangan usaha agroindustri lidah buaya Duta Purnama adalah dengan nilai prioritas yang tertinggi untuk strategi pengembangan usaha agroindustri lidah buaya Duta Purnama dengan menerapkan harga yang kompetitif untuk produk lidah buaya.

Kajian yang dilakukan oleh Ana Syukriah dan Imam Hamdani (2015) berjudul "Peningkatan Eksistensi UMKM Melalui *Comparative Advantage* Dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 Di Temanggung" mempunyai permasalahan antara lain Belum adanya strategi UMKM guna memenangkan persaingan pada saat MEA diberlakukan di Kabupaten Temanggung dan Belum diketahuinya peran Dinas Koperasi dan UKM dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Kajian ini menggunakan analisis Deskriptif Komparatif. Hasil dari kajian ini diperoleh hasil yaitu Untuk menghadapi dampak negatif MEA, perlu adanya strategi salah satunya adalah melalui keunggulan komparatif yaitu dengan menciptakan produk yang berbeda dan khas.

Penelitian dari Rohaizan Ramlan, Siti Sarah Omar, Jing Yee Wong dan Shahryar Sorooshian (2016) dengan judul "*SME Swot Ranking for Strategic Planning Using Analytic Hierarchy Process (AHP)*" mempunyai permasalahan Belum adanya perusahaan yang menggunakan strategi usahanya dengan memprioritaskan kriteria SWOT menggunakan *Analytic Hierarchy Process (AHP)*. Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada Pengambil Keputusan Perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah Kriteria Weakness (Kelemahan) lebih utama diikuti oleh Strengths (Kekuatan), Opportunities (Kesempatan) dan Threats (Hambatan). Temuan dalam kajian ini akan membantu UMKM untuk menambah strategi perencanaan mereka berdasarkan kriteria SWOT dan AHP.

Penelitian yang dilakukan oleh Euis Hasmita Putri (2017) dengan judul "Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Samarinda (Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Samarinda)". Penelitian ini mempunyai permasalahan Belum diketahuinya efektivitas pelaksanaan program pengembangan UMKM di Kota Samarinda pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda dan faktor penghambatnya. Penelitian ini menggunakan Metode Purposive Sampling yang dilanjutkan dengan Observasi dan Wawancara serta Model Interaktif Data (coding, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan). Hasil dari penelitian ini adalah Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda memiliki peran penting dalam memberikan pelatihan, pemberdayaan, pembinaan, sosialisasi, dan pengawasan kepada para pelaku UMKM. Untuk faktor penghambatnya yakni, minimnya dana atau biaya sehingga membatasi pengadaan kegiatan pelatihan, Sumber Daya Manusia yang belum memadai dalam melakukan kegiatan UMK, kemampuan teknik produksi dan manajemen terbatas, dan pemasaran yang relatif sulit.

Kajian yang dilakukan oleh Dwi Sepriono Nur (2017) dengan judul “Peran Dinas Koperasi Dan UKM Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda”. Adapun permasalahan dalam kajian ini adalah Belum diketahuinya faktor-faktor penghambat dan pendukung peran Dinas Koperasi dan UKM dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Samarinda. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan Teknik Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu model interaktif yang terdiri dari kondensasi data, penyajian data dan penyimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan iklim usaha yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM dalam rangka menumbuhkan jumlah UKM di Kota Samarinda dengan memberikan kemudahan perizinan serta dukungan serta regulasi yang kuat agar UKM dapat berdaya saing dan mampu tumbuh berkembang. Pertumbuhan unit-unit usaha baru yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM yaitu melakukan kegiatan Temu UKM dalam upaya peningkatan jumlah pelaku UKM di Kota Samarinda. Pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM meliputi kegiatan peningkatan Kapasitas SDM melalui pelatihan serta pemasaran produk UKM di Kota Samarinda. Faktor pendukung kegiatan pemberdayaan UKM di Kota Samarinda meliputi dukungan fasilitasi pembiayaan dari perbankan serta dukungan dari asosiasi UKM yang berperan aktif dalam mendukung program pemberdayaan Dinas Koperasi dan UKM sedangkan faktor penghambat keterlambatan anggaran dan minimnya tenaga penyuluh UKM. Diharapkan terus adanya inovasi dari Dinas Koperasi dan UKM untuk lebih meningkatkan pelayanan sehingga UMKM di Kota Samarinda dapat tumbuh berkembang dan memiliki daya saing.

## METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif melalui studi deskriptif. Studi deskriptif merupakan metode numerik dan grafis untuk mengenali pola sejumlah data, merangkum informasi yang terdapat dalam data tersebut dan menyajikan informasi tersebut dalam bentuk yang diinginkan (Kuncoro, 2011).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2017), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan untuk mengetahui gambaran usaha mikro yang ada di Kota Samarinda dan faktor-faktor internal untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta faktor-faktor eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman. Selain itu, kuesioner juga digunakan untuk mengetahui nilai *attractiveness scores* dari alternatif strategi yang telah dirumuskan dalam menentukan urutan prioritas dari alternatif strategi pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda terhadap instansi terkait yang menangani pembinaan usaha mikro di Kota Samarinda.

Populasi pada penelitian ini merupakan jumlah unit usaha mikro di Kota Samarinda yang telah memiliki Izin Usaha Mikro (IUM) pada tahun 2016-2017. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *area (cluster) sampling*. Jumlah sampel didapat dengan perhitungan rumus Slovin (Umar, 1997), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = margin error (tingkat kesalahan)

Sementara itu, penentuan jumlah proporsi sampel pada setiap klaster yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari sub populasi jumlah UMKM pada masing-masing kecamatan. Sub populasi UMKM pada masing-masing kecamatan memiliki jumlah yang tidak sama. Adapun cara pengambilan sampel dengan jumlah sub populasi yang tidak sama, yaitu mencari faktor pembanding dari tiap sub populasi yang sering disebut sebagai sampel *fraction* ( $f$ ) dengan cara membandingkan jumlah elemen tiap sub populasi dengan jumlah seluruh elemen populasi sehingga didapat masing-masing sampel *fraction* (Umar, 1997) dengan menggunakan rumus:

$$fi = \frac{Ni}{N} n$$

Keterangan :

$fi$  = sample fraction

$Ni$  = jumlah sub-populasi

$N$  = jumlah populasi

$n$  = jumlah sampel yang diinginkan

Adapun teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan matriks *External Factor Evaluation* (EFE), penyusunan matriks *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (SWOT) dan *Quantitative Strategies Planning Matrix* (QSPM).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan maka didapatkan 6.133 Izin Usaha Mikro (IUM) yang diterbitkan 10 kecamatan di Kota Samarinda pada tahun 2016 dan 2017. Jumlah sampel didapat dengan perhitungan rumus Slovin (Umar, 1997) dengan tingkat kesalahan yang sebesar 10%, yaitu sebesar 100 sampel. Adapun untuk menentukan jumlah sampel dari setiap kecamatan yaitu dengan mencari faktor pembanding dari tiap sub populasi yang sering disebut sebagai sampel *fraction* ( $f$ ) dengan cara membandingkan jumlah elemen tiap sub populasi dengan jumlah seluruh elemen populasi sehingga didapat masing-masing *sample fraction*. Berdasarkan perhitungan tersebut maka didapatkan jumlah sampel dari setiap kecamatan seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1.  
Jumlah Sampel Penelitian

No.	Kecamatan	Jumlah IUM 2016-2017	Sampel
1	Loa Janan Ilir	228	4
2	Palaran	353	6
3	Samarinda Ilir	526	9
4	Samarinda Kota	511	8
5	Samarinda Seberang	388	6
6	Samarinda Ulu	1.399	23
7	Samarinda Utara	734	12
8	Sambutan	326	5
9	Sungai Kunjang	1.363	22
10	Sungai Pinang	305	5
<b>Jumlah</b>		<b>6.133</b>	<b>100</b>

Sumber : Diolah dari data IUM 10 Kecamatan di Kota Samarinda (2018)

Penentuan sampel yang menjadi responden pada penelitian ini didasarkan pada angka *random* yang didapatkan dari penggunaan fungsi *randbetween* pada *software* Microsoft Excel. Untuk distribusi responden berdasarkan gender, berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa dari 100 sampel responden, sebanyak 43 persen adalah pria dan 57 persen sisanya adalah wanita. Jadi mayoritas responden dari penelitian ini adalah wanita. Sedangkan dari distribusi responden berdasar usia pada Tabel 3, usia 41-50 tahun merupakan usia sampel responden terbanyak yaitu sebesar 35 responden (35 persen. Hanya ada 1 responden (1 persen) yang berusia dibawah 20 tahun.

Tabel 2.  
 Distribusi Responden Berdasar Gender

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pria	43	43
Wanita	57	57

Sumber : Data Primer Yang Diolah (2018)

Tabel 3.  
 Distribusi Responden Berdasar Usia

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
<20	1	1
21-30	20	20
31-40	33	33
41-50	35	35
>50	11	11

Sumber : Data Primer Yang Diolah (2018)

Tabel 4.  
 Distribusi Responden Berdasar Pendidikan Terakhir

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
SD	11	11
SMP	18	18
SMA/SMK	59	59
D3	1	1
S1	11	11

Sumber : Data Primer Yang Diolah (2018)

Tabel 5.  
 Distribusi Responden Berdasar Jenis Usaha

<b>Jenis Usaha</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Kimia/Bahan Bangunan	7	7
Pangan	66	66
Sandang	8	8
Jasa	16	16
Kerajinan	1	1
Logam	2	2

Sumber : Data Primer Yang Diolah (2018)

Untuk distribusi responen berdasarkan pendidikan terakhir yang terlihat pada Tabel 4, responden yang terbanyak adalah responden yang mempunyai pendidikan terakhir SMA/SMK yaitu sebanyak 59 responden atau dengan presentase sebesar 59 persen.

Sedangkan responden dengan Pendidikan D3 adalah yang paling sedikit yaitu hanya 1 (satu) orang. Sedangkan distribusi responden berdasarkan jenis usaha pada Tabel 4 didominasi oleh jenis usaha pangan sebanyak 66 responden disusul oleh jenis usaha sandang sebesar 16 responden.

### **Identifikasi Faktor Eksternal dan Internal Usaha Mikro di Kota Samarinda**

Menurut Umar (2001), identifikasi faktor internal dilakukan dengan melakukan inventarisasi terhadap *critical success factor* internal dari suatu organisasi atau perusahaan dengan memperhitungkan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Informasi dari aspek internal yang antara lain terdiri dari aspek manajemen, keuangan, sumber daya manusia (SDM), pemasaran, sistem informasi dan produksi/operasi. Sedangkan untuk identifikasi faktor eksternal maka dilakukan inventarisasi terhadap *critical success factor* eksternal dari organisasi atau perusahaan. Data dari aspek eksternal yang dievaluasi yaitu hal-hal yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, teknologi, persaingan pasar dan data-data relevan lainnya.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Umar (2001) serta analisis yang telah dilakukan terhadap aspek eksternal pada usaha mikro di Kota Samarinda maka dapat diidentifikasi faktor-faktor peluang dan ancaman yang dimiliki adalah sebagai berikut:

1. Peluang
  - a. Pertumbuhan penduduk
  - b. Pelatihan usaha
  - c. Dukungan pihak swasta (kemitraan)
  - d. Promosi
  - e. Ketersediaan teknologi
2. Ancaman
  - a. Produk luar daerah dan impor
  - b. Persaingan produk sejenis
  - c. Daya beli konsumen
  - d. Minat konsumen terhadap produk lokal

Adapun faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dari usaha mikro di Kota Samarinda yang diperoleh dari hasil analisis terhadap aspek internal adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan
  - a. Ketersediaan tenaga kerja
  - b. Pemanfaatan media daring
2. Kelemahan
  - a. Sertifikasi produk
  - b. Biaya sewa
  - c. Keterampilan pelaku usaha
  - d. Ketersediaan bahan baku
  - e. Kemasan/tampilan produk
  - f. Manajemen pengelolaan usaha

### **Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) dan *Internal Factor Evaluation* (IFE)**

Penyusunan Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) dan *Internal Factor Evaluation* (IFE) merupakan tahap input atau tahap pertama dari perumusan alternatif strategi dalam pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda. Informasi yang diperoleh dari kedua matriks tersebut yang akan dijadikan sebagai masukan dalam tahap pencocokan dan pengambilan keputusan terkait dengan strategi pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda.

Analisis EFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dalam Strategi Pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda supaya dapat dilihat peluang dan

ancaman yang ada saat ini. Analisis EFE ini menggunakan bobot dan rating dalam menentukan pengaruh masing-masing faktor.

Berdasarkan Tabel 6, matriks EFE usaha mikro di Kota Samarinda menunjukkan bahwa Peluang terbesar dalam pengembangan usaha mikro adalah Pertambahan Penduduk. Sedangkan yang menjadi ancaman terbesar dalam pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda adalah daya beli konsumen dan minat konsumen terhadap produk lokal.

Dari tabel tersebut juga bisa dilihat bahwa matrik EFE usaha mikro di Kota Samarinda menghasilkan nilai 2,42. Total skor menunjukkan bahwa usaha mikro di Kota Samarinda berada dalam keadaan yang belum optimal dalam menangkap peluang dan dalam menjalankan strategi pemasarannya. Dengan kata lain, pelaku usaha mikro di Kota Samarinda sedang dalam posisi lemah dan dalam posisi ini rentan terhadap ancaman persaingan dengan usaha mikro yang berasal dari luar Kota Samarinda. Usaha mikro Kota Samarinda harus lebih memanfaatkan peluang yang ada, agar dapat lebih unggul dari usaha mikro lainnya terutama dari luar kota.

Tabel 6.  
Matriks EFE Usaha Mikro di Kota Samarinda

Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai Tertimbang
<b>Peluang</b>			
1    Pertambahan Penduduk	0,14	3	0,42
2    Pelatihan Usaha	0,10	2	0,20
3    Dukungan Pihak Swasta (Kemitraan)	0,10	2	0,20
4    Promosi	0,10	2	0,20
5    Ketersediaan Teknologi	0,10	2	0,20
<b>Ancaman</b>			
1    Produk Luar Daerah dan Impor	0,08	2	0,16
2    Persaingan Produk Sejenis	0,10	2	0,20
3    Daya Beli Konsumen	0,14	3	0,42
4    Minat Konsumen Terhadap Produk Lokal	0,14	3	0,42
Total	1,00		2,42

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Tabel 7.  
Matriks IFE Usaha Mikro di Kota Samarinda

Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Nilai Tertimbang
<b>Kekuatan</b>			
1    Ketersediaan tenaga kerja	0,13	3	0,39
2    Pemanfaatan media daring	0,12	3	0,36
<b>Kelemahan</b>			
1    Sertifikasi produk	0,08	2	0,16
2    Biaya Sewa	0,11	2	0,22
3    Keterampilan Pelaku Usaha	0,13	2	0,26
4    Ketersediaan Bahan Baku	0,17	1	0,17
5    Kemasan/Tampilan Produk	0,14	2	0,28
6    Manajemen Pengelolaan Usaha	0,12	2	0,24
Total	1,00		2,08

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Analisis IFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dalam strategi pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda. Analisis IFE ini menggunakan bobot dan rating dalam menentukan pengaruh masing-masing faktor. Dalam IFE Matrix akan menganalisa dua variabel yaitu *strength* (kekuatan), apa saja yang dimiliki oleh sebuah perusahaan (usaha mikro Kota Samarinda) dan *weakness* (kelemahan) yang ada dalam internal usaha mikro Kota Samarinda itu sendiri. Dalam analisa kedua variable untuk usaha mikro Kota Samarinda ini kami telah memberikan bobot nilai dengan data yang ada.

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa faktor kekuatan terbesar yang mempengaruhi usaha mikro di Kota Samarinda adalah ketersediaan dari tenaga kerja. Sedangkan faktor yang menjadi kelemahan yang dominan dalam pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda adalah faktor keterampilan pelaku usaha, tampilan produk/kemasan dan faktor ketersediaan bahan baku.

Selain itu, dapat dilihat juga bahwa nilai IFE usaha mikro di Kota Samarinda adalah 2,08. Nilai tersebut menunjukkan bahwa usaha mikro tersebut masih berada pada posisi di bawah rata-rata atau dengan kata lain lemah dalam hal kekuatan internal secara keseluruhan dimana hal ini mengindikasikan bahwa usaha mikro di Kota Samarinda masih memiliki keunggulan yang belum dimanfaatkan dengan optimal.

### **Matriks *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (SWOT)**

Matriks SWOT disusun dengan mengkombinasikan faktor internal dan faktor eksternal sehingga menghasilkan alternatif strategi yang sesuai yang dapat diterapkan oleh usaha mikro. Perumusan strategi ini menggunakan analisis SWOT pada usaha mikro di Kota Samarinda dapat dilihat pada Tabel 8.

### **Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Mikro di Kota Samarinda**

Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan menggunakan Matriks SWOT maka didapatkan 11 alternatif strategi yang dapat dirumuskan dalam mengembangkan usaha mikro di Kota Samarinda. Dalam penentuan urutan prioritas strategi dengan menggunakan QSPM, 11 alternatif strategi tersebut dirangkum ke dalam 5 alternatif strategi, yaitu:

1. Pemasaran produk usaha mikro melalui *e-commerce* lokal dan nasional.
  - Strategi ini dirumuskan berdasarkan dari Strategi SO2 dan Strategi ST1 seperti terlihat pada Matriks SWOT Tabel 4.5. Dimana pada era digital seperti saat ini, pemasaran melalui media daring merupakan suatu tuntutan pasar yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha mikro. Hal tersebut tentunya memerlukan dukungan dari instansi terkait dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro dalam memanfaatkan media daring sekaligus memfasilitasi dalam penyediaan *e-commerce* lokal.
2. Penguatan regulasi daerah untuk pemanfaatan produk usaha mikro lokal dan perencanaan tata ruang sentra usaha mikro.
  - Strategi ini didasari dari Strategi SO3 dan Strategi WO2 dimana pemerintah melalui instansi terkait perlu untuk membuat regulasi agar produk usaha mikro lokal dimanfaatkan khususnya dalam kegiatan yang dilaksanakan secara regional, khususnya yang dilaksanakan oleh instansi pemerintahan. Selain itu, regulasi daerah juga diperlukan dalam membuat sentra-sentra usaha mikro yang didasari dari perencanaan tata ruang wilayah.
3. Melakukan promosi produk usaha mikro secara terencana dan berkelanjutan.
  - Strategi ini merupakan rumusan dari Strategi ST2 dan Strategi WT2. Promosi produk usaha mikro tentunya memerlukan bantuan fasilitasi dari pemerintah melalui pameran/event yang diadakan baik di tingkat regional, nasional maupun internasional. Usaha mikro yang memenuhi syarat juga perlu untuk difasilitasi oleh pemerintah

dalam memasarkan produknya di objek-objek wisata, bandara, terminal dan tempat-tempat strategis lainnya.

Tabel 8.  
 Matriks SWOT pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda

		Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		1. Ketersediaan tenaga kerja 2. Pemanfaatan media daring	1. Sertifikasi produk 2. Biaya Sewa 3. Keterampilan Pelaku Usaha 4. Ketersediaan Bahan Baku 5. Kemasan/Tampilan Produk 6. Manajemen Pengelolaan Usaha
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O	
1. Pertambahan Penduduk 2. Pelatihan Usaha 3. Dukungan Pihak Swasta (Kemitraan) 4. Promosi 5. Ketersediaan Teknologi	1. Mendirikan Inkubator Bisnis (S1, O1, O2, O3, O5) 2. Membuat marketplace online khusus usaha mikro Samarinda (S2, O1, O3, O4) 3. Dukungan brand lokal terhadap kegiatan regional (S1, O3, O4)	1. Melakukan pelatihan keterampilan usaha secara berkala (W3, W5, W6, O1, O2, O3) 2. Membuat cluster unggulan usaha mikro per kecamatan (W2, W4, W6, O3, O4) 3. Penguatan kemitraan usaha mikro dengan pihak swasta	
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T	
1. Produk Luar Daerah dan Impor 2. Persaingan Produk Sejenis 3. Daya Beli Konsumen 4. Minat Konsumen Terhadap Produk Lokal	1. Melakukan pemasaran melalui <i>marketplace</i> skala nasional (S2, T1, T2, T3) 2. Membuka booth usaha mikro di bandara atau terminal (S1, T1, T3, T4)	1. Membuat proses pengajuan sertifikasi produk (Halal, PIRT, SNI) secara terpadu/satu atap (W1, T2, T3) 2. Mengadakan even/pameran usaha mikro tingkat regional (W5, T1, T3, T4) 3. Meningkatkan peran dalam pengembangan produk usaha mikro (W1, W3, W5, T1, T2, T3)	

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

4. Mendirikan Inkubator Bisnis.
  - Mendirikan Inkubator Bisnis merupakan gabungan dari Strategi SO1, WO1, WT1 dan WT3. Keberadaan Inkubator Bisnis menjadi sangat penting karena pada umumnya usaha kecil sangat rentan terhadap kebangkrutan terutama pada fase *start-up*. Inkubator Bisnis dirancang untuk membantu usaha baru dan sedang berkembang sehingga menjadi mapan dan mampu meraih laba dengan menyediakan informasi, konsultasi, jasa-jasa, dan dukungan yang lain. Fungsi dari Inkubator Bisnis yaitu terkait dengan penyediaan tempat, sumber informasi, pelayanan, dukungan, pengembangan keterampilan, modal awal dan sinergi. Pendirian Inkubator Bisnis dapat dilakukan dengan fasilitasi dari perguruan tinggi atau lembaga litbang.
5. Mendorong pihak swasta untuk berperan aktif dalam pemberdayaan usaha mikro.
  - Kemitraan pelaku usaha mikro dengan pihak swasta merupakan salah satu rumusan Strategi WO3 pada Matriks SWOT. Peran pihak swasta tentunya sangat diperlukan

dalam pemberdayaan usaha mikro sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan atau pihak swasta. Peran pihak swasta juga diperlukan dalam mengatasi keterbatasan pemerintah dalam pemberdayaan usaha mikro khususnya dari sisi pendanaan dan pendampingan.

### ***Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)***

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan QSPM maka didapatkan urutan prioritas dari alternatif strategi yang telah dirumuskan seperti pada Tabel 9. Strategi yang menempati prioritas pertama yaitu melakukan promosi produk usaha mikro secara terencana dan berkelanjutan dengan *Total Attractiveness Score* (TAS) sebesar 6,10. Strategi prioritas kedua yaitu melakukan pemasaran produk usaha mikro melalui *e-commerce* lokal dan nasional dengan TAS sebesar 6,05. Mendirikan inkubator bisnis teknologi merupakan strategi prioritas ketiga dengan TAS sebesar 6,01. Sementara itu, strategi mendorong pihak swasta untuk berperan aktif dalam pemberdayaan usaha mikro menempati urutan prioritas keempat dengan TAS sebesar 5,97. Prioritas strategi kelima dengan TAS sebesar 5,91 yaitu melakukan penguatan regulasi daerah untuk pemanfaatan produk usaha mikro lokal dan perencanaan tata ruang sentra usaha mikro.

### **Peran Pemerintah Kota Samarinda dalam Pengembangan Usaha Mikro**

Peran Pemerintah Kota Samarinda dalam mengembangkan usaha mikro di Kota Samarinda dilakukan melalui Dinas Koperasi dan UKM. Menurut Nur (2017), upaya Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda dalam mengembangkan usaha mikro di Kota Samarinda dilakukan melalui 3 program, yaitu pertumbuhan iklim usaha, pertumbuhan unit usaha baru dan pembinaan usaha. Pertumbuhan iklim usaha dilakukan melalui penetapan peraturan dan regulasi antara lain dalam memudahkan proses perizinan usaha, memudahkan akses terhadap kredit. Sementara itu, pertumbuhan unit usaha baru dilakukan Dinas Koperasi dan UKM dengan mendukung dan memfasilitasi kegiatan temu bisnis antara pelaku usaha mikro dan mitra perbankan serta lembaga keuangan dengan harapan meningkatnya jumlah volume usaha dan pasar produksi bagi pelaku usaha mikro yang mengikuti kegiatan tersebut. Adapun pembinaan usaha dilakukan melalui pendampingan dalam upaya meningkatkan kapasitas dan daya saing bagi pelaku usaha mikro di Kota Samarinda dengan melakukan pelatihan, bimbingan maupun fasilitasi bantuan informasi pemberian kredit perbankan lewat KUR (Kredit Usaha Rakyat).

Namun program-program yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda tidak sepenuhnya berjalan secara efektif dikarenakan beberapa faktor penghambat. Putri (2017) menyatakan bahwa faktor penghambat dalam pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda yang pertama adalah keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda. Faktor kedua yaitu terbatasnya SDM yang dimiliki Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda untuk mengawasi unit usaha di Kota Samarinda yang menurut BPS Kota Samarinda (2017) adalah sebanyak 83.713 unit usaha, khususnya dalam hal perizinan usaha. Faktor ketiga yaitu masih terbatasnya kemampuan teknik produksi dan manajerial dari pelaku usaha sehingga usaha yang dilakukan masih sulit untuk berkembang. Faktor terakhir yaitu persaingan usaha yang kompetitif sehingga menuntut inovasi dalam hal pemasaran produk.

Jika dibandingkan dengan program yang telah dilakukan Dinas Koperasi dan UKM, dari 5 strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT dan QSPM terdapat 2 strategi telah dilakukan dan 3 strategi yang perlu ditindaklanjuti. Strategi yang telah diterapkan yaitu melakukan penguatan regulasi dalam mengembangkan usaha mikro di Kota Samarinda terutama dalam hal perizinan. Namun regulasi tersebut harus lebih dikuatkan lagi dengan menambahkan poin perencanaan sentra-sentra usaha mikro berdasarkan produk unggulan per kecamatan. Strategi lainnya yang

telah diterapkan yaitu melakukan kegiatan promosi dan pelatihan kepada pelaku usaha mikro namun belum dirasakan berjalan efektif karena adanya keterbatasan kemampuan anggaran.

Tabel 9.  
*Total Attractive Score* Alternatif Strategi

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi										
		<i>e-commerce</i>		Regulasi daerah		Promosi		Inkubator		Peran swasta		
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	
<b>Kekuatan</b>												
1	Ketersediaan tenaga kerja	0,13	3,00	0,39	3,67	0,48	3,00	0,39	3,00	0,39	3,33	0,43
2	Pemanfaatan media daring	0,12	3,33	0,40	3,33	0,40	3,33	0,40	3,00	0,36	3,67	0,44
<b>Kelemahan</b>												
1	Sertifikasi produk	0,08	3,00	0,24	3,33	0,27	3,33	0,27	3,33	0,27	3,33	0,27
2	Biaya Sewa	0,11	2,00	0,22	2,00	0,22	2,33	0,26	2,33	0,26	2,33	0,26
3	Keterampilan Pelaku Usaha	0,13	3,00	0,39	3,00	0,39	3,00	0,39	3,00	0,39	3,00	0,39
4	Ketersediaan Bahan Baku	0,17	3,33	0,57	3,00	0,51	3,33	0,57	3,00	0,51	3,00	0,51
5	Kemasan/Tampilan Produk	0,14	3,00	0,42	3,00	0,42	3,00	0,42	3,00	0,42	3,00	0,42
6	Manajemen Pengelolaan Usaha	0,12	3,00	0,36	3,00	0,36	3,00	0,36	3,00	0,36	3,33	0,40
<b>Peluang</b>												
1	Pertambahan Penduduk	0,14	3,33	0,47	3,00	0,42	3,00	0,42	3,00	0,42	2,33	0,33
2	Pelatihan Usaha	0,10	3,67	0,37	3,33	0,33	3,33	0,33	3,33	0,33	3,00	0,30
3	Dukungan Pihak Swasta (Kemitraan)	0,10	3,67	0,37	3,33	0,33	3,33	0,33	3,33	0,33	3,33	0,33
4	Promosi	0,10	3,33	0,33	2,67	0,27	3,00	0,30	3,00	0,30	3,33	0,33
5	Ketersediaan Teknologi	0,10	3,33	0,33	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30	2,67	0,27
<b>Ancaman</b>												
1	Produk Luar Daerah dan Impor	0,08	2,67	0,21	2,67	0,21	3,00	0,24	3,00	0,24	2,33	0,19
2	Persaingan Produk Sejenis	0,10	3,33	0,33	3,00	0,30	3,33	0,33	3,33	0,33	2,67	0,27
3	Daya Beli Konsumen	0,14	2,33	0,33	2,33	0,33	3,00	0,42	3,00	0,42	3,00	0,42
4	Minat Konsumen Terhadap Produk Lokal	0,14	2,33	0,33	2,67	0,37	2,67	0,37	2,67	0,37	3,00	0,42
<b>Total TAS</b>				<b>6,05</b>	<b>5,91</b>		<b>6,10</b>		<b>6,01</b>		<b>5,97</b>	

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Adapun strategi yang perlu ditindaklanjuti oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda yang pertama adalah melakukan pemasaran produk usaha mikro melalui *e-commerce*, baik itu melalui *e-commerce* level nasional yang telah ada saat ini maupun dengan membangun *e-commerce* yang dikhususkan untuk pelaku usaha mikro di Kota Samarinda. Menurut Sunarti *et al* (2018), melakukan transaksi penjualan melalui *e-commerce* memberikan keuntungan seperti biaya yang lebih murah karena mengurangi biaya administrasi seperti kertas dan brosur, pembayaran lebih tepat waktu karena menggunakan transfer elektronik, pelayanan yang lebih responsif serta jangkauan pemasaran yang lebih luas.

Strategi kedua yaitu mendirikan inkubator bisnis teknologi. Pendirian inkubator dapat dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM sendiri ataupun melalui kerjasama dengan perguruan tinggi yang ada di Kota Samarinda. Melalui inkubator akan dihasilkan unit-unit usaha mikro baru yang lebih berdaya saing dalam memproduksi suatu produk, baik barang maupun jasa. Hal tersebut disebabkan selama di dalam inkubator, calon pelaku usaha diberikan pengetahuan dan pendampingan oleh para ahli dalam semua aspek bisnis yang meliputi pemasaran, keahlian teknis, pembiayaan dan manajemen bisnis serta diberikan sarana dan pemodal awal dalam memulai usaha (Kumar dan Vinay, 2011 dalam Mopangga, 2015).

Strategi ketiga yaitu mendorong pihak swasta untuk berperan aktif dalam pemberdayaan usaha mikro. Salah satu peran pihak swasta dalam mengembangkan dan memberdayakan usaha mikro adalah melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pemerintah Kota Samarinda telah mengeluarkan Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 3 Tahun 2013 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan namun pelaksanaannya masih kurang optimal dikarenakan belum tersedianya petunjuk pelaksanaan teknis atau standar operasional prosedur dan pengajuan proposal hingga monitoring dan evaluasi dalam pelaksanaannya di lapangan (Yuniarti dan Prakoso, 2018). Sehingga strategi peningkatan peran pihak swasta ini perlu dilakukan melalui penguatan regulasi khususnya dalam hal petunjuk teknis pelaksanaan CSR.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Matriks SWOT serta QSPM, didapatkan bahwa strategi yang menempati prioritas pertama dalam pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda yaitu melakukan promosi produk usaha mikro secara terencana dan berkelanjutan. Strategi prioritas kedua yaitu melakukan pemasaran produk usaha mikro melalui *e-commerce* lokal dan nasional. Mendirikan inkubator bisnis teknologi merupakan strategi yang menempati prioritas ketiga. Sementara itu, strategi mendorong pihak swasta untuk berperan aktif dalam pemberdayaan usaha mikro menempati urutan prioritas keempat. Prioritas strategi kelima yaitu melakukan penguatan regulasi daerah untuk pemanfaatan produk usaha mikro lokal dan perencanaan tata ruang sentra usaha mikro.

Dalam rangka untuk menyempurnakan hasil penelitian ini, perlu dilakukan penelitian lanjutan yang membahas secara lebih spesifik mengenai strategi pengembangan usaha mikro berdasarkan jenis usaha seperti pangan atau kerajinan sehingga didapatkan alternatif strategi yang lebih detail untuk setiap jenis usaha di Kota Samarinda.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kota Samarinda. (2017). *Analisis Hasil Listing Sensus Ekonomi 2016: Potensi Ekonomi Kota Samarinda*. Samarinda: BPS Kota Samarinda.
- David, F.R. (2011). *Strategic Management: Consept and Cases 13th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- FME Team. (2013). *SWOT Analysis: Strategy Skills*. [www.free-management-ebooks.com](http://www.free-management-ebooks.com), ISBN 978-1-62620-951-0.

- Kuncoro, Mudrajad. (2011). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mopangga, Herwin. (2015). Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (*Technopreneurship*) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika*, 14(1), 13-24.
- Nur, D. S. (2017). Peran Dinas Koperasi Dan UKM Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda. *Journal Administrasi Negara Vol. 5 (2)*, 5844-5855.
- Pemerintah Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Putri, E. H. (2017). Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Samarinda). *Journal Administrasi Negara, Vol. 5 (1)*. 5431 – 5445.
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Edisi Keenam Belas*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Samtono. (2016). Dinamika Pengelolaan dan Pertumbuhan Usaha Kecil Pabrik Kerupuk Tapioka “Rejo” Blotongan Salatiga. *Jurnal Among Makarti*, 9(17), 21-37.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Cetakan Ke-9*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyastuti, D. R. (2004). Dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2001. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(2), 143-164.
- Sunarti, Puspita, R.H., dan Ernawati, R. (2018). Pengembangan Pemasaran Usaha Kecil Kue Tradisional Rumahan Melalui Media *E-Commerce*. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 2(2), 85-95.
- Umar, H. (1997). *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action, Cetakan Kedua*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.