

**PROFILE ANALYSIS, CONSTRAINTS, AND DEVELOPMENT STRATEGIES OF
UMKM: A CASE STUDY OF UMKM IN SAMPANG MADURA DISTRICT**

**ANALISIS PROFIL, KENDALA, DAN STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM:
STUDI KASUS UMKM DI KABUPATEN SAMPANG MADURA**

**Intan Rohmatul Fitriyah¹, Sugeng Hariadi², Joshi Maharani Wibowo³, Idfi
Setyaningrum^{4*}**

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya^{1,2,3,4}

intanrohmatul17@gmail.com¹, sugeng.hariadi@staff.ubaya.ac.id²,

joshiwibowo@staff.ubaya.ac.id³, idfi@staff.ubaya.ac.id^{4*}

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a large contribution to the economic growth of a country. Sampang Madura Regency is one of the regions that contribute to economic activities, especially in East Java. The large number of MSMEs and the increase in Gross Value Added at Current Prices (NTB ADHB) each year. This study aims to analyze the profile, constraints, and development strategies of MSMEs in Sampang Madura Regency. The research used a descriptive content analysis method with a qualitative approach through surveys and questionnaire interviews with 114 MSMEs in Sampang Madura Regency. Data were processed and visualized using voyant and excel. Literature studies obtained from various journals, articles, and websites were used as supporting data. The results show that the profile of MSMEs in Sampang Madura Regency shows the potential for sustainable growth, but there are several obstacles experienced, including marketing, raw materials, competition, capital, human resources, distribution or transportation, and cooperation. MSME development strategies that can be carried out are participating in socialization, training, joining communities, switching business methods to digital, maintaining good relationships with customers and suppliers, and innovating. The majority of MSME owners are of productive age and highly educated. A total of 43 MSME units have been operating for more than 10 years and have started to adopt digital technology.

Keywords: MSMEs, Business Profile, Business Constraints, Business Development Strategy, Sampang Regency, Madura

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang besar pada pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kabupaten Sampang Madura merupakan salah satu daerah yang turut berkontribusi pada kegiatan perekonomian, khususnya di Jawa Timur. Jumlah UMKM yang besar dan kenaikan Nilai Tambah Bruto Atas Dasar Harga Berlaku (NTB ADHB) tiap tahunnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis profil, kendala, dan strategi pengembangan UMKM di Kabupaten Sampang Madura. Penelitian menggunakan metode deskriptif analisis konten dengan pendekatan kualitatif melalui survei dan wawancara kuesioner terhadap 114 UMKM di Kabupaten Sampang Madura. Data diolah dan divisualisasikan menggunakan *voyant* dan *excel*. Studi pustaka yang diperoleh dari berbagai jurnal, artikel, maupun *website* digunakan sebagai data pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil UMKM di Kabupaten Sampang Madura menunjukkan potensi pertumbuhan secara berkelanjutan, namun terdapat beberapa kendala yang dialami, meliputi pemasaran, bahan baku, persaingan, modal, sumber daya manusia, distribusi atau transportasi, dan kerja sama. Strategi pengembangan UMKM yang dapat dilakukan adalah mengikuti sosialisasi, pelatihan, bergabung dalam komunitas, metode bisnis beralih ke *digital*, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan pemasok, serta melakukan inovasi. Mayoritas pemilik UMKM masih berusia produktif dan berpendidikan tinggi. Sebanyak 43 unit UMKM telah beroperasi lebih dari 10 tahun dan mulai mengadopsi teknologi digital.

Kata Kunci: UMKM, Profil Usaha, Kendala Usaha, Strategi Pengembangan Usaha, Kabupaten Sampang Madura

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang sangat strategis dan potensial

untuk mendorong perekonomian Indonesia (DPR, 2022). UMKM memiliki peran yang besar bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia,

yaitu berperan sebagai sarana untuk mengentaskan masyarakat dari kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memberikan kontribusi dalam penyediaan devisa bagi negara. UMKM berkontribusi sebesar 60,5% terhadap PDB dan mampu memberikan 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional dengan jumlah mencapai 99% dari seluruh unit usaha (Kemenko, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa potensi ekonomi nasional Indonesia yang kuat karena jumlah UMKM yang mendominasi dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja yang sangat besar.

Jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan, dalam hal ini dapat dilihat dari salah satu wilayah di Indonesia yang terletak di Pulau Madura yaitu Kabupaten Sampang. Berdasarkan data BPS Jawa Timur (2023), Kabupaten Sampang merupakan kabupaten dengan jumlah penduduk terbanyak ketiga, setelah Kabupaten Sumenep dan Kabupaten Bangkalan. Jumlah UMKM di Kabupaten Sampang pada tahun 2021 tercatat sebanyak 1.762 unit, kemudian pada tahun 2022 jumlah UMKM di Kabupaten Sampang mengalami kenaikan yang pesat menjadi 27.722 unit (Alimuddin, 2022; Wedi, 2022). Jumlah UMKM yang mengalami peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kabupaten Sampang Madura memiliki ketertarikan dan minat yang tinggi untuk menjadi seorang pengusaha yang membangun bisnisnya sendiri agar dapat bekerja dengan lebih fleksibel, karena tidak bekerja untuk orang lain. Selain itu, keuntungan yang diperoleh dari menjalankan UMKM yang cukup menjanjikan turut mendorong minat masyarakat untuk masuk ke dunia bisnis.

Tabel 1. Nilai Tambah Bruto Atas Dasar Harga Berlaku (NTB ADHB) K-UMKM Berdasarkan Kabupaten

di Madura Tahun 2020-2022

Nama Kabupaten	NTB 2020 (Milyar Rupiah)	NTB 2021 (Milyar Rupiah)	NTB 2022 (Milyar Rupiah)
Kab. Sampang	11.899	12.601	12.979
Kab. Bangkalan	14.427	15.385	13.660
Kab. Pamekasan	12.688	13.597	23.108
Kab. Sumenep	22.072	23.478	24.182

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur (2022)

Berdasarkan data dalam Tabel 1, dapat dilihat bahwa Nilai Tambah Bruto Atas Dasar Harga Berlaku (NTB ADHB) di Kabupaten Sampang mengalami pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2020 hingga 2022. NTB ADHB di Kabupaten Sampang Madura di tahun 2020 mencapai angka sebesar Rp. 11.899 miliar, kemudian meningkat menjadi Rp. 12.601 miliar pada tahun 2021, dan mencapai Rp. 12.979 miliar pada tahun 2022. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur (2022), Nilai Tambah Bruto Atas Dasar Harga Berlaku (NTB ADHB) adalah balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi menggunakan metode pendekatan produksi, arus barang, dan imputasi. NTB ADHB digunakan sebagai parameter ekonomi dalam perhitungan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) suatu daerah. Kenaikan NTB ADHB UMKM di Kabupaten Sampang Madura mencerminkan pencapaian yang positif dalam hal peningkatan laba dan daya saing bagi koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah di daerah tersebut. Peningkatan ini memberikan indikasi bahwa sektor K-UMKM semakin kuat dalam memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan memiliki potensi untuk mendukung perekonomian secara keseluruhan.

UMKM di Kabupaten Sampang Madura berperan potensial untuk terus

berkembang dan meningkatkan daya saing. Namun, nyatanya nilai tambah bruto ADHB K-UMKM yang diperoleh di Kabupaten Sampang lebih rendah jika dibandingkan dengan beberapa kabupaten lain di Madura. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala dalam menjalankan usaha, serta dibutuhkan perbaikan dan pengembangan lebih lanjut dalam sektor K-UMKM di Kabupaten Sampang guna meningkatkan kontribusinya pada perekonomian. Pelaksanaan dan pengembangan UMKM tidak dapat dilakukan dengan mudah, diperlukan proses panjang dan pengalaman yang memadai untuk memperoleh kesuksesan dalam membangun suatu usaha.

Pelaksanaan dan pengembangan UMKM tidak terlepas dari berbagai faktor yang menjadi kendala di dalamnya, seperti kurangnya kesadaran dan minat untuk mengikuti sosialisasi atau pembinaan usaha, kendala pemasaran, terbatasnya tempat produksi, kurangnya SDM yang terampil, ketersediaan bahan baku, kurangnya kemampuan dalam manajemen keuangan, terbatasnya modal, kurangnya pengetahuan terkait metode pemasaran produk dan kemampuan manajerial (Florita, *et al.* 2019; Rainanto, 2019; Rokhmah, 2020). Menurut Kemenku (2022), faktor yang menjadi kendala dalam menjalankan UMKM adalah terbatasnya akses pasar, minimnya sumber daya manusia yang berkualitas dan terampil, penguasaan teknologi yang kurang memadai, keterbatasan akses untuk masuk ke layanan keuangan, dan kondisi infrastruktur yang kurang memadai di beberapa daerah terpencil. Kondisi lingkungan sekitar yang tidak pasti juga menjadi salah satu kendala bagi kelangsungan usaha, contohnya kondisi pandemi yang menyebabkan UMKM mengalami kerugian karena

terhambatnya proses pemasaran (UNDP, 2021).

Penelusuran profil Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu tahapan penting yang perlu dilakukan dalam menghadapi tantangan dan kendala pengembangan bisnis. Hal ini bertujuan untuk menyusun rencana strategis dan penanganan yang tepat untuk kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM (Sabuhari, *et al.* 2022). Identifikasi profil UMKM adalah langkah awal untuk mengenal dan memahami karakteristik dari UMKM. Pengetahuan ini dapat digunakan dalam membantu bisnis agar dapat mengatasi kendala dan mendorong perkembangan bisnis secara berkelanjutan.

Jumlah UMKM Kabupaten Sampang Madura yang besar dengan mempertimbangkan adanya peluang yang besar terkait kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia dilihat dari kenaikan nilai tambah bruto ADHB tiap tahunnya, namun masih jauh lebih rendah nilainya jika dibandingkan dengan beberapa kabupaten lain di Madura menjadi alasan dari dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis profil, kendala yang menjadi faktor terhambatnya pengembangan usaha, dan strategi pengembangan UMKM di Kabupaten Sampang Madura. Identifikasi profil UMKM di Kabupaten Sampang Madura akan dilakukan untuk memahami karakteristik usaha dan menentukan strategi yang tepat dalam mengatasi kendala yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis konten dengan pendekatan kualitatif. Menurut Hardani, *et al* (2020), analisis konten adalah penelitian yang dilakukan secara terstruktur menggunakan data yang diperoleh dari catatan atau dokumen

lainnya. Metode ini ditujukan untuk menganalisis makna, hubungan, dan dampak yang ditimbulkan dengan melibatkan berbagai kegiatan dan peristiwa yang relevan. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Sampang, Madura, Provinsi Jawa Timur dengan mengumpulkan data dari 114 UMKM yang aktif beroperasi melalui survei dan wawancara kuesioner. Setiap UMKM di Kabupaten Sampang, Madura disurvei dan diwawancarai untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian bersifat nyata. Hampir semua responden yang dipilih memiliki keterlibatan secara langsung dengan kegiatan bisnis yang dijalani. Data diolah dan divisualisasikan menggunakan *voxyant* dan *excel*. Penelitian juga menggunakan metode studi pustaka sebagai data pendukung yang berasal dari berbagai jurnal, artikel, dan *website* terkait untuk memperkuat teori dan memperkaya literatur.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Identifikasi profil usaha adalah langkah penting yang perlu dilakukan dengan tujuan untuk melihat potensi pengembangan UMKM (Risnawati, 2018). Profil UMKM di Kabupaten Sampang Madura menunjukkan adanya potensi bisnis dapat berkembang secara berkelanjutan. Profil UMKM di Kabupaten Sampang Madura dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Profil UMKM di Kabupaten Sampang Madura

Profil	Keterangan	Jumlah
Jenis Kelamin Pemilik Usaha	Laki-Laki	75 orang
	Perempuan	39 orang
Usia Pemilik Usaha	20-35 Tahun	32 orang
	36-50 Tahun	57 orang
	51-65 Tahun	22 orang
	> 65 Tahun	3 orang
Pendidikan Pemilik Usaha	Tidak Tamat SD	2 orang
	Tamat SD	10 orang
	Tamat SMP	18 orang
	Tamat SMA	37 orang
	Diploma	7 orang
	Sarjana	34 orang
	Pascasarjana	6 orang
Lama Berdirinya Usaha	≤ 5 Tahun	59 Unit
	6-10 Tahun	12 Unit
	11-15 Tahun	14 Unit
	> 15 Tahun	29 Unit
Metode Bisnis	Pemasaran <i>Offline</i> Saja	59 Unit
	Pemasaran <i>Hybrid</i> (<i>Secara Online dan Offline</i>)	55 Unit
	Pembayaran <i>Tunai</i> Saja	80 Unit
	Pembayaran <i>Hybrid</i> (<i>Tunai dan Digital</i>)	34 Unit

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan data di atas, pemilik UMKM di Kabupaten Sampang didominasi oleh laki-laki dengan jumlah mencapai 75 orang. Hasil penelitian dari Rofiq, *et al* (2019) menunjukkan bahwa manajemen modal kerja, kinerja penjualan aset, dan penjualan dari pemilik bisnis laki-laki lebih baik dibandingkan dengan pemilik bisnis perempuan. Selain itu, mayoritas dari pemilik usaha berada pada usia produktif, yaitu 20-35 tahun dengan 32 orang dan 36-50 tahun dengan 57 orang. Usia memiliki pengaruh yang signifikan

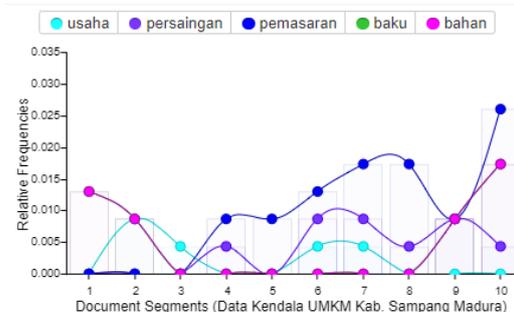
terhadap produktivitas, dimana semakin bertambahnya usia maka akan menurunkan kemampuan dan performa dalam bekerja (Candra, *et al.* 2019). UMKM di Kabupaten Sampang Madura memiliki potensi untuk berkembang secara berkelanjutan dilihat dari profil usia pemilik usaha yang dominan masih muda menunjukkan bahwa pemilik UMKM memiliki kemampuan fisik yang lebih besar sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan mendukung perkembangan usaha.

Pemilik UMKM di Kabupaten Sampang Madura memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi. Data profil UMKM di atas menunjukkan bahwa mayoritas pemilik usaha di daerah ini telah menempuh pendidikan yang tinggi, yaitu tamat SMA, diploma, sarjana, dan pascasarjana dengan total 84 orang. Pendidikan yang telah ditempuh oleh pemilik usaha menunjukkan tingginya pengetahuan dan pengalaman dalam mengembangkan potensi diri, berperilaku yang lebih baik, dan implementasinya terhadap kehidupan sehari-hari (Kusumasari, *et al.* 2022). UMKM di Kabupaten Sampang Madura memiliki potensi untuk berkembang secara berkelanjutan dengan memanfaatkan kemampuan intelektual yang didapat dalam menempuh pendidikan formal. Secara operasional, mayoritas usaha UMKM di daerah ini masih relatif muda, dengan 59 unit beroperasi kurang dari 5 tahun.

Lama usaha juga dapat menjadi indikator terkait pengalaman pemilik usaha dalam mengatasi suatu kendala hingga dapat terus bertahan dan berkembang (Kusumasari, *et al.* 2022). Dilihat dari profil lama usaha, UMKM di Kabupaten Sampang Madura berpotensi untuk terus berkembang karena memiliki ketahanan dan stabilitas bisnis yang kuat ditunjukkan oleh adanya 43 unit UMKM telah berdiri lebih dari 10 tahun. Metode

bisnis yang digunakan oleh UMKM di Kabupaten Sampang Madura masih mencerminkan karakteristik tradisional, di mana dalam melakukan kegiatan pemasaran dan pembayaran masih dominan dalam bentuk *offline*. Terdapat 59 unit melakukan pemasaran secara *offline* saja, sementara pembayaran dalam bentuk tunai (*cash*) mendominasi dengan jumlah 80 unit.

Peran potensial UMKM terletak pada kemampuannya dalam mengatasi tantangan perekonomian di suatu daerah, seperti masalah kemiskinan, pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Purba, *et al.* 2019). Namun, dalam menjalankan dan mengembangkan UMKM tidak mudah karena dipenuhi dengan tantangan. Terdapat beberapa kendala yang dialami oleh UMKM di Kabupaten Sampang Madura yang dapat dilihat pada **Gambar 1** berikut.



Gambar 1. Kendala yang dialami UMKM di Kabupaten Sampang Madura

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa UMKM di Kabupaten Sampang Madura masih mengalami

beberapa kendala sesuai dengan Gambar 1. Kendala utama yang dialami oleh UMKM di Kabupaten Sampang Madura adalah aspek pemasaran. UMKM di Kabupaten Sampang menyatakan adanya kendala pemasaran karena skalanya masih terbatas. Selain itu, dilihat dari profil usaha, metode bisnis yang digunakan oleh UMKM di Kabupaten Sampang Madura masih didominasi oleh metode tradisional. UMKM di Kabupaten Sampang Madura belum mampu memaksimalkan strategi pemasaran *digital*, dimana hanya 55 unit UMKM yang menggunakan pemasaran *online* dan 34 unit UMKM yang menggunakan layanan pembayaran *digital*. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Nazifal, *et al* (2021) yang menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran dapat terhambat oleh kesalahan dalam merancang strategi pemasaran dan kurangnya pemahaman terhadap konsep pemasaran secara *digital*.

Kendala kedua yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Sampang Madura terkait dengan persediaan bahan baku. UMKM di Kabupaten Sampang Madura menyatakan munculnya kendala ini dipengaruhi oleh harga bahan baku yang fluktuatif, kelangkaan bahan baku, kerusakan bahan baku yang terjadi pada saat pengiriman, dan kesulitan mencari vendor bahan baku. Menurut Jalaliah, *et al* (2022), bahan baku merupakan komponen utama dalam proses produksi, dimana ketersediaan bahan baku dapat mempengaruhi kelancaran dari proses produksi. Kendala ini dapat menghambat efisiensi dan keberlanjutan operasional UMKM di Kabupaten Sampang Madura. Pada akhirnya, kurangnya persediaan bahan baku akan mengakibatkan ketidakmampuan UMKM dalam memenuhi permintaan pelanggan dan meningkatkan risiko kerugian finansial bagi UMKM (Sutrisna, *et al*. 2021).

Kendala ketiga yaitu persaingan. Faktor yang mempengaruhi tingginya persaingan di bidang bisnis adalah adanya peningkatan jumlah UMKM di Kabupaten Sampang Madura. UMKM merupakan sektor bisnis yang memiliki potensi besar dalam menghasilkan keuntungan, sehingga semakin banyak jumlah UMKM maka kondisi perekonomian suatu daerah akan semakin baik dan kuat (Purba, *et al*. 2019), namun munculnya kompetitor baru menyebabkan persaingan yang semakin pesat di bidang bisnis (Rokhmah, 2020). Jumlah UMKM di Kabupaten Sampang mengalami peningkatan dari 1.762 unit menjadi 27.722 unit pada tahun 2021 dan 2022 (Alimuddin, 2022; Wedi, 2022). Faktor lain yang menyebabkan munculnya kendala persaingan adalah kegiatan pemasaran yang kurang maksimal. Hal ini mendukung penelitian dari Susanto, *et al* (2020) yang menunjukkan bahwa UMKM memiliki daya saing yang rendah karena kurangnya kemampuan dalam melakukan kegiatan pemasaran melalui *digital marketing*. Metode bisnis yang dilakukan oleh UMKM di Kabupaten Sampang masih didominasi oleh pengguna metode bisnis secara tradisional. Kurangnya ketertarikan dan minimnya kemampuan dalam menggunakan media *digital* sebagai metode pemasaran maupun pembayaran menyebabkan UMKM tidak mampu bersaing dengan kompetitor lain.

Kendala lain yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Sampang Madura berkaitan dengan modal, sumber daya manusia, distribusi atau transportasi, dan kerja sama. Permodalan masih menjadi kendala bagi UMKM di Kabupaten Sampang Madura karena kondisi ekonomi pemilik usaha yang masih kurang memadai dan kurang tertarik untuk mengambil kredit di pihak perbankan atau lembaga jasa keuangan

lainnya. Urutan sumber pendanaan usaha adalah modal internal (milik individu), kredit bank, modal dari pihak keluarga, dan terakhir modal eksternal (Jansen, K., *et al.* 2022). Beberapa UMKM di Kabupaten Sampang menyatakan bahwa kurangnya daya tarik dalam mengambil bantuan pinjaman (kredit) pada perbankan atau jasa keuangan lainnya disebabkan oleh tingkat suku bunga yang ditentukan oleh bank terlalu tinggi, sehingga dapat menimbulkan beban dengan kewajiban dalam pengembalian pinjaman bank. Selain itu, UMKM di Kabupaten Sampang masih mengalami kendala terkait terbatasnya sumber daya manusia dengan keahlian tertentu, kualitas ekspedisi yang kurang aman sehingga menyebabkan distribusi barang terhambat, dan kurangnya kerjasama.

Kendala dalam menjalankan usaha harus diatasi agar UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan. Strategi yang dapat dilakukan adalah mengikuti kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan bergabung dalam komunitas. Kegiatan ini mencakup berbagai bidang pengelolaan dalam bisnis, seperti manajemen bahan baku, pemasaran *online*, dan kemampuan dalam manajemen keuangan (Sutandi, *et al.* 2020). Kegiatan ini berdampak positif dan memberikan manfaat bagi pelaku UMKM berupa tambahan pengetahuan terkait bisnis (Firdaus, *et al.* 2022). Para pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan pengetahuan bisnis dari fasilitator saja, interaksi antar pelaku UMKM saat kegiatan berlangsung juga dapat memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman secara nyata. Menurut Schou, P.K., *et al.* (2022), pengusaha dapat berbagi ide, memahami faktor keberhasilan dan kegagalan bisnis, mengembangkan keterampilan, dan mengatasi ketidakpastian pasar dengan bergabung dalam komunitas. Strategi ini juga dapat

mendorong terjadinya kerja sama antar pelaku UMKM.

Strategi lain yang perlu dilakukan adalah mulai beralih ke metode bisnis secara *digital*, baik pemasaran maupun pembayaran. Pemanfaatan teknologi dalam bisnis dapat membantu UMKM untuk mengatasi kendala pemasaran dan daya saing. Penggunaan *e-commerce* dapat menjadi alternatif utama dalam menciptakan strategi pemasaran produk, pelaksanaan transaksi, meningkatkan kinerja, dan memperluas pangsa pasar (Farida, *et al.* 2019). Pelaku UMKM di Kabupaten Sampang Madura juga perlu menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan maupun pemasok. Pelaku UMKM di Kabupaten Sampang perlu meningkatkan kualitas produk, layanan pelanggan, dan komunikasi yang baik dengan pemasok. Selain itu, pelaku UMKM juga harus terus melakukan inovasi dalam menciptakan keunggulan kompetitifnya.

Strategi pengembangan usaha dan peningkatan keunggulan kompetitif dapat dilakukan dengan memanfaatkan keunggulan internalnya sebagai kekuatan dan menanggapi peluang eksternal yang dimiliki perusahaan (Idayu, *et al.* 2021). Strategi pengembangan usaha dapat diwujudkan dengan bantuan dan ketersediaan UMKM dengan profil yang berpotensi dapat berkembang secara berkelanjutan untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan kepada UMKM lain yang masih mengalami kendala bisnis. Pemilik UMKM di Kabupaten Sampang Madura yang memiliki profil berpendidikan tinggi dan telah mendirikan usaha selama lebih dari 10 tahun dapat turut serta dalam berbagi pengalaman, informasi bisnis, dan ide-ide kreatif kepada pemilik UMKM lain yang masih baru terjun ke dunia bisnis dan memiliki profil pendidikan formal yang rendah dalam kegiatan sosialisasi,

pelatihan, atau komunitas. Pemilik UMKM di daerah ini masih tergolong muda dengan tingkat pendidikan yang tinggi menunjukkan tingginya kemampuan dalam penguasaan teknologi. Sejumlah UMKM di Kabupaten Sampang Madura juga telah memanfaatkan metode bisnis secara *digital*. Oleh sebab itu, profil UMKM yang berpotensi tersebut dapat berbagi pengetahuannya terkait pemanfaatan teknologi kepada pelaku UMKM yang masih menggunakan metode bisnis tradisional agar dapat mengikuti perkembangan tren pasar yang sudah beralih ke *digital*.

PENUTUP

Kesimpulan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor yang potensial dalam berkontribusi untuk mengatasi masalah perekonomian. Profil UMKM di Kabupaten Sampang Madura menunjukkan adanya potensi untuk berkembang secara berkelanjutan ditandai dengan mayoritas pemilik UMKM yang masih berusia produktif, telah menempuh pendidikan tinggi, terdapat 43 unit UMKM yang telah menjalankan usaha selama lebih dari 10 tahun, dan mulai memanfaatkan teknologi *digital* sebagai sarana pemasaran dan pembayaran. Menjalankan suatu bisnis bukanlah hal yang mudah, UMKM di Kabupaten Sampang Madura masih mengalami beberapa kendala, meliputi pemasaran, bahan baku, persaingan, modal, sumber daya manusia, distribusi atau transportasi, dan kerja sama. Strategi yang dapat dilakukan untuk menghadapi kendala dan mengembangkan usaha adalah mengikuti sosialisasi, pelatihan, bergabung dalam komunitas, metode bisnis beralih ke *digital*, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan pemasok, serta melakukan inovasi.

Hal ini dapat diwujudkan dengan bantuan dan ketersediaan UMKM dengan profil yang berpotensi dapat berkembang secara berkelanjutan untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan kepada UMKM lain yang masih mengalami kendala bisnis.

Namun, penelitian ini masih memiliki keterbatasan dimana penelitian ini hanya dilakukan pada 114 unit UMKM aktif di Kabupaten Sampang Madura sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan. Daerah yang berbeda dan sampel dengan jumlah yang lebih besar mungkin memiliki hasil yang berbeda. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada UMKM di berbagai daerah Indonesia untuk mengetahui profil dan kendala UMKM secara lebih luas. Kemudian, responden kuesioner juga dapat diperluas tidak hanya dari perspektif pemilik bisnis dan karyawan, tetapi juga dari perspektif konsumen. Oleh karena itu, disarankan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan sampel yang lebih lengkap dan beragam dari berbagai sudut pandang pada UMKM di kota besar lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin. (2022). 1.400 UMKM di Sampang Belum Kantongi NIB. [Online] Dari: <https://maduraindepth.com/1-400-umkm-di-sampang-belum-kantongi-nib> [Diakses: 05 September 2023]
- Badan Pusat Statistik. (2023). Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur (Jiwa), 2021-2023. [Online] Dari: <https://jatim.bps.go.id/indicator/1/2/375/1/jumlah-penduduk-provinsi-jawa-timur.html> [Diakses 12 September 2023]

- Candra, K., Heryanto, B., & Rochani, S. (2019). Analisis Pengaruh Upah, Tingkat Pendidikan, Jenis Kelamin, Dan Usia Terhadap Produktifitas Tenaga Kerja Pada Sektor Industri Tenun Ikat Di Kota Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2 (1), 38–51. <https://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.428>
- DPR. (2022). UMKM Tulang Punggung Perekonomian Nasional. [Online] Dari: <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/42324/t/UMKM+Tulang+Punggung+Perekonomian+Nasional> [Diakses: 05 September 2023]
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Provinsi Jawa Timur. (2022). Laporan Akhir Perhitungan Nilai Tambah Bruto Koperasi UMKM Jawa Timur. https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/uploads/1681376658_LAPORAN%20PERHITUNGAN%20NTB%20KUMKM%20JATIM%202022.pdf
- Farida I., Sunandar, Aryanto. (2019). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM di Kota Tegal. *Jurnal MONEX Volume 8 Nomor 2*. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/monex/article/view/1385>
- Firdaus M. I., Azizah P. N., Sa'adah R. (2022). Pentingnya Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Era 4.0. *Jurnal Graha Pengabdian Vol 4 No 2*. <http://dx.doi.org/10.17977/um078v4i22022p154-162>
- Florita, A., Jumiati, J., & Mubarak, A. (2019). Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 1(1), 143 - 153. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v1i1.11>
- Hardani, Auliya N. H., Andriani H., Fardani R. A., Ustiawaty J., Utami E. F., Sukmana D. J., Istiqomah R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Indonesia, Yogyakarta, Hal 72. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Idayu R., Husni M., Suhandic. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo Vol 7 No 1*. <http://dx.doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Jalaliah, Wulandari H. K., Dumadi. (2022). Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan UMKM Pabrik Tahu (Studi Empiris UMKM Tahu Kecamatan Banjarharjo Periode Tahun 2019-2021). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia Vol. 1 No. 1*. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v1i1.32>
- Jansen, K., Michiels, A., Voordeckers, W. et al. (2022) Financing decisions in private family firms: a family firm pecking order. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00711-9>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022). Ini Upaya Pemerintah Jaga Peran UMKM sebagai Tulang Punggung Perekonomian. [Online] Dari:

- <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Ini-Upaya-Pemerintah-Jaga-Peran-UMKM> [Diakses: 05 September 2023]
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. [Online] Dari: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah> [Diakses: 05 September 2023]
- Kusumasari K. D., Diatmika I. P. G. (2022). Pengaruh Pemahaman Teknologi Informasi, Pendidikan, Umur Usaha dan Motivasi Terhadap Implementasi SAK EMKM pada UMKM di Kabupaten Tabanan. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha, Vol 13 No 03*. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/SIak/article/view/36932>
- Nazifah M. N., Ikhwan K. (2021). Analisis Faktor Kendala Industri Kecil Menengah (Studi pada IKM Makanan di Kelurahan Tidar Utara Kota Magelang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*. http://dx.doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i1.515
- Purba M. L., Sucipto T. N. (2019). Potensi dan Kontribusi UMKM Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Pelaku UMKM Kelurahan Dwikora Kecamatan Medan Helvetia). *Jurnal Mutiara Manajemen Vol 4 No 2*. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JMM/article/view/1082/930>
- Rainanto, B. H. (2019). Analisis Permasalahan yang Dihadapi oleh Pelaku Usaha Mikro agar Berkembang Menjadi Usaha Kecil (Scalling Up) Pada UMKM di 14 Kecamatan di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 7 (1), 201–210*. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i1.213>
- Risnawati N. (2018). Profil UMK, Permasalahan dan Upaya Pemberdayaannya. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/55/57>
- Rofiq F., Edward Y. M. (2019). Kinerja Manajemen Modal Kerja Berdasarkan Gender dan Jenis Usaha. *Sosio e-kons*. https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons/article/view/3072
- Rokhmah, B. E. (2020). Tantangan, Kendala, dan Kesiapan Pemasaran Online UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf Volume 1, No. 1*. <https://oldjournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/filantropi/article/view/2420>
- Sabuhari R., Kamis R.A., Panigoro S., Husen Z. (2022). Kajian Eksplorasi Profil Usaha Mikro Kecil dan Menengah serta Strategi Pengembangannya di Kota Ternate. *Cakrawala Management Business Journal*. <https://journal.feb.unipa.ac.id/index.php/cmbj/article/view/200>
- Schou, P.K., Bucher, E. & Waldkirch, M. (2022). "Entrepreneurial

- learning in online communities". *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00502-8>
- Susanto B., Hadianto A., Chariri F. N., Rochman M., Syauckani M. M., Daniswara A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment* 6 (1): 42-47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Sutandi, Vikaliana R., Hidayat Y. R., Evitha Y. (2020). Strategi Peningkatan Kinerja UMKM melalui "UMKM Naik Kelas" Pada UMKM di Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* Vol. 2, No. 2. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/jks/article/download/740/pdf>
- Sutrisna A., Ginanjar R., Lestari S. P. (2021). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Menerapkan Metode EOQ (Economic Order Quantity) pada PT. Jatisari Furniture Work. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5 (1): 215-225. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.304>
- United Nations Development Programme Indonesia. (2021). Dukung UMKM Indonesia, UNDP, Indosat Ooredoo dan Kementerian Koperasi UKM, Luncurkan Survei Kinerja Masa Pandemi. [Online] Dari: <https://www.undp.org/id/indonesia/press-releases/dukung-umkm-indonesia-undp-indosat-ooredoo-dan-kementerian-koperasi-ukm-luncurkan-survei-kinerja-masa-pandemi> [Diakses: 07 September 2023]
- Wedi Agus. (2022). Wahid Foundation Fasilitasi 90 Pelaku UMKM Sampang Dapatkan NIB. [Online] Dari: <https://maduraindepth.com/wahid-foundation-fasilitasi-90-pelaku-umkm-sampang-dapatkan-nib> [Diakses: 05 September 2023]