

Optimalisasi Manajemen Strategi Untuk Menjadikan UMKM Yang Unggul Dalam Persaingan Bisnis

**Edy Sulistiyawan¹, Siti Istikhroh², Untung Lasiyono³, Wira Yudha
Alam⁴, Mohammad Afrizal Miradji⁵, Aji Prasetyo⁶.**

Program Studi Manajemen Program Magister, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis^{1,2,3,4,5,6}

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3,4,5,6}

E-mail : edy.s@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan yang semakin kompleks dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka. Optimalisasi manajemen strategi menjadi krusial untuk memastikan bahwa UMKM tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga unggul dalam persaingan bisnis yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi manajemen yang efektif bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka.

Metodologi penelitian ini melibatkan analisis kualitatif dan kuantitatif melalui studi kasus UMKM di berbagai sektor industri. Data diperoleh dari wawancara mendalam dengan pemilik UMKM, survei, dan analisis dokumentasi internal. Temuan utama menunjukkan bahwa UMKM yang berhasil mengimplementasikan strategi manajemen yang optimal—seperti inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, pengelolaan sumber daya manusia yang efektif, dan strategi pemasaran yang terarah—dapat meningkatkan posisi kompetitif mereka secara signifikan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan manajemen strategi yang berbasis pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan pasar, adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, dan penggunaan teknologi modern merupakan faktor kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif. Rekomendasi praktis untuk UMKM termasuk pengembangan kemampuan analisis pasar, peningkatan keterampilan digital, dan penerapan praktik manajemen yang lebih terstruktur. Dengan menerapkan rekomendasi ini, UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya saing mereka dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

Kata Kunci: UMKM, Manajemen Strategi, Daya Saing, Inovasi, Teknologi Digital.

ABSTRACT

In the current era of globalization and digitalization, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) face increasingly complex challenges in maintaining and improving their competitiveness. Optimizing strategic management is crucial to ensure that MSMEs can not only survive but also excel in the tight business competition. This study aims to identify and analyze effective management strategies for MSMEs to improve their competitiveness.

The research methodology involves qualitative and quantitative analysis through case studies of MSMEs in various industrial sectors. Data were obtained from in-depth interviews with MSME owners, surveys, and internal documentation analysis. Key findings indicate that MSMEs that successfully implement optimal management strategies—such as product innovation, utilization of digital technology, effective human resource

management, and targeted marketing strategies—can significantly improve their competitive position.

This study concludes that the implementation of strategic management based on a deep understanding of market needs, adaptation to changes in the business environment, and the use of modern technology are key factors in achieving competitive advantage. Practical recommendations for MSMEs include developing market analysis capabilities, improving digital skills, and implementing more structured management practices. By implementing these recommendations, MSMEs are expected to increase their competitiveness and contribute more to local and national economic growth.

Keywords: MSME, Strategic Management, Competitiveness, Innovation, Digital Technology.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian, baik di tingkat lokal maupun nasional. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak utama ekonomi lokal, tetapi juga sebagai sumber utama lapangan kerja, inovasi, dan pengembangan masyarakat. Di Indonesia, UMKM menyumbang sekitar 99% dari total unit usaha dan sekitar 60% dari total tenaga kerja. Meskipun kontribusi mereka sangat signifikan, UMKM sering menghadapi berbagai tantangan yang dapat mengancam keberlangsungan dan pertumbuhan mereka.

Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, baik dari pelaku usaha domestik maupun global, UMKM dihadapkan pada tekanan untuk beradaptasi dan berkembang agar tetap relevan. Globalisasi, digitalisasi, dan perubahan perilaku konsumen menjadi faktor yang menambah kompleksitas dalam manajemen UMKM. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk menerapkan strategi manajemen yang efektif untuk meningkatkan daya saing mereka dan mencapai keunggulan kompetitif.

Optimalisasi manajemen strategi merujuk pada proses penyusunan dan pelaksanaan strategi yang terencana dan terarah untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih baik. Dalam konteks UMKM, hal ini melibatkan identifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Dengan memahami dan memanfaatkan informasi ini secara efektif, UMKM dapat membuat keputusan yang lebih baik dan merumuskan strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan pasar.

Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana UMKM dapat mengoptimalkan manajemen strategi mereka untuk meningkatkan daya saing dan meraih keunggulan dalam persaingan bisnis. Melalui analisis berbagai strategi manajerial, seperti inovasi produk, pemanfaatan teknologi informasi, pengelolaan sumber daya manusia, dan pemasaran yang efektif, Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi UMKM untuk meningkatkan performa dan keberhasilan mereka di pasar.

Secara keseluruhan, Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan mengidentifikasi pendekatan strategis yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk meraih keunggulan kompetitif dan bertahan dalam persaingan yang semakin kompleks. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan praktik manajemen yang lebih baik bagi UMKM, serta mendukung

pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Untuk itu, UMKM perlu meningkatkan daya saing untuk bisa menghadapi perubahan tersebut. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing harus diawali dengan menemukan faktor penghambat perkembangan UMKM. Faktor penghambattersebut ada dua masalah utama yaitu masalah finansial dan masalah non-finansial (organisasi manajemen). Permasalahan finansial meliputi ; 1) kurangnya kesesuaian (mismatch) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UMKM, 2) tidak adanya pendekatan sistematis dalam pendanaan UMKM, 3) biaya transaksi yang cukup tinggi, 4) kurangnya akses dana ke sumber dana yang formal, 5) bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi, 6) banyak UMKM yang belum bankable. Permasalahan dalam bidang non-finansial antara lain ; 1) kurangnya pengetahuan teknologi produksi dan quality control, 2) kurangnya pengetahuan akan pemasaran, 3) keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Permasalahan-permasalahan yang timbul tersebut membuat daya saing UMKM menjadi terhambat. Akibatnya produk kuliner yang potensial tidak memiliki daya saing dan kalah bersaing dalam pasaran.

Dari hasil diskusi dan pengamatan yang telah dilakukan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat ini, dapat disimpulkan beberapa masalah diantaranya:

1. Pelaku UMKM tidak mengetahui tentang bagaimana cara memanfaatkan pemasaran melalui media sosial (*social selling*).
2. Pelaku UMKM tidak mengetahui tentang bagaimana cara meningkatkan daya saing.
3. Belum memahami pentingnya strategi *social selling* untuk mengatasi masalah menurunnya hasil penjualan.

Permasalahan bisnis yang dialami oleh warga di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi akademisi. Dalam upaya merencanakan pengembangan bisnis, sebagai UMKM harus senantiasa mengoptimalkan manajemen strategi untuk menjadikan UMKM yang Unggul dalam persaingan bisnis, dengan menerapkan strategi *social selling* agar dapat meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan dan *Focus Group Discussion* (FGD)

bersama perangkat kelurahan sepanjang Kecamatan Taman, Solusi yang telah disepakati untuk menyelesaikan permasalahan yang ada yaitu melalui kegiatan penyuluhan dengan metode pendekatan teori. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan di Balai Desa Wage Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. Dibantu dengan tim dari mahasiswa universitas PGRI Adi buana Surabaya, tim PPM melaksanakan pendampingan kepada seluruh peserta.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan sasaran target peserta adalah masyarakat Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo dimana kegiatan tersebut dilaksanakan sesuai jadwal yang telah disesuaikan waktunya. Fleksibilitas ini dilakukan mengingat kesibukan peserta dalam beraktivitas sehingga tidak mengganggu sepenuhnya dan kegiatan dapat terselenggara dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengabdian Pada Masyarakat ini melibatkan analisis terhadap berbagai aspek manajemen strategi yang diterapkan oleh UMKM dalam rangka meningkatkan daya saing mereka. Data diperoleh dari studi kasus, wawancara dengan pemilik UMKM, dan survei terhadap praktik manajerial yang diterapkan. Selanjutnya, tahap pelaksanaan kegiatan meliputi pemberian materi secara langsung kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. Materi yang diberikan yaitu optimalisasi manajemen strategi untuk menjadikan UMKM yang unggul dalam persaingan bisnis, khusus manajemen strategi *social selling* untuk meningkatkan daya jual dan daya saing UMKM serta pentrasi pasar.



Gambar 1. Salah satu proses pemberian materi PPM.



Gambar 2. Pelaku UMKM Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Sidoarjo.

Berikut adalah hasil Pengabdian Pada Masyarakat ini:

1. Inovasi Produk dan Layanan Berdasarkan data yang dikumpulkan, UMKM yang sukses dalam meningkatkan daya saingnya secara signifikan berinvestasi dalam inovasi produk dan layanan. Sekitar 70% dari UMKM yang terlibat dalam Pengabdian Pada Masyarakat ini melaporkan bahwa inovasi merupakan kunci utama dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Contoh inovasi termasuk pengembangan produk baru yang sesuai dengan tren pasar dan peningkatan kualitas layanan.

2. Pemanfaatan Teknologi Digital Pemanfaatan teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, dan alat analisis data, terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Sekitar 65% dari UMKM yang menerapkan teknologi digital mengalami peningkatan signifikan dalam penjualan dan visibilitas merek mereka. Teknologi juga mempermudah UMKM dalam mengelola inventaris, pemasaran, dan komunikasi dengan pelanggan.

3. Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) Pengelolaan SDM yang baik memainkan peran penting dalam pencapaian keunggulan kompetitif. Data menunjukkan bahwa UMKM yang fokus pada pelatihan dan pengembangan keterampilan karyawan memiliki performa

yang lebih baik dibandingkan dengan yang tidak. Sekitar 60% dari responden melaporkan bahwa investasi dalam pelatihan dan pengembangan SDM membantu meningkatkan produktivitas dan kepuasan kerja.

4. Strategi Pemasaran yang Terarah Strategi pemasaran yang efektif, termasuk segmentasi pasar, penentuan posisi produk, dan promosi yang tepat, berkontribusi besar terhadap kesuksesan UMKM. Hasil Pengabdian Pada Masyarakat menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan strategi pemasaran yang terarah mengalami peningkatan dalam akuisisi pelanggan baru dan loyalitas pelanggan. Penggunaan data analitik untuk memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan penawaran produk juga berperan penting.

Hasil dari pelaksanaan pengabdian pada masyarakat di kelurahan sepanjang kecamatan taman kabupaten sidoarjo, sebagai berikut:

1. Dampak Inovasi Produk dan Layanan Inovasi produk dan layanan memungkinkan UMKM untuk membedakan diri dari pesaing dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Dengan terus mengembangkan dan memperbarui penawaran mereka, UMKM dapat menjaga relevansi dan menarik perhatian pasar. Namun, inovasi memerlukan investasi yang signifikan, baik dalam hal waktu maupun sumber daya, sehingga penting bagi UMKM untuk merencanakan dan mengelola proses inovasi secara strategis.

2. Peran Teknologi Digital dalam Kompetisi Pemanfaatan teknologi digital memberikan UMKM keunggulan kompetitif dengan meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Teknologi digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan di berbagai lokasi, berinteraksi dengan mereka secara langsung, dan mengumpulkan data yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Untuk memaksimalkan manfaat teknologi, UMKM perlu berinvestasi dalam infrastruktur digital dan mengembangkan keterampilan teknis di kalangan karyawan.

3. Pentingnya Pengelolaan SDM Pengelolaan SDM yang efektif memastikan bahwa karyawan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk mendukung tujuan bisnis. Pelatihan dan pengembangan SDM tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memotivasi dan meningkatkan kepuasan kerja. UMKM harus fokus pada penciptaan lingkungan kerja yang positif dan mendukung pengembangan profesional karyawan agar dapat meningkatkan performa secara keseluruhan.

4. Efektivitas Strategi Pemasaran Strategi pemasaran yang terarah membantu UMKM untuk menjangkau pasar yang tepat dan menyesuaikan pesan mereka dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Penggunaan data analitik memungkinkan UMKM untuk melakukan penyesuaian cepat terhadap strategi pemasaran mereka dan memanfaatkan peluang pasar. Oleh karena itu, UMKM harus terus memantau tren pasar dan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen untuk tetap kompetitif.

Setelah sesi ketiga berakhir, tim Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya diberikan kesempatan untuk mengikuti foto bersama dengan beberapa peserta dan perwakilan dari perangkat.



Gambar 3. Kepala Lurah dan Direktur UMKM Kelurahan Sepanjang dan Tim dosen Prodi Manajemen Program Magister.

Dalam sesi diskusi interaktif tersebut, tim juga menghadirkan beberapa mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah melakukan diskusi sebelumnya untuk dapat melakukan analisa lebih mendalam mengenai peningkatan daya saing desa melalui kolaborasi yang akan dilakukan oleh UMKM Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Sebagai alternatif strategi meningkatkan daya saing UMKM Di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo, salah satu cara untuk meningkatkan daya saing UMKM yaitu dengan menerapkan *social selling* bagi pelaku UMKM sehingga dapat memberikan manfaat bagi perkembangan UMKM warga Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.

SIMPULAN

Kegiatan PPM dalam optimalisasi manajemen strategi memberikan dampak dan manfaat yang signifikan bagi UMKM. Dampak positifnya meliputi peningkatan daya saing, kinerja keuangan, dan kapasitas SDM, sementara manfaatnya mencakup pengembangan kompetensi, kontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, inovasi, akses ke sumber daya, dan peningkatan pemahaman strategis. Dengan demikian, kegiatan PPM tidak hanya membantu UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi yang lebih luas dan berkelanjutan

Dengan dibantu oleh mahasiswa Universitas PGRI Adi buana Surabaya, Tim Pengabdian Pada Masyarakat Program Studi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi dan Bisnis tidak hanya menjelaskan tetapi juga melakukan pengarahan dalam menerapkan optimalisasi manajemen strategi khususnya strategi *social selling*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang berperan dalam membantu kelancaran kegiatan ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas PGRI Adi Buana Surabaya melalui Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM), Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo, Sekretaris Kelurahan yang selalu mendampingi Tim PPM beserta para perangkat lainnya, Pemerintah Kota/Kabupaten Sidoarjo, dan segala pihak yang sudah membantu proses jalannya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Hariawan, F., Sawitri, AP., Lasiyono, U. (2023). Pelatihan Penyusunan Business Model Canvas Untuk Pengembangan UMKM Di Kelurahan Taman Kecamatan Taman Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

- Kabupaten Sidoarjo. Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat 4 (1), 65-72
- Hariawan, F., Afkar, T., Purwanto, T., (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pemasaran Online Bagi UMKM Desa Banjarsari–Gresik. Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat 3 (2), 39-45
- Santoso, R. (2020). Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid19 In Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5(2),36–48.
- Setyorini, Dini, Ety Nurhayaty, and Rosmita Rosmita. Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba Umkm (Studi Kasus Umkm Pengolahan BesiCiampea Bogor Jawa Barat).
Jurnal Mitra Manajemen. Vol. 3. No .5. 2019. Umar, *Strategic Management in Action, Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelan-Hunger*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama. 2001.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.