

## STRATEGI PENGUATAN DAYA SAING UKM DI KOTA SUKABUMI DALAM MENGHADAPI MEA 2015

Oleh:

Nor Norisanti \*), R. Fajar Salim \*\*)

### *Abstrak*

*Menyadari peran UKM di Kota Sukabumi sebagai kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan cukup dominan dalam perekonomian, dan memiliki potensi yang tinggi maka perlu dirumuskan strategi yang tepat untuk penguatan daya saing dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi kepada para pelaku UKM mengenai rumusan strategi penguatan daya saing UKM di Kota Sukabumi dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*

*Langkah-langkah penelitian ini diantaranya melakukan persiapan kegiatan studi meliputi penyusunan administrasi perijinan, personil dan rencana kerja, melakukan koordinasi dengan Disperindag dan Koperasi di Kota Sukabumi, terkait dengan keberadaan UKM kota Sukabumi, selanjutnya melakukan analisis terhadap data yang diperoleh mengenai potensi yang dimiliki UKM di kota Sukabumi dan menjadi dasar perumusan strategi penguatan daya saing UKM di kota Sukabumi melalui matrik perspektif Generic Strategic dari Porters.*

**Kata Kunci :** *Strategi, Daya Saing dan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).*

### PENDAHULUAN

Tujuan yang ingin dicapai dengan adanya MEA adalah adanya aliran bebas barang, jasa, dan tenaga kerja terlatih (skilled labour), serta aliran investasi yang lebih bebas. Dalam penerapannya MEA akan menerapkan 12 sektor prioritas, yaitu perikanan, e-travel, e-ASEAN, automotif, logistik, industri berbasis kayu, industri berbasis karet, furnitur, makanan dan minuman, tekstil, serta kesehatan. Bagi Indonesia, pembentukan MEA 2015 akan memberikan beberapa tantangan yang tidak hanya bersifat internal di dalam negeri tetapi terlebih lagi persaingan dengan sesama negara ASEAN dan negara lain di luar ASEAN seperti China dan India. Persaingan yang ketat ini akan berdampak pada harga yang kompetitif pula, bukan hanya komoditi/produk/jasa unggulan industry besar (UB), tetapi juga sektor UKM karena kesamaan karakteristik produk.

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha, yang menyentuh kepentingan masyarakat. Berdasarkan data BPS (2003), populasi usaha kecil dan menengah (UKM) jumlahnya mencapai 42,5 juta unit atau 99,9 persen dari keseluruhan pelaku bisnis di tanah air. UKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, yaitu sebesar 99,6 persen. Sementara

itu, kontribusi UKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 56,7 persen.

Menyadari peran UKM sebagai kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan cukup dominan dalam perekonomian, dan memiliki daya saing yang tinggi maka perlu dirumuskan strategi yang tepat untuk penguatan daya saing dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2015. Tidak terkecuali bagi UKM di kota Sukabumi, dalam menghadapi era MEA, diperlukan rumusan strategi untuk penguatan daya saing sehingga mampu tetap bertahan bahkan terus meningkat. Meskipun secara kuantitas pertumbuhan UKM di kota Sukabumi mengalami kenaikan dari tahun ke tahun yang cukup signifikan, namun ada sejumlah permasalahan yang umum dihadapi oleh hampir semua UKM.

Permasalahan klasik yang dihadapi oleh UKM di Kota Sukabumi diantaranya daya saing UKM yang relatif rendah. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UKM yaitu: rendahnya kualitas sumber daya manusia UKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UKM, dan terbatasnya akses UKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi oleh UKM Kota Sukabumi diantaranya adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim

usaha yang kurang mendukung dan kelangkaan bahan baku. Sedangkan dalam era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini dan di masa depan daya saing menjadi sesuatu yang sangat penting. Tanpa daya saing yang baik, tidak mustahil bahwa UKM suatu saat akan lenyap. Maka perlu dilakukan kajian mendalam guna merumuskan strategi penguatan daya saing UKM untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2015 secara menyeluruh.

### **Tujuan**

1. Mengkaji tentang bagaimana potensi daya saing UKM di kota Sukabumi
2. Mengkaji tentang kesiapan UKM di Kota Sukabumi dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2015.
3. Merumuskan strategi penguatan daya saing UKM di Kota Sukabumi dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2015

### **KAJIAN TEORITIS**

#### **Daya Saing UKM**

##### **a. Pengertian Daya Saing**

Daya saing adalah sebuah konsep yang cukup ruwet. Tidak ada satu indikator-pun yang bisa digunakan untuk mengukur daya saing, yang memang sangat sulit untuk diukur (Markovics, 2005). Namun demikian, daya saing adalah suatu konsep yang umum digunakan di dalam ekonomi, yang biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar dalam kasus perusahaan-perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan internasional dalam kasus negara-negara. Dalam dua dekade terakhir, seiring dengan semakin mengglobalnya perekonomian dunia dan persaingan bebas, daya saing telah menjadi satu dari konsep-konsep kunci bagi perusahaan-perusahaan, negara-negara, dan wilayah-wilayah untuk bisa berhasil dalam partisipasinya di dalam globalisasi dan perdagangan bebas.

##### **b. Ruang Lingkup Daya Saing pada UKM**

Daya saing sebuah perusahaan tercerminkan dari daya saing dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Dalam gilirannya, daya saing dari perusahaan tersebut ditentukan oleh banyak

faktor, tujuh diantaranya yang sangat penting adalah:

1. Keahlian atau tingkat pendidikan pekerja
2. Keahlian pengusaha
3. Ketersediaan modal
4. Sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis)
5. Ketersediaan teknologi untuk produksi
6. Ketersediaan informasi untuk pemasaran
7. Ketersediaan input-input lainnya seperti energi, bahan baku, dll yang menunjang kegiatan produksi.

Sebuah UKM yang memiliki daya saing yang tinggi dicirikan oleh sejumlah aspek internal perusahaan yang terkait dengan ketujuh faktor utama penentu daya saing dan aspek-aspek eksternal yang terkait dengan kinerja.

### **Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)**

#### **A. Karakteristik Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)**

Karakteristik utama Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA):

1. Pasar dan basis produksi tunggal,
2. Kawasan ekonomi yang kompetitif,
3. Wilayah pembangunan ekonomi yang merata
4. Daerah terintegrasi penuh dalam ekonomi global.

Karakteristik ini saling berkaitan kuat. Dengan Memasukkan unsur-unsur yang dibutuhkan dari masing-masing karakteristik dan harus memastikan konsistensi dan keterpaduan dari unsur-unsur serta pelaksanaannya yang tepat dan saling mengkoordinasi di antara para pemangku kepentingan yang relevan.

#### **B. Kesiapan UKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2015**

Mindset masyarakat, khususnya pelaku usaha Indonesia yang belum seluruhnya mampu melihat MEA 2015 sebagai sebuah peluang, kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai ASEAN masih sangat terbatas. Selain itu perlunya sinkronisasi program dan kebijakan pemerintah pusat dengan daerah. Sangat diperlukan kesamaan pandang diantara pejabat daerah dan pusat.

UKM sebagai tulang-punggung perekonomian nasional dan regional (ASEAN) berkontribusi secara signifikan bagi PDB nasional dan menyerap sebanyak 97,2% dari seluruh tenaga kerja di Indonesia. Dengan jumlah UKM lebih dari 55,2 juta atau terbesar di ASEAN, Indonesia harus menjadi penggerak utama pengembangan UKM di ASEAN agar akses UKM terhadap permodalan, teknologi dan pasar semakin meningkat.

### **Strategi Penguatan Daya Saing UKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)**

Ada berbagai strategi yang dapat dipilih untuk penguatan sekaligus peningkatan daya saing UKM. Strategi pada dasarnya dimaksudkan untuk memenuhi dua keperluan vital, pertama terkait dengan penempatan posisi relatif terhadap lingkungan luar perusahaan (external positioning) yang membutuhkan pemahaman terhadap lingkungan di mana perusahaan berada. Kedua, untuk penyelerasan lingkungan internal perusahaan (internal alignment) yang mencakup semua kegiatan dan investasi. Dengan strategi, setiap keuntungan unit bisnis dapat dipisahkan ke dalam dua komponen: tingkat keuntungan rata-rata industri dan pemisahan rata-rata tersebut yang diterapkan kepada keunggulan (atau kelemahan) dalam persaingan sebagai akibat dari strategi dalam industri tersebut.

Analisa industri secara sistematis dikembangkan oleh Michael Porter, yang mencakup strategi generik (generic strategies). Strategi generik dari Michael Porter berasumsi bahwa sebuah perusahaan yang menjalankan tiga strateginya akan meningkatkan daya saingnya dan akan dapat tetap exist dalam persaingannya. Strategi generik dapat dibagi atas 3, yaitu:

#### **a. Cost leadership (Keunggulan Biaya)**

Strategi ini berusaha untuk memenangkan persaingan dengan pendekatakan harga, dimana dengan harga tertentu akan produk yang dihasilkan konsumen lebih tertarik untuk membeli produk tersebut. Biasaya perusahaan secara real melakukan perang tarif melalui

berbagai istilah seperti: potongan harga, potongan tunai, potongan pembelian, dan lainnya

#### **b. Differentiation (Product Unique)**

Untuk memenangkan persaingan bisnis, perusahaan berusaha membuat produk yang unik, dimana produk tersebut sulit ditiru oleh pesaing perusahaan. Bila pesaing telah banyak memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk sejenis, maka perusahaan yang bersangkutan melakukan inovasi baru, kemudian diproduksi produk generasi baru (versi baru) tersebut, akibatnya perusahaan tersebut tetap memimpin produk yang lebih unik dari yang dihasilkan oleh perusahaan lain. Pada strategi ini agar produk yang dihasilkan tetap unik, maka diperlukan inovasi-inovasi baru sepanjang waktu. Untuk menghasilkan inovasi baru sepanjang waktu dibutuhkan tenaga kerja yang khusus dan spesialis. Ini artinya pemilihan strategi ini akan membutuhkan tenaga kerja terampil, inovatif dan terdidik. Sudah tentu untuk mendapatkan tenaga kerja dengan kompetensi demikian akan mengeluarkan biaya yang lebih tinggi.

#### **c. Focus/Competifines Strategy**

Strategi ini memfokuskan kegiatan pada konsumen dengan segmen tertentu. Pengincaran konsumen segmen tertentu ini akan lebih memudahkan perusahaan untuk memenangkan persaingan bisnis.

Pada dasarnya masalah UKM yang berasal dari Internal dan external serta kaitannya dengan strategi generik dapat disajikan dalam bentuk matrik

### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu suatu bentuk penelitian yang berdasarkan data yang dikumpulkan selama penelitian secara sistematis mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat dari obyek yang diteliti, kemudian diinterpretasikan berdasarkan teori-teori dan literatur-literatur yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai potensi yang dimiliki UKM Kota

Sukabumi untuk merumuskan strategi penguatan daya saing.

### **Tahapan dan Lokasi Penelitian**

#### **A. Tahapan Penelitian**

Tahapan yang dilakukan pada penelitian ini adalah :

1. Melakukan persiapan kegiatan studi meliputi penyiapan administrasi perijinan, personil dan rencana kerja.
2. Melakukan koordinasi dengan Disperindag dan Koperasi di Kota Sukabumi, terkait dengan keberadaan UKM kota Sukabumi.
3. Inventarisasi data
4. Analisis data hasil inventarisasi
5. Pelaporan

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di sejumlah UKM di Kota Sukabumi.

### **Alat yang Digunakan**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi format isian di antaranya mengenai potensi yang dimiliki UKM yang sekaligus menjadi dasar penilaian terhadap penentuan strategi penguatan daya saing serta kesiapan UKM dalam menghadapi MEA 2015.

### **Populasi dan sampel**

#### **A. Populasi**

Populasi pada penelitian ini yaitu jumlah UKM di kota Sukabumi, jumlah anggota populasi sebanyak 366 UKM di Kota Sukabumi .

#### **B. Sampel**

Teknik sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode random sampling acak. Ukuran sampel di ambil dari jumlah anggota populasi dengan menggunakan rumus slovin dengan sampel yang digunakan sebanyak 40 responden.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **A. Data Primer**

Diperoleh secara langsung dari sejumlah UKM di Kota Sukabumi melalui :

1. Observasi
2. Wawancara

#### **3. Kuesioner**

#### **B. Data Sekunder**

Diperoleh melalui literatur-literatur terkait mengenai objek yang sedang diteliti.

### **Teknik Analisis Data**

Setelah data dari lapangan terkumpul dengan menggunakan metode pengumpulan data di atas, maka peneliti akan mengolah dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis secara deskriptif-kualitatif.

Analisis deskriptif-kualitatif merupakan suatu tehnik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya. Menurut M. Nazir “bahwa tujuan deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti”.

Sedangkan untuk menganalisis strategi yang diperlukan dirumuskan dalam penguatan daya saing UKM di Kota Sukabumi dari perspektif Generic Strategic. Generic Strategic merupakan salah satu pendekatan strategi yang dimunculkan oleh Michael Porter, yang dikenal dengan istilah Porter’s generic strategy yang disajikan dalam bentuk matrik. Di mana strategi itu terbagi atas 3, yaitu pada:

- Cost leadership (Keunggulan Biaya)
- Differentiation (Product Unique)
- Focus/Competifines Strategy

## **PEMBAHASAN**

### **Potensi Daya Saing UKM di Kota Sukabumi**

Daya saing UKM di Kota Sukabumi lebih banyak diartikan sebagai suatu potensi yang bersifat tunggal, sehingga dengan demikian tidak ada upaya pemahaman bagaimana kompleksitas faktor-faktor yang membentuk daya saing UKM tersebut. Tujuh faktor yang sangat penting dan sekaligus sebagai potensi yang dimiliki UKM diantaranya adalah:

Tabel 1  
Potensi Daya Saing UKM Kota  
Sukabumi

Potensi Daya Saing UKM	Kondisi	
	B	K
1. Keahlian atau tingkat pendidikan pekerja	√	
2. Keahlian pengusaha	√	
3. Ketersediaan modal		√
4. Sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis)		√
5. Ketersediaan teknologi untuk produksi		√
6. Ketersediaan informasi untuk pemasaran	√	
7. Ketersediaan input-input lainnya seperti energi, bahan baku, dll yang menunjang kegiatan produksi.	√	

Sumber : Data diolah, tahun 2016

Sebuah UKM yang memiliki daya saing yang tinggi dicirikan oleh sejumlah aspek internal perusahaan yang terkait dengan ketujuh faktor utama penentu daya saing dan aspek-aspek eksternal yang terkait dengan kinerja. 4 (empat) faktor berada dalam kategori baik diantaranya keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan informasi untuk pemasaran, dan ketersediaan input-input lainnya seperti energi, bahan baku, dll yang menunjang kegiatan produksi. dan 3 (tiga) faktor utama berada dalam kategori kurang baik diantaranya faktor ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen dan ketersediaan teknologi untuk produksi.

#### **Kesiapan UKM di Kota Sukabumi dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2015**

Berdasarkan data potensi yang dimiliki UKM Kota Sukabumi ditetapkan MEA dapat menjadi ancaman bagi keberadaan UKM itu sendiri. Jika dibandingkan dengan target pengembangan UKM tahun 2015 diantaranya; 1) Produktivitas dan daya saing UKM meningkat; 2) Perkembangan ekspor UKM tumbuh 20% per-tahun; 3) Tumbuhnya wirausaha baru yang inovatif; dan 4) Meningkatnya akses kredit perbankan bagi UMKM, khususnya KUR sebesar Rp.100 triliun, maka hal tersebut bisa dikatakan sebagai ancaman. Artinya, kondisi tersebut bertolak belakang dengan

dengan kondisi UKM di Kota Sukabumi pada saat ini.

Berdasarkan pengamatan dilapangan, kesiapan UKM dalam menghadapi MEA jika dilihat dari sudut pandang potensi lemah yang dimiliki diantaranya:

- 1) 57,5% responden dalam memberdayakan tenaga kerjanya dinyatakan kurang profesional, contohnya masih banyak pemilik usaha kreatif tidak mau meluangkan waktunya untuk lebih memperhatikan serta melatih skill karyawannya. Mereka hanya memperhatikan gaji pegawai tanpa ada pengembangan skill karyawan. Dan fakta menarik lainnya mengenai sumber daya manusia yg ada yaitu berdasarkan budaya, dalam hal ini adalah usaha yang dijalani adalah usaha turun temurun.
- 2) 52,5% responden minim dalam menggunakan teknologi. Jika teknologi dikembangkan pada UKM, tentu sangat membantu dalam pengoperasian produksi secara efisien dan meminimalkan jumlah gagal produksi dan human error. Selain itu pemasaran juga dapat dilakukan melalui teknologi dunia maya atau media internet.
- 3) 32,5% responden memiliki laporan keuangan kurang sistematis, sehingga banyak UKM yang tidak memiliki laporan keuangan yang rapi dan baik. Penyusunan laporan keuangan yang rapi dan baik akan sangat membantu untuk mengevaluasi kinerja dan dibutuhkan untuk syarat dalam mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan terkait. Kondisi demikian akan membuat UKM kesulitan memperoleh pinjaman dan berujung pada ketersediaan modal yg minim. Dan permodalan yang dimiliki UKM yang ada di kota Sukabumi didominasi oleh kepemilikan modal sendiri.
- 4) *Mind-set* masyarakat, khususnya pelaku UKM di Kota Sukabumi yang belum seluruhnya mampu melihat MEA 2015 sebagai peluang, kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai MEA 2015 masih sangat terbatas. Pelaku UKM memandang MEA

sebagai suatu ancaman yang mengakibatkan keterpurukan sejumlah UKM dewasa ini.

### **Strategi Penguatan Daya Saing UKM di Kota Sukabumi dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2015**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data mengenai masalah yang dihadapi oleh UKM Kota Sukabumi yang sekaligus sebagai potensi lemah yang dimiliki oleh UKM Kota Sukabumi. Dengan demikian dapat dirumuskan strategi yang harus dilakukan oleh UKM sebagai dasar penguatan daya saing dalam menghadapi MEA 2015, melalui tabel matrik berikut;

Tabel 2  
Matrik Masalah dan Alternatif Strategi Generik

Masalah UKM	Strategi Generik yang dipilih:			
	Cost Leader	Differentiation	Focus	Mix
1. Ketersediaan modal			√	
2. Sistem organisasi dan manajemen			√	
3. Ketersediaan teknologi untuk produksi	√		√	√

Sumber: data di olah, tahun 2016

Tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa strategi yang harus dipilih untuk UKM yang memiliki masalah dengan permodalan lemah, adalah focus pada pelanggan tertentu. Hal ini disebabkan dengan focusnya UKM pada segmen konsumen tertentu akan memudahkan pimpinan dalam mengelola perusahaannya. Berikut upaya-upaya yang bisa dilakukan oleh UKM dengan permasalahan permodalan yang lemah diantaranya; mempertegas identitas, membangun jaringan dan kerjasama, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menekan pembiayaan, memilih pasar yang toleran dan memanfaatkan teknologi.

Begitu juga dengan permasalahan yang ke dua yaitu sistem organisasi manajemen yang lemah adalah dengan focus pada segmen tertentu. Pada dasarnya

permasalahan yang ke dua terletak pada SDM yang dimiliki UKM, dengan demikian upaya yang bisa dilakukan sebelum fokus terhadap segmen tertentu, diantaranya mengikuti pelatihan mengenai budaya usaha, pemasaran, manajemen pemasaran dan kewirausahaan, serta melakukan bimbingan teknis manajemen usaha.

Sedangkan untuk permasalahan yang ke tiga yaitu dengan melakukan mix strategi antara cost leadership dan fokus pada segmen tertentu.

Strategi cost leadership disini dimaksudkan untuk memenangkan persaingan dengan pendekatan harga, dimana dengan harga tertentu konsumen lebih tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh UKM Kota Sukabumi. Upaya yang dapat dilakukan diantaranya dengan memberikan potongan harga, potongan tunai, potongan pembelian, dan lainnya.

Strategi Focus/Competifines memfokuskan kegiatan pada konsumen dengan segmen tertentu. Pencarian konsumen segmen tertentu ini akan lebih memudahkan UKM untuk memenangkan persaingan bisnis. Strategi fokus memiliki dua varian, dalam fokus biaya, UKM mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya, sedangkan dalam fokus diferensiasi, UKM mengusahakan diferensiasi dalam segmen sasarannya.

Strategi Differentiation (Product Unique) Untuk memenangkan persaingan bisnis, dalam hal ini UKM Kota Sukabumi harus membuat produk yang unik, dimana produk tersebut sulit ditiru oleh pesaing. Bila pesaing telah banyak memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk sejenis, maka UKM yang bersangkutan harus melakukan inovasi baru, kemudian diproduksi produk generasi baru (versi baru) tersebut, akibatnya UKM akan tetap memimpin produk yang lebih unik dari yang dihasilkan oleh pesaing. Pada strategi ini agar produk yang dihasilkan tetap unik, maka diperlukan inovasi-inovasi baru sepanjang waktu. Namun untuk menghasilkan inovasi baru sepanjang waktu dibutuhkan tenaga kerja yang khusus dan spesialis. Ini artinya pemilihan strategi ini

akan membutuhkan tenaga kerja terampil, inovatif dan terdidik. Sudah tentu untuk mendapatkan tenaga kerja dengan kompetensi demikian akan mengeluarkan biaya yang lebih tinggi. Strategi diferensiasi yang berhasil memungkinkan UKM menetapkan harga lebih tinggi untuk produknya yang memperoleh loyalitas pelanggan karena konsumen bisa begitu terikat dengan fitur-fitur diferensiasi. Fitur-fitur yang membedakan produk suatu perusahaan bisa mencakup pelayanan yang sangat unggul, ketersediaan suku cadang, desain teknis, kinerja produk, umur manfaat produk, hemat bahan bakar, atau kemudahan penggunaan.

Dengan merumuskan strategi melalui upaya-upaya yang dapat dilakukan, meskipun dihadapkan pada berbagai persoalan, di harapkan UKM dapat mampu bertahan dan menjadikan UKM di Kota Sukabumi berdayasaing tinggi.

#### KESIMPULAN

1. Pada dasarnya UKM di Kota Sukabumi memiliki potensi yang cukup baik. Dari ketujuh faktor utama penentu daya saing dan aspek-aspek eksternal yang terkait dengan kinerja. 4 (empat) faktor berada dalam kategori baik diantaranya keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan informasi untuk pemasaran, dan ketersediaan input-input lainnya seperti energi, bahan baku, dan lain-lain yang menunjang kegiatan produksi. dan 3 (tiga) faktor utama berada dalam kategori kurang baik diantaranya faktor ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen dan ketersediaan teknologi untuk produksi.
2. Berdasarkan data potensi yang dimiliki UKM Kota Sukabumi ditetapkan

MEA dapat menjadi ancaman bagi keberadaan UKM itu sendiri.

3. Strategi yang harus dilakukan oleh UKM Kota Sukabumi sebagai dasar penguatan daya saing dalam menghadapi MEA 2015, diantaranya dengan Strategi Focus/Competifines dimana UKM memfokuskan kegiatannya pada konsumen dengan segmen tertentu, Strategi cost leadership untuk memenangkan persaingan dengan pendekatakan harga dan dengan melakukan mix strategi antara cost leadership dan fokus pada segmen tertentu. Dengan demikian di harapkan UKM di Kota Sukabumi dapat mampu bertahan dan menjadikan dan UKM di Kota Sukabumi berdayasaing tinggi.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dilapangan, berikut hal-hal yang dapat penulis rekomendasikan :

1. Sebaik apapun strategi yang dilakukan, yang menjadi titik tolak permasalahan adalah kualitas SDM dan jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh pimpinan. dan untuk meningkatkan kualitas SDM dan jiwa kewirausahaan yang dimiliki diperlukan adanya pendidikan dan latihan keterampilan, manajemen, dan diklat teknis lainnya yang tepat, yang sesuai dengan kebutuhan dan dilakukan secara intensif.
2. Perlu digalakkannya kemitraan dan kerjasama dalam rangka memperluas akses diberbagai bidang, diantaranya akses finansial, informasi dan alih teknologi sehingga keberadaan UKM di Kota Sukabumi dapat meningkat.
3. Memanfaatkan potensi yang dimiliki secara optimal sebagai modal awal dalam menyusun strategi..

\*) Dosen Program Studi Administrasi Bisnis UMMI

\*\*\*) Dosen Program Studi Public Relation UMMI

**DAFTAR PUSTAKA**

- Hunger J. David & Wheelen Thomas L 2003 Manajemen Strategis. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Rahardjo, M.D. 1994. Usaha Kecil Dalam Perekonomian Nasional. Dept. Koperasi dan Pembina Pengusaha Kecil. Jakarta
- Rio F. Wilantara & Susilawati. 2016. Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM. Penerbit Revika Aditama.
- Sugiyono. 2009. Metodologi Penelitian Bisnis.
- Toha Miftah. 1997. Pembinaan Organisasi. Proses Diagnosa & Intervensi, Rajawali. Jakarta.
- Tulus Tambunan. Pusat Studi Industri dan UKM, Universitas Trisakti dan Kadin Indonesia .....Resource-Based Value Strategy. [Http://maswig.blogspot.com/2005/12/resource-based-value-strategy.htm](http://maswig.blogspot.com/2005/12/resource-based-value-strategy.htm). Didownload 02 Januari 2015
- UU No. 9/1995 dan Keppres No. 99/1998 tentang Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah.
- Jurnal Administrasi Niaga, Wirausaha. UKM Vs Pasar Global. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan, Bandung.