

## STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BINAAN PT. PERTAMINA HULU ROKAN KECAMATAN MANDAU MELALUI ANALISIS SWOT

Nazrantika Sunarto<sup>1)</sup>, Dwi Astuti<sup>2)</sup>, Muhammad Arif<sup>3)</sup>

<sup>1</sup>D4 Bisnis Digital, Politeknik Negeri Bengkalis

<sup>2</sup>D4 Bisnis Digital, Politeknik Negeri Bengkalis

<sup>3</sup>D4 Bisnis Digital, Politeknik Negeri Bengkalis

Email: ranti\_188@yahoo.co.id

### Abstract

PT. PHR focuses its program on developing MSMEs to adapt to the digital economy. PT. PHR focuses on efforts to help MSMEs move from traditional marketing to digital marketing in order to increase competitiveness. This study aims to determine the internal factors and external factors in determining the competitiveness of SMEs assisted by PT. PHR Mandau District, To determine the right strategy in order to maximize the strength factors possessed and minimize the weakness factors possessed by MSMEs fostered by PT. PHR Mandau District. The data was carried out by survey, observation, and depth interview to MSME business actors assisted by Pertamina Hulu Rokan, Mandau District. Data analysis using SWOT analysis The results of research based on internal and external factors are the most appropriate strategy used by MSME PT. PHR so that it can become the main choice of consumers in increasing competitiveness is to expand the marketing network and keep records of business finances properly.

**Keywords:** *Competitive Strategy, SWOT,UMKM*

### PENDAHULUAN

Saat ini kondisi perekonomian di Indonesia berada di titik terendah, dengan adanya bencana global pandemi Covid 19 di Indonesia memperlambat roda ekonomi Indonesia. Roda perekonomian nyatanya bisa bangkit dengan adanya kreativitas yang dimunculkan UMKM. Begitu juga pada masa goncangan krisis ekonomi beberapa tahun lalu, banyak usaha berskala besar mengalami kemacetan bahkan likuidasi, UMKM terbukti tahan dalam menghadapi masa tersebut. Menurut Aeni, S.N. (2022) di sebuah artikel dalam katadata.co.id menyebutkan bahwa Pandemi Covid 19 yang terjadi sejak Maret 2020 sempat membuat perekonomian Indonesia pada posisi yang mengkhawatirkan. Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia Tahun 2020 sempat menyentuh angka -2,07%, bertolak belakang dari tahun sebelumnya yang sempat tumbuh hingga 5,02%. Meski dalam kondisi ekonomi yang ekstrim tersebut Indonesia tergolong negara yang memiliki ketahanan ekonomi cukup tangguh, bahkan secara perlahan mampu beradaptasi terhadap krisis global.

Tak hanya dari Pemerintah dukungan terhadap eksistensi UMKM di Kabupaten Bengkalis juga berasal dari pihak swasta. PT. Pertamina Hulu Rokan (PHR) pasca alih kelola pada Agustus 2021, dalam rangka peningkatan nilai tambah program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) di WK Rokan, pada bidang pemberdayaan ekonomi PT. PHR menitikberatkan program pada pengembangan UMKM untuk beradaptasi menuju ekonomi digital. PT. PHR fokus pada upaya membantu UMKM agar bergerak dari pemasaran tradisional menuju pemasaran digital dalam rangka meningkatkan daya saing (Gunawan, A. 2021). Terdapat 10 (sepuluh) UMKM hasil binaan PT. PHR Kecamatan Mandau yang bergerak di bidang kuliner dan saat ini produk yang dihasilkan dapat dijadikan buah tangan bagi para wisatawan.

Namun, berdasarkan informasi di lapangan belum ditemukannya strategi yang tepat untuk memaksimalkan faktor kekuatan dan meminimalisir faktor kelemahan yang dimiliki serta ancaman dan peluang bagi UMKM binaan PT. PHR Kecamatan Mandau. Sehingga PT. PHR Kecamatan Mandau ini dipandang perlu untuk melakukan kajian strategi untuk menjamin tercapainya peningkatan daya saing dan memiliki nilai tambah, sehingga produk UMKM binaan PT. PHR Kecamatan Mandau dapat bermunculan menjadi ikon di wilayah sendiri. Berdasarkan pada lingkup permasalahan yang telah diuraikan, maka penelitian ini berjudul **“Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Binaan PT. Pertamina Hulu Rokan Kecamatan Mandau melalui Analisis SWOT”**.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka beberapa pertanyaan yang muncul dalam penelitian ini (*research question*) adalah: **“Bagaimana strategi yang tepat untuk memastikan tercapainya tujuan dalam meningkatkan daya saing UMKM Binaan PT. Pertamina Hulu Rokan Kecamatan Mandau dengan menggunakan Analisis SWOT”?**

### **Tujuan Penelitian**

Dari rumusan dan pembatasan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dalam menentukan daya saing UMKM binaan PT. PHR Kecamatan Mandau.

2. Untuk menentukan strategi yang tepat agar dapat memaksimalkan faktor kekuatan yang dimiliki dan meminimalisir faktor kelemahan yang dimiliki oleh UMKM binaan PT. PHR Kecamatan Mandau.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*). Analisis SWOT ini membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dilakukan dengan cara:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal
2. Penyusunan tabel *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) dan tabel *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS).

Pengumpulan data dilakukan dengan survey, observasional, dan *deph interview* kepada pelaku usaha UMKM binaan Pertamina Hulu Rokan Kecamatan Mandau.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Faktor-faktor Internal UMKM Binaan PT. PHR**

Berikut ini adalah kekuatan dan kelemahan yang penulis sudah rangkum melalui hasil data wawancara.

1. Kekuatan (*Strenght*)
  - a. Sumber bahan baku mudah di dapat
  - b. Produk yang ditawarkan beda dari produk yang lain
  - c. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau
  - d. Kemasan produk bagus
  - e. Promosi menggunakan online
  - f. Support dari pemerintah daerah
  - g. Adanya *reseller*
  - h. Kualitas produk yang bagus
  - i. Biaya promosi yang minimal
  - j. Memanfaatkan rumah sebagai tempat pemasaran

2. Kelemahan (*Weakness*)
  - a. Produk tidak tahan lama
  - b. Teknologi masih semi manual
  - c. Pengolaan keuangan masih bercampur dengan keuangan pribadi
  - d. Belum memiliki kemampuan online marketing
  - e. Kemasan yang kurang bagus
  - f. Sistem promosi yang dilakukan belum optimal

### **Faktor-faktor eksternal UMKM Binaan PT. PHR**

Berikut ini adalah peluang dan ancaman yang penulis sudah rangkum melalui hasil data wawancara.

1. Peluang (*Opportunity*)
  - a. Pertumbuhan produk meningkat
  - b. Pemerintah setempat melakukan program bantuan
  - c. Adanya bantuan Teknologi dari PT. PHR
  - d. Adanya dukungan dari akademisi untuk pembinaan
  - e. Belum adanya pesaing
2. Ancaman (*Treath*)
  - a. Kondisi ekonomi yang tidak stabil
  - b. Kenaikan harga BBM
  - c. Persaingan antar UMKM khususnya produk sejenis

### **Matriks SWOT UMKM Binaan PT. PHR**

Matrik SWOT merupakan matrik yang disusun menggunakan variable-variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diidentifikasi dalam faktor-faktor strategi internal faktor strategi eksternal. Matrik SWOT ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Analisis dengan menggunakan model matrik SWOT ini menggunakan data yang diperoleh dari tabel faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal UMKM binaan PT. PHR.

Tabel 1  
Matriks SWOT

	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumber bahan baku mudah di dapat</li> <li>2. Produk yang ditawarkan beda dari produk yang lain</li> <li>3. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau</li> <li>4. Kemasan produk bagus</li> <li>5. Promosi menggunakan online</li> <li>6. Support dari pemerintah daerah</li> <li>7. Adanya <i>reseller</i></li> <li>8. Kualitas produk yang bagus</li> <li>9. Biaya promosi yang minimal</li> <li>10. Memanfaatkan rumah sebagai tempat pemasaran</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk tidak tahan lama</li> <li>2. Teknologi masih semi manual</li> <li>3. Pengolaan keuangan masih bercampur dengan keuangan pribadi</li> <li>4. Belum memiliki kemampuan online marketing</li> <li>5. Kemasan yang kurang bagus</li> <li>6. Sistem promosi yang dilakukan belum optimal</li> </ol>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO :	Strategi WO:
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan produk meningkat</li> <li>2. Pemerintah setempat melakukan program bantuan</li> <li>3. Adanya bantuan Teknologi dari PT. PHR</li> <li>4. Adanya dukungan dari akademisi untuk pembinaan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan diverifikasi produk dari segi rasa dan kemasan</li> <li>2. Meningkatkan kapasitas produk</li> <li>3. Memperluas jaringan pemasaran</li> <li>4. Memanfaatkan program pelatihan dan bantuan PT. PHR dan pemerintah untuk meningkatkan kompetensi UMKM</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kegiatan promosi</li> <li>2. Memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan hasil kinerja UMKM</li> </ol>
Treath (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi ekonomi yang tidak stabil</li> <li>2. Kenaikan harga BBM</li> <li>3. Persaingan antar UMKM khususnya produk sejenis</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoptimalkan bahan baku</li> <li>2. Meminimalkan biaya produksi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas produksi</li> <li>2. Melakukan pencatatan keuangan usaha dengan baik</li> </ol>

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan analisis tersebut menunjukkan bahwa kinerja UMKM dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

### 1. Strategi SO (Mendukung Sebagai *Growth*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh oleh UMKM PT. PHR, yaitu:

- a. Melakukan diverifikasi produk dari segi rasa dan kemasan
- b. Memperluas jaringan pemasaran

## 2. Strategi WO (Mendukung Strategi *Turn-Around*)

Strategi ini untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang mungkin dapat dilakukan oleh UMKM PT. PHR, yaitu :

- a. Meningkatkan kegiatan promosi
- b. Memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan hasil kerja UMKM

## 3. Strategi ST (Mendukung Strategi *Diversifikasi*)

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST di tempuh oleh UMKM PT. PHR, yaitu :

- a. Mengoptimalkan bahan baku
- b. Meminimalkan biaya produksi

## 4. Strategi WT (Mendukung Strategi *Defensif*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT di tempuh oleh UMKM PT. PHR, yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas produksi
- b. Melakukan pencatatan keuangan usaha dengan baik

Dari empat kemungkinan alternatif strategi yang diperoleh diatas, strategi yang paling tepat digunakan oleh UMKM PT. PHR sehingga dapat menjadi pilihan utama konsumen dalam meningkatkan daya saing adalah memperluas jaringan pemasaran dan melakukan pencatatan keuangan usaha dengan baik.

Berdasarkan hasil analisis SWOT UMKM binaan PT. PHR memiliki kekuatan yang dapat dipakai pada strategi tertentu serta memanfaatkan peluang yang tepat serta secara bersamaan sehingga dapat meminimalisir atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada. Posisi ini sangat menguntungkan UMKM binaan PT. PHR dengan mengupayakan memperluas jaringan pemasaran dan melakukan pencatatan keuangan usaha dengan baik sehingga UMKM PT. PHR dapat mengendalikan para pesaing yang ada.

## SIMPULAN

Strategi yang paling tepat digunakan oleh UMKM PT. PHR sehingga dapat menjadi pilihan utama konsumen dalam meningkatkan daya saing adalah memperluas jaringan pemasaran dan melakukan pencatatan keuangan usaha dengan baik. Bagi UMKM diharapkan untuk lebih meningkatkan strategi pemasarannya dengan menambah bidang pemasarannya di media sosial baik itu melalui whatsapp, facebook, Instagram maupun market place seperti shoppe, Lazada. UMKM sebaiknya melakukan pencatatan keuangan dengan baik agar bisa mengetahui dan mengontrol tingkat keuntungan bisnis, perkembangan bisnis, dan membantu UMKM dalam melakukan perencanaan bisnis kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, Siti Nur. (2022). Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Ekonomi. Diperoleh dari: <https://katadata.co.id/safrezi/berita/62130e3d98f90/pandemi-covid-19-dan-dampaknya-terhadap-ekonomi>. Diakses pada tanggal 11 Mei 2022.
- Ariudin, Opan, dkk. (2020). Manajemen Strategik Teori dan Implementasi. CV Pena Persada: Jawa Tengah.
- BPS Kabupaten Rembang. (2017). Indikator Sosial Ekonomi Kabupaten Rembang.
- Gunawan, Arif. (2021). Program CSR Pertamina Hulu Rokan Jangkau Lebih Dari 3.000 Warga", Diperoleh dari: <https://sumatra.bisnis.com/read/20211121/534/1468580/program-csr-pertamina-hulu-rokan-jangkau-lebih-dari-3000-warga>. Diakses pada tanggal 11 Mei 2022.
- Istiqomah, dkk. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). Jurnal Bisnis, Vo. 5, No. 2, Desember 2017.
- Malano, Herman. (2011). Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Novianto. Efri. (2019). Manajemen Strategis. Deepublish: Yogyakarta
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2017.
- Rangkuti. Fredi. (2016). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Ristante, T; Muliawati, E. C; Aries, R; dan Hidayat, S. (2017). Strategi Peningkatan Omset UKM Percetakan dengan Peningkatan Analisis SWOT. SESINDO 9, 2017.

- Robbani, Alfian dan Wasiso, Afrig. (2019). *Scale Up Kitab 1*. Santara Publishing. Yogyakarta.
- Sari Dian Anita, dkk. (2018). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pengolahan Ikan melalui Analisis SWOT. *Journal of Management & Business*, Vol.1 No. 2 Tahun 2018.
- Siswanto, B. (2018). *Pengantar Manajemen*. PT Bumi Aksara: Jakarta.
- Solihin, Ismail. (2012). *Manajemen Strategik*. Erlangga: Jakarta.
- Sulastri. (2016). *Manajemen Usaha Kecil Menengah*. Cetakan 1. LGM (*LaGood's Publishing*): Bandung.
- Suprihanto, John. (2014). *Manajemen*. Gajah Mada University Press: Yogyakarta.
- Sutisna, Paulus. (2020). Krisis Ekonomi Akibat Pandemi: Apa yang Membuat Indonesia Mampu Bertahan? Diperoleh dari: [https://www.dbs.com/newsroom/Krisis\\_ekonomi\\_akibat\\_pandemi\\_Apa\\_yang\\_membuat\\_Indonesia\\_mampu\\_bertahan](https://www.dbs.com/newsroom/Krisis_ekonomi_akibat_pandemi_Apa_yang_membuat_Indonesia_mampu_bertahan). Diakses pada tanggal 11 Mei 2022
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Koperasi dan UMKM.