



# UNIVERSITAS WIRARAJA

## LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kampus : Jl. Raya Sumenep Pamekasan KM. 5 Patean, Sumenep, Madura 69451 Telp : (0328) 664272/673088  
e-mail : lppm@wiraraja.ac.id Website : lppm.wiraraja.ac.id

### SURAT PERNYATAAN

Nomor : 252/SP.HCP/LPPM/UNIJA/IX/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Anik Anekawati, M.Si  
Jabatan : Kepala LPPM  
Instansi : Universitas Wiraraja

Menyatakan bahwa :

- Nama : Moh. Kurdi, S.P., M.M., C.HRA  
Jabatan : Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- Nama : Imam Darul Firmansyah, S.E., M.Ak.  
Jabatan : Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Telah melakukan cek plagiarisme ke LPPM menggunakan *software turnitin.com* untuk artikel dengan judul "**STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DI KABUPATEN SUMENEP MELALUI E-COMMERCE**" dan mendapatkan hasil similarity sebesar 8%

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk digunakan dengan sebaik-baiknya.

Sumenep, 12 September 2022  
Kepala LPPM,

Dr. Anik Anekawati, M.Si.  
NIDN. 0714077402

# STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DI KABUPATEN SUMENEP MELALUI E- COMMERCE

*by Moh. Kurdi*

---

**Submission date:** 08-Sep-2022 09:38AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1894820258

**File name:** 0730078602-2642-Artikel-Plagiasi-05-09-2022.docx (32.38K)

**Word count:** 1867

**Character count:** 12739

# STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DI KABUPATEN SUMENEP MELALUI E-COMMERCE

Moh. Kurdi<sup>1</sup>, Imam Darul Firmansyah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

<sup>2</sup>Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Wiraraja

Email authors: [kurdi.em@gmail.com](mailto:kurdi.em@gmail.com), [imamdarul@wiraraja.ac.id](mailto:imamdarul@wiraraja.ac.id)

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi ini terus mengalami perkembangan yang sangat luar biasa. Istilah teknologi informasi (*Information Technology*) atau yang biasa disebut dengan IT, merupakan istilah yang umum dalam menggambarkan semua teknologi yang memudahkan manusia dalam menciptakan, merubah, menyimpan, mengkomunikasikan atau bahkan menyebarkan informasi kepada orang lain. Walaupun perkembangan teknologi informasi semakin maju, namun sebagian besar UMKM yang ada belum memanfaatkan dengan optimal aplikasi e-commerce. Tujuan khusus untuk merumuskan strategi-strategi yang perlu digunakan. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perlunya strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM yang ada di Kabupaten Sumenep. Strategi yang harus digunakan dalam peningkatan daya saing adalah membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan untuk menghindari penipuan dan kecurangan serta meningkatkan inovasi produk untuk menghindari palgiator dengan memperhatikan efisiensi biaya dalam meningkatkan penghasilan.

**Kata Kunci:** Strategi; Daya Saing; UMKM; E-Commerce.

## 1. PENDAHULUAN

Keberadaan teknologi informasi pada saat sekarang ini, mempunyai peranan yang sangat penting dalam bagi kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi ini terus mengalami perkembangan yang sangat luar biasa. Istilah teknologi informasi (*Information Technology*) atau yang biasa disebut dengan IT, merupakan istilah yang umum dalam menggambarkan semua teknologi yang memudahkan manusia dalam menciptakan, merubah, menyimpan, mengkomunikasikan atau bahkan menyebarkan informasi kepada orang lain. Menurut Andriyanto (2019) "Teknologi informasi melakukan komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara dan video". Pada saat ini dalam setiap melakukan kegiatan sehari-hari selalu didukung oleh teknologi informasi, dari memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti mencari makanan, pakaian, pulsa, informasi untuk belanja, bahkan dijadikan alat untuk menjalankan usaha atau bisnis. Hal ini tidak hanya dilakukan oleh pengusaha kecil saja melainkan juga perusahaan yang sudah besar. Penggunaan informasi teknologi sudah hampir semua perusahaan besar sudah menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat pendukung seluruh aktifitas bisnis yang di kelola baik yang berbentuk offline maupun online.

Selaras dengan perkembangan teknologi informasi yang ada, tingkat persaingan bisnis semakin menarik. Hal ini tidak hanya pada pasar offline tetapi juga pasar online. Sehingga persaingan yang tercipta diantara pelaku bisnis sangatlah kompetitif. Dengan demikian semua pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif, inovatif, dan selalu memberikan yang terbaik dari produk yang di jual untuk dapat bersaing. Tidak sebatas produk yang harus diperhatikan, tetapi juga harus memikirkan strategi-strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Karena saat sekarang ini, perusahaan besar sudah banyak yang menggunakan internet atau yang biasa disebut dengan e-commerce.

Untuk dapat berperan dalam pengembangan ekonomi maka UMKM perlu adanya strategi-strategi dalam mengembangkan dan meningkatkan daya saing UMKM, salah satunya dengan penggunaan e-commerce. Walaupun perkembangan teknologi informasi semakin maju, namun sebagian besar UMKM yang ada belum memanfaatkan dengan optimal aplikasi e-commerce. Penyebab belum optimalnya penggunaan e-commerce pada UMKM di Kabupaten Sumenep tidak hanya faktor SDM saja melainkan banyak faktor diantaranya belum meratanya jaringan internet yang ada, logistik, dan bentuk pembayaran.

Dengan persaingan bisnis yang semakin kuat dan minimnya penggunaan e-commerce dalam pengembangan UMKM, maka perlu adanya kajian yang lebih mendalam mengenai strategi- strategi yang harus digunakan dan peningkatan daya saing UMKM merupakan yang sangat penting untuk

dilakukan. Karena dengan kurangnya pemanfaatan e-commerce akan berdampak terhadap keberlangsung UMKM dan melemahnya tingkat daya saing dan ketertinggalan terhadap perusahaan yang besar yang sudah menggunakan e-commerce. Karena e-commerce merupakan pemasaran yang efektif dan sangat efisien dilakukan untuk saat ini.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan untuk memberikan gambaran yang secara detail mengenai suatu gejala atau fenomena dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana peningkatan daya saing UMKM melalui e-commerce.

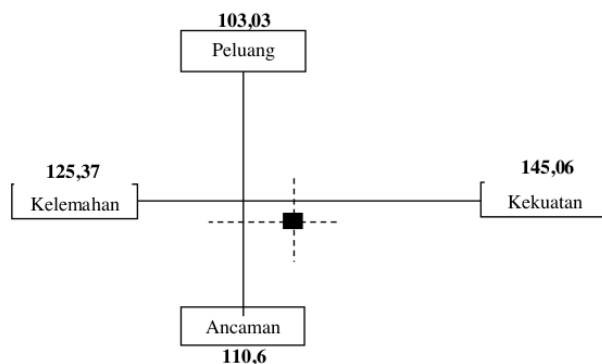
Proses pengumpulan data dilakukan terhadap data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan teknik kusioner, yaitu berupa daftar pertanyaan/ Pernyataan yang dibagikan kepada responden untuk diisi sesuai keadaan dan persepsi responden dengan responden sebanyak 60 UMKM.

Metode analisis data digunakan untuk mengolah data yang diperoleh setelah pengadaaan penelitian, sehingga akan didapat suatu kesimpulan tentang keadaan yang sebenarnya dari obyek yang penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan analisis SWOT.

## 3. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Secara umum keadaan pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Sumenep akan berkembang dan bersaing jika menggunakan e-commerce. Untuk memaksimalkan penggunaan e-commerce maka perlu menggunakan strategi yang tepat.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti, faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh UMKM di Kabupaten Sumenep dapat dikombinasikan kedalam matriks posisi SWOT. UMKM di Kabupaten Sumenep dapat mengetahui posisi usaha pada saat ini melalui matriks posisi SWOT.



Gambar 1. Matriks Posisi SWOT

Perhitungan skor total dari analisis lingkungan internal (ALI) yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan dengan skor total sebesar 270,4 sedangkan pada skor total dari analisis lingkungan eksternal (ALE) yang terdiri atas peluang dan ancaman dengan skor total sebesar 213,63. Dari skor yang diperoleh, kemudian dimasukkan pada diagram matriks posisi SWOT, sehingga bisa diketahui gambaran posisi pelaku UMKM di Kabupaten Sumenep saat ini.

Berdasarkan gambar matriks posisi SWOT diatas dapat diketahui bahwa posisi pelaku UMKM di Kabupaten Sumenep berada pada kuadran III, yang artinya kekuatan yang dimiliki harus bisa meminimalisir ancaman yang dimiliki oleh pelaku usaha UMKM di Kabupaten Sumenep. Untuk itu strategi yang perlu diterapkan oleh UMKM dalam kondisi tersebut yaitu mendukung kebijakan peningkatan daya saing UMKM.

Selain itu, faktor-faktor lain dalam peningkatan daya saing UMKM harus juga diperhatikan, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Karena dalam peningkatan daya saing UMKM tidak akan pernah bisa dilepaskan dari beberapa faktor yang sudah ada. Faktor-faktor tersebut juga selain dapat menjadi bahan untuk kajian bagi pelaku UMKM juga dapat menjadi acuan untuk keberlanjutan UMKM.

Berdasarkan gambar 1. diagram matrik SWOT diatas, maka dapat dirumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan situasi lingkungan internal dan eksternal pelaku usaha UMKM sebagai berikut:

**Tabel 1.** Diagram Matriks SWOT

<p style="text-align: center;"><b>ALI</b></p> <p style="text-align: center;"><b>ALE</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Strengths (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jangkauan pasar yang sangat luas</li> <li>Tidak terbatas oleh ruang dan waktu</li> <li>Lebih dekat dengan pelanggan</li> <li>Efisiensi biaya</li> <li>Kemudahan dalam bertransaksi</li> <li>Meningkatkan penghasilan</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Weaknesses (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Persaingan ketat</li> <li>Keterbatasan sarana IT</li> <li>Kepercayaan penjual dan pembeli</li> <li>Biaya pengiriman yang mahal</li> <li>Memiliki kekuatan di pasar tradisional</li> <li>Keraguan konsumen dalam kualitas barang</li> </ol>
	<p style="text-align: center;"><b>Opportunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Kemudahan dalam promosi dan pemasaran</li> <li>Kemudahan bertransaksi</li> <li>Tidak terbatas ruang dan waktu</li> <li>Menciptakan pasar yang baru</li> <li>Daya konsumsi masyarakat yang tinggi</li> <li>Mengikuti perkembangan zaman</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memanfaatkan pasar yang sangat luas dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu dengan efisiensi biaya untuk melakukan promosi dan pemasaran guna menciptakan pasar yang baru.</li> <li>Memperhatikan keinginan pelanggan untuk terus mengikuti perkembangan zaman dengan kemudahan transaksi demi meningkatkan penghasilan.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Threats (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pesaing yang sangat banyak</li> <li>Munculnya Plagiat</li> <li>Tidak adanya privasi</li> <li>Rawan Penipuan dan Kecurangan</li> <li>Ancaman keamanan</li> <li>Inovasi produk yang harus selalu dilakukan yang tidak stabil</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan untuk menghindari penipuan dan kecurangan.</li> <li>Meningkatkan inovasi produk untuk menghindari plagiat dengan memperhatikan efisiensi biaya dalam meningkatkan penghasilan</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan inovasi produk untuk menghindari pesaing dan plagiat untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen dan mengurangi penipuan dan kecurangan.</li> <li>Melakukan pembenahan IT dalam melindungi ancaman keamanan untuk menghindari persaingan yang sangat ketat dan banyak.</li> </ol>

Berdasarkan gambar dan tabel dan gambar diatas bahwa dalam menjalankan UMKM perlu mengetahui strategi yang tepat agar UMKM mendapatkan keuntungan dan mampu berkembang dengan baik. Sehingga dalam penelitian ini dapat dirumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kabupaten Sumenep sesuai dengan posisi strategi.

Rumusans trategi dibuat dengan meningkatka kekuatan dan mengurangi kelemahan yang dimiliki, serta menangkap peluang untuk menghadapi ancaman. Dari beberapa alternat ef strategi yang ada, maka pelaku UMKM di Kabupaten Sumenep harus menggunakan strategi yang tepat. Penggunaan strategi ini untuk mendukung peningkatan daya saing UMKM melalui penguanaa e-commerce. Formulasi strategi yang harus digunakan adalah membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan untuk menghindari penipuan dan kecurangan serta meningkatkan inovasi produk untuk menghindari palgiator dengan memperhatikan efisiensi biaya dalam meningkatkan penghasilan.

Dari strategi tersebut dapat diartikan bahwa pelaku UMKM lebih membangun kedekatan dengan konsumen dengan cara berperan aktif melakukan komunikasi dengan pelanggan untuk membangun kepercayaan dengan konsumen sehingga hal ini dapat menghindari dan mengurangi adanya penipuan dan kecurangan. Karena dengan demikian konsumen akan lebih percaya terhadap pelaku UMKM. Selain itu, pelaku UMKM di Kabupaten Sumenep pelaku UMKM harus selalu melakukan pengembangan dan inovasi produk yang sudah ada untuk dapat bersaing dengan produk yang terus berkembang, sehingga konsumen akan merasakan kepuasan dan selalu merasa diperhatikan oleh pelaku UMKM. Tetapi yang perlu diperhatikan oleh pelaku UKMK adalah harus menghindari plagiat terhadap produk lain.

Dengan penggunaan e-commerce akan mengurangi penggunaan biaya yang lebih efisien dan dapat meningkatkan penghasilan. Dengan demikian pemanfaatan e-commerce pada pelaku UMKM akan lebih bermanfaat dan berguna dengan menerapkan formulasi strategi yang tepat dan benar.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dan hasil analisis SWOT yang dilakukan menunjukkan bahwa posisi pelaku UMKM Kabupaten Sumenep berada pada kuadran III yaitu *Defensive Strategy*, dimana pelaku usaha harus bisa memanfaatkan kekuatan untuk meminimalisir ancaman. Maka Strategi yang bisa diterapkan untuk peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Sumenep adalah membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan untuk menghindari penipuan dan kecurangan serta meningkatkan inovasi produk untuk menghindari palgiator dengan memperhatikan efisiensi biaya dalam meningkatkan penghasilan.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Andriyanto, I. (2019). Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v6i2.4709>
2. Pratama, F. C. (2019). CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SEBAGAI STRATEGI MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN PENGGILINGAN PADI. *Ekonomi Bisnis*. <https://doi.org/10.17977/um042v24i2p80-87>
3. KBBI. (2019). KBBI - Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
4. Ariani, A., & Utomo, M. N. (2017). KAJIAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA TARAKAN. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.33830/jom.v13i2.55.2017>
5. Pujiono, A., Setyawati, R., & Idris, I. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM HALAL DI JAWA TENGAH DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL. *Indonesia Journal of Halal*. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3109>
6. Rakanita, A. M. (2019). PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA KARANGSARI KECAMATAN KARANGTENGAH KABUPATEN DEMAK. *JURNAL EKBIS*. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i2.237>
7. Meliala, A. S., Matondang, N., & Sari, R. M. (2016). Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*. <https://doi.org/10.25077/josi.v13.n2.p641-664.2014>
8. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. (2008). Tentang: Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah. *Sekretariat Negara. Jakarta*.
9. Anggaranie, G. (2017). Perkembangan E-Commerce Beserta Klasifikasinya. Retrieved from [www.SupplyChainIndonesia.com](http://www.SupplyChainIndonesia.com)
10. Irawati, D. A., David, F., Ekojono, E., & Pramitarini, Y. (2018). Desain Model Sistem Marketplace Untuk Koperasi Di Indonesia. *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*.
11. Soia, A., Konnikova, O., & Konnikov, E. (2019). The internet of things. In *Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020*. <https://doi.org/10.4018/ijhiot.2018010101>
12. Supriyanto, A. S., Ekowati, V. M., & Masyhuri, M. (2019). The Relationship among Spiritual Intelligence, Emotional Intelligence, Organizational Citizenship Behaviour, and Employee Performance. *ETIKONOMI*. <https://doi.org/10.15408/etk.v18i2.11318>
13. Fatmawati, & Kurdi, M. (2018). Analysis and Business Development Strategy Agroindustry Herbal. *Journal Of Agricultural Science And Agriculture Engineering*, 2(1), 45–56. Retrieved from <http://agriscience.scientific-work.org/index.php/agriscience/article/view/27/23>
14. Alyas, -. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DALAM PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora*. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v19i2.12249>

# STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DI KABUPATEN SUMENEP MELALUI E-COMMERCE

## ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[journal.pnm.ac.id](http://journal.pnm.ac.id)

Internet Source

3%

2

[media.neliti.com](http://media.neliti.com)

Internet Source

1%

3

[123dok.com](http://123dok.com)

Internet Source

1%

4

Irwan Muliawan, Achmad Fahrudin, Akhmad Fauzi, Mennofatria Boer. "ANALISIS STAKEHOLDERS PADA PERIKANAN TANGKAP KERAPU, PRELIMINARY STUDY MENUJU IMPLEMENTASI ECOSYSTEM APPROACH FOR FISHERIES MANAGEMENT DI KEPULAUAN SPERMONDE KOTA MAKASSAR", Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, 2016

Publication

1%

5

[jst.publikasiindonesia.id](http://jst.publikasiindonesia.id)

Internet Source

1%

6

Fatmawati Fatmawati, Bambang Hermanto, Moh. Kurdi. "KELAYAKAN FINANSIAL

1%

AGROINDUSTRI TERASI DI DESA AMBUNTEN  
TIMUR KECAMATAN AMBUNTEN KABUPATEN  
SUMENEP", JAS (Jurnal Agri Sains), 2020

Publication

7

pasca.unram.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 10 words

Exclude bibliography On