

Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Kearifan Lokal Dalam Mendukung Perekonomian Daerah Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kabupaten Sambas)

Maria Christiana Iman Kalis
Universitas Tanjungpura
Email: mariakalis@ekonomi.untan.ac.id

M. Irfani Hendri
Universitas Tanjungpura
Email: Muhammad.irfani@ekonomi.untan.ac.id

Heni Safitri*
Universitas Tanjungpura
Email: B3081221002@student.untan.ac.id
*Correspondence Author

Abstract

Research and development of small and medium enterprises based on local wisdom in supporting the regional economy after the COVID-19 pandemic (a case study of the Sambas district) aims to determine the appropriate strategy to be implemented to empower local SMEs in the Sambas area, which is divided into three fields, namely weaving, rattan, and pandanus. The number of samples for each field is 27 for weaving, 32 for rattan, and 4 for pandanus. Meanwhile, the analysis used in this research is through the analysis of Force Field Analysis (FFA) and Strength, Weakness, Opportunity, and Threat (SWOT). Based on the FFA analysis, it was found that the main driving factors were the selling price of the product, the price of raw materials, and advances in information technology, while the critical inhibiting factors were online marketing, total turnover, and business management. Based on the SWOT analysis through the EFAS and IFAS matrices, there are similarities in strategy taking: product innovation and differentiation, product sales via online or e-commerce, product quality and product quality improvement, and social campaigns to promote traditional values to encourage sales.

Keywords: SMEs Based on Local Wisdom, Weaving, Pandan, Rattan, Development

Abstrak

Pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal dalam mendukung perekonomian daerah pasca pandemi covid-19 (studi kasus kabupaten sambas) bertujuan untuk mengetahui strategi yang sesuai untuk diimplementasikan demi memberdayakan UKM lokal daerah sambas yang dibagi menjadi tiga bidang yaitu tenun, rotan, dan pandan. Jumlah sampel untuk masing-masing bidang adalah 27 untuk bidang tenun, 32 untuk bidang rotan, dan 4 untuk bidang pandan. Adapun, analisis dimana dipergunakan pada penelitian ini ialah melalui analisis *Force Field Analysis* (FFA) dan *Strength, Weakness, Opportunity, and Threat* (SWOT). Berdasarkan analisis FFA ditemukan faktor kunci pendorong utama yaitu harga jual produk, harga bahan baku, dan kemajuan teknologi informasi, sedangkan faktor kunci penghambat utama yaitu pemasaran online, jumlah omzet, dan pengelolaan usaha. Berdasarkan analisis SWOT melalui matriks EFAS dan IFAS ditemukan kesamaan dalam pengambilan strategi yaitu adanya inovasi dan diferensiasi produk, penjualan produk melalui *online* atau *e-commerce*, peningkatan mutu dan kualitas produk, serta *social campaign* untuk mengedepankan nilai tradisionalitas untuk mendorong penjualan.

Kata kunci: UMKM Berbasis Kearifan Lokal, Tenun, Pandan, Rotan, Pengembangan

1. Pendahuluan

Dalam laporan survey Sikompak Bappenas (2020) mengenai dampak Covid-19 terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di tahun 2020 menunjukan terdapat dua permasalahan utama dimana

dihadapi UMKM yakni permasalahan keuangan serta non-keuangan. Permasalahan keuangan yang terjadi seperti pembayaran utang, gaji pekerja dan pengeluaran yang tetap, sementara masalah non-keuangan seperti menurunnya permintaan, kesulitan dalam hal distribusi dan harga bahan baku meningkat. Dalam survey yang dilakukan Thaha (2020), hampir 50% UMKM di Indonesia mengindikasikan akan gulung tikar. Perlu digarisbawahi bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto (PDB), menawarkan sebagian besar lapangan kerja dan penyerapan tenaga kerja, dan lebih tahan terhadap krisis keuangan yang kemungkinan akan terjadi di suatu bangsa. Fondasi terpenting perekonomian Indonesia yang terlihat di tengah krisis seperti krisis keuangan tahun 1998 adalah UMKM. Menurut informasi Kementerian Koperasi dan UKM tahun anggaran 2018–2019, saat ini terdapat 64,2 juta UMKM dengan kontribusi 61,07% terhadap PDB atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Potensi UMKM untuk menyerap 97% dari seluruh tenaga kerja saat ini dan mendatangkan hingga 60,4% dari total investasi hanyalah dua contoh kontribusi mereka terhadap perekonomian Indonesia.

Sementara itu berdasarkan laporan rekapitulasi pelaku UMKM di Kalimantan Barat tahun 2019-2023 menunjukkan total UMKM terbesar terdapat pada tahun 2023 yaitu sebesar 225.666. atau meningkat sebesar 424,5% dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Provinsi Kalimantan Barat mengalami peningkatan yang sangat signifikan dan ini akan memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian daerah. Berikut ini ialah rincian rekapitulasi UMKM di Kalimantan Barat dalam kurun waktu 5 tahun terakhir dari tahun 2019-2023.

Tabel 1. Rekapitulasi Pelaku UMKM di Kalimantan Barat

No	Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Sambas	5.483	16.446	18.248	18.290	22.037
2	Bengkayang	1.433	5.305	7.194	5.935	5.961
3	Landak	1.269	34.150	34.746	34.649	35.149
4	Mempawah	3.053	16.619	18.256	17.363	19.631
5	Sanggau	2.059	2.846	5.826	3.975	4.621
6	Ketapang	2.207	8.304	10.181	9.111	9.561
7	Sintang	1.586	16.630	17.382	17.089	18.382
8	Kapuas Hulu	3.092	7.502	11.203	9.931	10.247
9	Sekadau	3.133	5.557	7.413	6.386	7.053
10	Melawi	2.611	3.820	6.096	4.422	4.569
11	Kayong Utara	2.178	7.197	9.521	7.707	8.157
12	Kubu Raya	8.986	8.882	10.330	10.124	12.537
13	Kota Pontianak	3.062	38.886	42.681	41.878	43.247
14	Kota Singkawang	2.872	9.309	10.175	9.796	24.514
Total		43.024	181.453	209.252	196.656	225.666

Sumber: Satu Data Kalbar (2023)

Salah satu kabupaten di Provinsi Kalimantan Barat yang berbatasan langsung dengan Negara Malaysia adalah Kabupaten Sambas. Kabupaten Sambas memiliki 3 (tiga) sektor unggulan, yaitu sektor pertanian dengan produk unggulan padi dan jeruk. Kabupaten Sambas telah ditetapkan menjadi Pilot Project Kementerian Pertanian untuk melakukan ekspor beras premium. Sementara itu produk jeruk belum memiliki industri pengelolaan skala besar. Sektor perikanan dengan produk unggulan Ikan Laut dan Ubur-Ubur. Salah satu potensi unggulan Kabupaten Sambas lainnya adalah sektor kerajinan. Kabupaten Sambas terkenal dengan kerajinan tenun, rotan, bambu dan pandan. Berdasarkan laporan yang disampaikan oleh Bappeda Sambas (2021) terdapat sebanyak 1322

pengrajin di Kabupaten Sambas yang terdiri dari Komoditas Tenun Lunggi (573 Pengrajin), Rotan/Bambu (674 Pengrajin) dan Pandan (75 Pengrajin).

Kearifan lokal/tradisional dalam bahasa asing sering diartikan sebagai kebijakan setempat (*local wisdom*), pengetahuan setempat (*local knowledge*) atau kecerdasan setempat (*local genius*). Artinya, pengalaman hidup komunitas tertentu dan praktek terus menerus dalam kelompok ini selama beberapa generasi adalah apa yang mengarah pada pengetahuan lokal. Kearifan lokal/tradisional mengacu pada komponen dan aspek warisan atau budaya komunitas tertentu yang dipandang positif dan bijaksana (Sapir et al., 2014).

Sambas, salah satu daerah perbatasan, memang sangat kental dengan budaya dan warisan, yang dapat menjadi nilai jual bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis kearifan lokal untuk menarik pengunjung. area ini. Identifikasi UMKM dengan kearifan lokal perlu dilakukan karena belum ada penelitian yang dilakukan mengenai hal tersebut, khususnya di Kabupaten Sambas. Oleh karena itu perlu terus dilakukan penelitian dan pengembangan usaha kerajinan rakyat setempat. Penelitian ini akan memberikan fokus pada UMKM sektor kerajinan yang mencerminkan budaya dan tradisi daerah setempat. Hal ini dikarenakan UMKM tradisional cenderung menggunakan bahan dari dalam negeri dan tidak tergantung dari luar negeri. Sehingga UMKM mampu bertahan dari guncangan krisis ekonomi. Berlandaskan data sekunder dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sambas setidaknya terdapat lebih dari 1000 Usaha Kecil dan Menengah yang berbasis kearifan lokal yang sebagian besar terdiri dari usaha tenun sambas, anyaman bambu, tikar pandan dan lain-lain.

Penumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis kearifan lokal merupakan salah satu opsi yang dapat diterapkan oleh pemerintah daerah dalam memberdayakan masyarakat menuju keberhasilan ekonomi, sesuai dengan uraian di atas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan kebijakan pengembangan UMKM yang berbasis kearifan lokal di kabupaten Sambas terutama pada saat pandemi Covid 19. Kabupaten Sambas merupakan salah satu daerah yang berbatasan dengan Negara Malaysia. Selain itu, studi ini berupaya untuk menentukan tindakan terbaik untuk menciptakan usaha kecil dan menengah berdasarkan keahlian lokal untuk mempertahankan perekonomian daerah setelah wabah Covid-19 (studi kasus di Kabupaten Sambas).

2. Literature Review

2.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

UMKM memiliki peran yang signifikan dan vital dalam perekonomian suatu bangsa. UMKM memiliki peran krusial baik dalam perekonomian nasional maupun perkembangan ekonomi pedesaan (Hamid & Iqbal, 2017). Pemberdayaan UMKM merupakan hal yang krusial dan vital, terutama dalam rangka peningkatan kerangka perekonomian nasional (Ukkas, 2017). Sugiyanto dkk. (2021) mengklaim bahwa UMKM merupakan sektor yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi. Salah satu pilar utama yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan menyediakan lapangan kerja bagi daerah sekitar adalah UMKM (Supardi et al., 2021). Penting untuk memberikan perhatian yang lebih besar kepada UMKM karena ekspansi mereka diantisipasi untuk berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan karena mereka dapat mendorong ekspor nasional, melestarikan budaya, dan menghasilkan kesempatan kerja yang adil (Goso & Bachri, 2016). Oleh karena itu, salah satu indikasi yang dapat meningkatkan perekonomian lokal, regional, dan nasional adalah UMKM.

Adapun definisi dan kriteria UMKM berdasar pada PP No. 7 Tahun 2021 tentang kemudahan Perlindungan, Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (PP UMKM) Pasal 35 sampai dengan Pasal 36 yaitu :

- a. Usaha Mikro memiliki modal usaha maksimal Rp1.000.000.000 di luar tanah serta bangunan tempat usaha.

- b. Usaha Kecil memiliki modal usaha > Rp1.000.000.000 - Rp5.000.000.000 di luar tanah serta bangunan tempat usaha.
- c. Usaha Menengah memiliki modal usaha > Rp5.000.000.000 - Rp10.000.000.000,00 di luar tanah serta bangunan tempat usaha.

Berdasarkan aturan dari PP No 7 Tahun 2021 menyebutkan bahwa UMKM dapat dibagi berdasarkan jumlah asset dan omset dari usaha mereka. Dimana jumlah asset kurang dari 1 miliar rupiah adalah usaha mikro dan jumlah asset yang berjumlah 1 miliar rupiah sampai 5 miliar rupiah adalah usaha kecil. Dan selanjutnya, bagi usaha mikro yang memiliki omset kurang dari 2 miliar rupiah digolongkan menjadi usaha mikro dan omset yang berjumlah 2 miliar sampai dengan 15 miliar digolongkan menjadi usaha kecil.

Tabel 2. Kriteria Usaha UMKM

Biro Pusat Statistik (BPS)	Usaha Mikro	Memiliki pekerja 1-4 orang
	Usaha Kecil	Memiliki pekerja 5-19 orang
	Usaha Menengah	Memiliki pekerja 20-99 orang
Bank Indonesia (BI)	Usaha Mikro (SK. Dir. BI No.31/24/Kep/DER Tanggal 5 mei 1998)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin atau mendekati miskin 2. Dimiliki oleh keluarga sumber daya lokal dan teknologi sederhana 3. Lapangan usaha mudah untuk exit
	Usaha Menengah (SK Dir. BI No.30/45/Dir/UK tgl 5 Jan 1997)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aset < Rp 5 Milyar 2. Aset < Rp 600 juta diluar tanah dan bangunan. 3. Omset tahunan < 3 Milyar

Sumber : Bank Indonesia. <http://infoukm.wordpress.com> (diolah)

Bank Indonesia (2011) menyatakan bahwa dalam rangka pemberdayaan UMKM di Indonesia menggunakan filosofi lima jari (*Five finger phylosophy*) yakni sebagai berikut :

- a. Jari jempol, mewakili peran lembaga keuangan sebagai intermediasi keuangan, terutama untuk memberikan pembiayaan kepada nasabah mikro, kecil dan menengah serta sebagai Agents of development.
- b. Jari telunjuk, mewakili regulator yakni Pemerintah dan Bank Indonesia sebagai Regulator sektor riil dan fiskal, menerbitkan ijin usaha, sumber pembiayaan, memberikan iklim usaha yang kondusif, dan mensertifikasi tanah sehingga dapat digunakan oleh UMKM sebagai agunan untuk pembiayaan.
- c. Jari tengah, mewakili katalisator sebagai pendukung perbankan dan UMKM, termasuk Promoting Enterprise Access to Credit (PEAC) Units, perusahaan penjamin kredit.
- d. Jari manis, mewakili fasilitator sebagai pendamping UMKM, khususnya usaha mikro, membantu UMKM untuk mendapatkan pembiayaan dari bank, membantu bank dalam monitoring kredit dan konsultasi pengembangan usaha UMKM.
- e. Jari kelingking, mewakili UMKM sebagai pelaku usaha, pembayar pajak dan membuka lapangan kerja

2.2 Kearifan Lokal

Kearifan lokal/tradisional dapat diartikan sebagai adat istiadat, hukum, dan nilai-nilai yang berkembang sebagai konsekuensi dari kearifan kolektif komunitas tertentu atau komunitas lokal dan dipertahankan serta diikuti oleh kelompok-kelompok tersebut. Ide-ide dari kearifan lokal dapat

diimplementasikan dengan berbagai cara, termasuk melalui adat, nilai, tradisi, dan bahkan agama pilihan masyarakat (Tama, 2012).

Dua masyarakat dari dalam dan luar bangsa yang kearifan lokal/tradisionalnya masih kuat dipertahankan adalah budaya Jepang dan peradaban Bali. Kedua lokasi yang sangat beragam ini memiliki kekuatan di sektornya masing-masing yang begitu mencolok, berlawanan dengan mudahnya nilai-nilai lokalnya. Melalui penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tinggi, Jepang telah menjelma menjadi negara industri yang paling maju di Asia dan mungkin seluruh dunia. Bali berkembang karena bisnis pariwisatanya yang terkenal baik lokal maupun internasional (Wijayanto, 2012).

a. Kearifan Tradisional Kain Tenun Sambas

Kain tenun Sambas diproduksi oleh leluhur Kesultanan Sambas sekitar 300 tahun yang lalu. Padahal, tenun Sambas telah diproduksi oleh perempuan di Kesultanan Sambas sejak Sultan Sulaiman mendirikannya pada tahun 1675. Tenun Sambas pernah digunakan sebagai pelengkap pertunjukan upacara adat, salah satunya upacara pernikahan. Pria dan wanita di Sambas masih melakukan praktik menenun hingga saat ini. Kain, perlengkapan, dan tema semuanya memengaruhi berapa biaya tenun Sambas. Per pasang kain dan selendang, biaya tenun standar antara Rp. 1,5 dan Rp. 1,8 juta. Tekstil tenun kapas berharga Rp. 2,5 juta, sedangkan kain sutera bisa mencapai Rp. 3,5 juta.

b. Tikar anyaman pandan ialah tikar tradisional yang dibuat oleh perempuan Melayu di Desa Kuala dan Sungai Nyirih, yaitu di Kecamatan Sejangkung, Kabupaten Sambas. Produk yang dihasilkan pengrajin antara lain tikar pandan, tempat tisu, hingga aksesoris seperti tas dan dompet. Pemasaran yang dilakukanpun bersifat lokal yaitu di Kabupaten Sambas. Harga yang dipatok untuk kerajinan pandan berkisar dari Rp. 25.000,00 – Rp. 100.000,00 bergantung dari jenis produk itu sendiri. Untuk produk seperti tikar anyaman pandan dipatok harga 75.000 – 150.000 per produk bergantung dari ukuran dan keragaman warna yang digunakan.

c. Dalam sehari, *home industry* kerajinan rotan dapat menghasilkan 4 – 5 produk anyaman tergantung dari ukuran besar – kecilnya produk tersebut. Umumnya anyaman rotan yang berukuran sedang seperti tempat parcel dapat dihasilkan sebanyak lima produk dalam sehari. Seluruh produk yang telah dibuat, ditampung di galeri anyaman rotan yang berada di Desa Piantus Kecamatan Sejangkung Kabupaten Sambas. Harga Produk furniture berbasis rotan dipatok seharga Rp. 200.000,00 – Rp. 1.000.000,00 bergantung dari tingkat kesulitan dan ukuran produk yang dijual, Umumnya, khusus untuk furniture kursi rotan di jual dengan harga Rp. 150.000,00 – 200.000,00.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UMKM dimana memiliki kearifan lokal yang terdapat di Kabupaten Sambas Provinsi Kalimantan Barat. Penelitian dilakukan pasca pandemic Covid 19 yaitu pada tahun 2022. Analisis deskriptif merupakan metodologi penelitian yang digunakan. Dalam rangka pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal, penting untuk dapat mengartikulasikan status UMKM yang sebenarnya sesuai dengan kenyataan. Studi ini juga akan memeriksa dan menganalisis metodologi pemecahan masalah secara lebih rinci. pengumpulan data primer meliputi wawancara langsung dengan pelaku UMKM dan survei. pengumpulan data sekunder melalui analisis literatur dan data lain yang diperlukan yang bersumber dari organisasi afiliasi. Metode dimana dipergunakan pada penelitian ini ialah *Participatory Rural Appraisal* (PRA) adalah penilaian UMKM secara partisipatif dengan merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi kajian kondisi UMKM.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini semua UMKM berbasis kearifan lokal di Kabupaten Sambas sebanyak 1322 (usaha kecil) yang terdiri dari; (1) Bidang Tenun sebesar 573 pelaku usaha, (2) Bidang Rotan sebesar 674 pelaku usaha, dan (3) Bidang Pandan sebesar 75 pelaku usaha. Metodologi pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini untuk mencapai tujuannya adalah *stratified random sampling*, yang melibatkan pembagian populasi menjadi strata yang lebih kecil sebelum memilih sampel acak dari masing-masing strata. Dengan teknik sampel tersebut maka sampel yang terpilih yaitu sebanyak 27 responden dari UMKM tenun, 32 responden pada UMKM rotan, dan 4 responden umkm pandan.

3.3 Alat Analisis

a. Analisis Medan Kekuatan (Field Force Analysis)

Analisis Medan Kekuatan (*Force Field Analysis*) ialah proses melihat situasi dan mengubahnya untuk melayani tujuan tertentu. situasi, yang mungkin berbentuk keadaan seseorang, lingkungan, tempat kerja, proyek, dll. Analisis ini adalah metode yang berupaya menemukan dan memeriksa secara grafis faktor dan tekanan yang memengaruhi strategi perubahan di dalam suatu organisasi. Langkah-langkah analisis medan gaya adalah sebagai berikut: (1) Identifikasi faktor pendorong dan penghambat kinerja, (2) Penilaian faktor pendorong serta penghambat kinerja, (3) Faktor kunci keberhasilan serta diagram medan kekuatan, (4) Merumuskan serta menetapkan tujuan, (5) Menentukan alternatif solusi dan aktivitas investasi, (6) Merumuskan model.

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT dipergunakan dalam menentukan strategi dimana digunakan dalam menentukan kebijakan berdasarkan faktor dalam (IFAS) dan faktor luar (EFAS). SWOT adalah singkatan dari kekuatan dan kelemahan lingkungan internal serta peluang dan ancaman lingkungan eksternal, menurut Rangkuti (2014). Analisis SWOT membandingkan elemen internal seperti kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) dengan elemen eksternal seperti peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT adalah proses metodis untuk mengidentifikasi berbagai elemen yang digunakan untuk membuat rencana. Alat penting bagi manajer untuk digunakan saat mengembangkan empat jenis strategi yang berbeda adalah Matriks SWOT. Keempat tipe strategi dimana dimaksud ialah: (1) Strategi *Strength-Opportunities* (SO) / *Agresif*, (2) Strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO) / *Turn-around*, (3) Strategi *Strength-Threats* (ST) / *Diversifikasi*, (4) Strategi *Weaknesses-Threats* (WT) / *Defensif*.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden berlandaskan usia mayoritas berada di usia 51 tahun keatas untuk ketiga basis usaha yaitu tenun (48,1%), rotan (40,6%) dan pandan (50%). Pengusaha dengan basis usaha tenun lebih di dominasi tamatan SMA (40,7%), untuk basis usaha pandan di dominasi tidak sekolah (50%) dan basis usaha rotan lebih di dominasi tamatan SD (46,9%). Karakteristik responden berdasarkan jumlah produksi untuk basis usaha tenun sebanyak 1-2 helai perbulan (68%), untuk basis usaha pandan paling banyak 4 lembar per bulan (100%) dan basis usaha rotan paling banyak dibawah 30 unit per bulan (31,3%). Karakteristik responden berdasarkan jumlah produksi untuk basis usaha tenun sebanyak 1-2 helai perbulan (68%), untuk basis usaha pandan paling banyak 4 lembar per bulan (100%) dan basis usaha rotan paling banyak dibawah 30 unit per bulan (31,3%). Karakteristik responden berdasarkan pemasaran hasil produksi untuk basis usaha tenun lebih banyak ke luar daerah Sambas (51,9%), untuk basis usaha pandan lebih banyak pembeli lokal (50%) dan basis usaha rotan lebih banyak di daerah Sambas/lokal (68,6%). Karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan mayoritas berada di rentang 1- 5 orang untuk ketiga basis usaha yaitu tenun (100%), rotan (100%) dan pandan (100%). Karakteristik responden berdasarkan Total Aset (tidak termasuk tanah dan bangunan usaha) mayoritas berada di bawah 50.000.000,- untuk ketiga basis usaha yaitu tenun (100%), rotan

(100%) dan pandan (100%). Karakteristik responden berdasarkan jumlah omzet tahunan untuk basis usaha tenun berada di rentang 300 juta sampai 2,5 milyar (52%). Basis usaha rotan dan pandan, untuk jumlah omzet usahanya berada di bawah 300 juta per tahun (100%).

4.2 Kondisi UMKM di Kabupaten Sambas

Pentingnya peran UMKM di dalam suatu daerah tidak terlepas dari permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut untuk berkembang terutama pasca pandemic Covid 19. Di kabupaten Sambas sendiri, UMKM yang berbasis kearifan lokal juga mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Adapun secara matrik dapat dipetakan beberapa permasalahan dimana dihadapi oleh pelaku UMKM berbasis kearifan lokal di Kabupaten Sambas berdasarkan hasil survey di lapangan.

Tabel 3. Matriks Tingkat Kesulitan UMKM Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Sambas

No	Jenis Kesulitan	Jenis Industri Kerajinan		
		Tenun	Rotan	Tikar
1.	Permodalan	mudah	sulit	sulit
2.	Penguasaan teknologi informasi	sulit	sulit	sulit
3.	Ketersediaan bahan baku	mudah	sulit	mudah
4.	Keahlian dalam produksi	mudah	sulit	mudah
5.	Pemasaran produk	sulit	sulit	sulit
6.	Persaingan	sulit	mudah	sulit
7.	Peralatan produksi	mudah	sulit	mudah

Sumber : Data Olahan (2023)

Berlandaskan hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa orang pelaku UMKM dapat diketahui bahwasanya sebagian besar para pelaku usaha yang ada menghadapi permasalahan yang hampir sama seperti penguasaan teknologi informasi, keterbatasan modal yang dimiliki, ketersediaan bahan baku, kemampuan pemasaran produk, tingkat persaingan yang dirasa semakin ketat, keterbatasan atas informasi ketersediaan pasar, dan peralatan produksi yang dimiliki yang kurang memadai. Adapun permasalahan-permasalahan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Permodalan

Sebagian besar pelaku UMKM berbasis kearifan lokal mengalami permasalahan permodalan karena para pelaku UMKM tidak dapat membuat laporan keuangan dimana sesuai dengan standar. Hal inilah yang membuat pelaku UMKM kesulitan mendapatkan pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya. Padahal para pelaku UMKM cenderung butuh modal tambahan untuk mengembangkan usahanya.

b. Teknologi Informasi

Keterbatasan penguasaan teknologi informasi ini tentunya akan berdampak kepada kemampuan pemasaran secara *online*. Dalam menghadapi masyarakat digital kemampuan dalam penguasaan atau melek dengan literasi baru dengan penguasaan teknologi informasi dapat memberikan kemudahan dalam pemasaran serta jangkauan pasar menjadi lebih luas dan kepraktisan bagi pihak konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukan peningkatan *market share* dengan menggunakan pendekatan *market palce*, baik dalam negeri maupun luar negeri.

c. Ketersediaan Bahan Baku

Untuk industri kerajinan yang dalam produksi produknya menggunakan bahan baku lokal yang tersedia di Kabupaten Sambas maka permasalahan bahan baku tidak menjadi kesulitan yang

mereka rasakan, sedangkan untuk kerajinan rotan dan pandan yang mengandalkan bahan baku dari luar memang ketersediaan bahan baku menjadi salah satu faktor kesulitan yang mereka hadapi.

d. Keahlian Dalam Produksi

Proses produksi UMKM sangat bergantung kepada para pengrajin yang memiliki keahlian dan keterampilan. Pada umumnya keterampilan untuk pengrajin yang dimiliki oleh masing-masing UMKM sangat terbatas. Para pengrajin yang memiliki keterampilan ini sangat minim dikarenakan para penerus tersebut banyak yang memilih untuk bekerja sebagai pegawai baik negeri ataupun swasta. Selain kemampuan sumber daya manusia pekerjanya, keahlian dalam produksi juga menyangkut design produk. Design produk cenderung selalu berubah, sehingga pelaku usaha juga dituntut untuk terus melakukan update dan perbaikan kreatifitas design produknya agar lebih menarik. Ketersediaan sarana informasi berupa internet tentunya akan sangat membantu perusahaan untuk menciptakan design produk yang lebih kreatif dan inovatif.

e. Pemasaran Produk

Teknik promosi penjualan mayoritas dilakukan melalui kumpul pedagang perantara, dan tidak ada merek pada kemasan produk. Pameran belum banyak diminati karena biaya pameran yang relatif mahal bagi usaha kecil, kecuali bagi pelaku usaha yang dibantu oleh pemerintah daerah.

f. Persaingan

Persaingan tentunya tidak hanya terjadi dengan pihak luar, namun sesama pelaku usaha juga terjadi persaingan terutama yang menghasilkan produk yang sejenis, hal ini dapat difahami mengingat jumlah penduduk di Kabupaten Sambas yang tidak terlalu banyak sehingga pasar lokalnya juga terbatas, karena itu perlunya dibuka akses pasar khususnya pasar di luar daerah Kabupaten Sambas, baik nasional maupun internasional.

g. Peralatan Produksi

Rata-rata pelaku UMKM berbasis tradisional mengalami permasalahan dengan peralatan produksi yang mereka miliki. Alat produksi relatif tradisional sesuai dengan karakteristik usaha yang mereka miliki jika pun ada namun memiliki kapasitas produksi yang rendah dan bahkan ada beberapa industri kerajinan yang tidak memiliki mesin produksi penunjang dan hanya mengandalkan tenaga manual. Hal ini tentunya akan berdampak kepada output produksi yang dihasilkan, dan tidak efisiennya kegiatan produksi yang dilakukan karena tidak didukung dengan ketersediaan teknologi produksi yang memadai.

4.3 Hasil Analisis FFA

1. Hasil FFA Tenun

Menurut hasil olah data nilai FFA UKM Bidang Tenun, diambil 5 (lima) faktor kunci paling kuat berdasarkan dari 34 pertanyaan yang dipaparkan:

Tabel 4: Faktor Kunci FFA Tenun

No	Pendorong	Bobot Faktor (%)	Penghambat	Bobot Faktor (%)
1.	Harga Jual Produk	4,29	Pemasaran Online	4,44
2.	Jumlah Omset yang Diperoleh	4,13	Ketersediaan Modal	4,44
3.	Kemampuan Pengelolaan Usaha	3,98	Kemitraan Usaha	3,98
4.	Kemajuan Teknologi Informasi	4,9	Bunga Pinjaman Modal	3,68
5.	Peran Pemerintah	3,52	Kegiatan Promosi	3,52

Sumber: Data Olahan, 2023

Adapun faktor kunci pendorong untuk UKM yang bergerak di bidang tenun adalah; (1) Harga Jual Produk dengan nilai urgensi 28 atau 4,29%, (2) Jumlah Omser yang Diperoleh dengan nilai urgensi 27

atau 4,13%, (3) Kemampuan Pengelolaan Usaha dengan nilai urgensi 26 atau 3.98%, (4) Kemajuan Teknologi Informasi dengan nilai urgensi 24 atau 4.90%, (5) Peran Pemerintah dengan nilai urgensi 23 atau 3.52%. Sedangkan faktor kunci penghambat untuk UKM tang bergerak di bidang tenun adalah; (1) Pemasaran Online dengan nilai urgensi 29 atau 4.44% , (2) Ketersediaan Modal dengan nilai urgensi 26 atau 3.98%, (3) Kemitraan Usaha dengan nilai urgensi 25 atau 3.83%, (4) Bunga Pinjaman Modal dengan nilai urgensi 24 atau 3.68%, dan (5) Kegiatan Promosi dengan nilai urgensi 23 atau 3.52%.

2. Hasil FFA Rotan

Menurut hasil olah data nilai FFA UKM Bidang Rotan diambil 5 (lima) faktor kunci paling kuat berdasarkan dari 34 pertanyaan yang dipaparkan :

Tabel 5: Faktor Kunci FFA Rotan

No.	Pendorong	Bobot Faktor (%)	Penghambat	Bobot Faktor (%)
1.	Harga Bahan Baku	6,29	Jumlah Omzet yang Diperoleh	5,30
2.	Ketersediaan Bahan Baku	5,70	Jumlah Biaya yang Dikeluarkan	5,30
3.	Peran Pemerintah	4,32	Kemajuan Teknologi Informasi	3,93
4.	Ketersediaan Karyawan	4,32	Pemasaran Online	3,93
5.	Tingkat Upah Karyawan	4,32	Ketersediaan Pembeli	3,93

Sumber: Data Olahan, 2023

Adapun faktor kunci pendorong untuk UKM yang bergerak di bidang rotan adalah; (1) Harga Bahan Baku dengan nilai urgensi 32 atau 6.29%, (2) Ketersediaan Bahan Baku dengan nilai urgensi 29 atau 5.70%, (3) Peran Pemerintah dengan nilai urgensi 22 atau 4.32%, (4) Ketersediaan Karyawan dengan nilai urgensi 22 atau 4.32%, (5) Tingkat Upah karyawan dengan nilai urgensi 22 atau 4.32%. Sedangkan faktor kunci penghambat untuk UKM yang bergerak dibidang rotan adalah; (1) Jumlah Omzet yang diperoleh dengan nilai urgensi 27 atau 5.30%, (2) Jumlah biaya yang dikeluarkan dengan nilai urgensi 26 atau 5.30%, (3) Kemajuan Teknologi Informasi dengan nilai urgensi 20 atau 3.93%, (4) Pemasaran Online dengan nilai urgensi 20 atau 3.93%, (5) Ketersediaan Pembeli dengan nilai urgensi 20 atau 3.93%.

3. Hasil FFA Pandan

Menurut hasil olah data nilai FFA UKM Bidang Pandan diambil 5 (lima) faktor kunci paling kuat berdasarkan dari 34 pertanyaan yang dipaparkan:

Tabel 6. Faktor Kunci FFA Pandan

No	Pendorong	Bobot Faktor (%)	Penghambat	Bobot Faktor (%)
1.	Kemajuan Teknologi Informasi	5,88	Kemampuan Pengelolaan Usaha	5,33
2.	Peran Pemerintah	5,33	Penerapan Teknologi	4,60

3.	Kemitraan Usaha	5,15	Kemampuan Pengelolaan Keuangan	4,23
4.	Harga Jual	5,13	Pemasaran Online	3,86
5.	Jumlah Omzet yang Diperoleh	5,13	Kemampuan Pengelolaan Modal	3,86

Sumber: Data Olahan, 2023

Adapun faktor kunci pendorong untuk UKM dimana bergerak di bidang pandan adalah; (1) Kemajuan Teknologi Informasi dengan nilai urgensi 32 atau 5.88%, (2) peran Pemerintah dengan nilai urgensi 29 atau 5.33%, (3) Kemitraan Usaha dengan nilai urgensi 28 atau 5.15%, (4) Harga Jual dengan nilai urgensi 28 atau 5.13%, (5) Jumlah Omzet yang Diperoleh dengan nilai urgensi 28 atau 5.13%. Sedangkan faktor kunci penghamabat untuk UKM yang bergerak dibidang pandan adalah; (1) Kemampuan Pengelolaan Usaha dengan nilai urgensi 29 atau 5.33%, (2) Penerapan Teknologi dengan nilai urgensi 25 atau 4.60%, (3) Kemampuan Pengelolaan Keuangan dengan nilai urgensi 23 atau 4.23%, (4) Pemasaran Online dengan nilai urgensi 21 atau 3.86%, (5) Kemampuan Pengelolaan Modal dengan nilai urgensi 21 atau 3.86%.

4.4 Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan tabel analisis EFAS dan IFAS untuk UKM Tenun, Rotan dan Pandan dibuatlah strategi untuk memanfaatkan peluang melalui kekuatan (SO), memperkecil kelemahan melalui pemanfaatan peluang (WO), mencegah ancaman melalui kekuatan (ST), dan menutupi kelemahan dan mencegah ancaman (WT). Adapun hasil analisis SWOT bisa diperhatikan pada tabel berikut ini:

Tabel 7: Hasil Analisis SWOT UMKM Tenun

Hasil Analisis Swot UMKM Tenun			
Strength	Weakness	Opportunity	Threat
a. Pembuatan buku corak tenun sambas dengan sejarahnya b. Membuat produk tenun eksklusif c. Memelihara mutu produk dan meningkatkan pelayanan d. Membangun Desa Tenun sebagai desa pariwisata e. Mengikutsertakan UKM Tenun pada Expo ataupun Event Nasional dan Internasional f. Memanfaatkan BUMDES dalam rangka meningkatkan produktivitas pengrajin tenun	a. Social media campaign untuk memberikan informasi tentang tenun b. Memberikan Pelatihan kepada pengrajin tenun sambas terkait <i>platform</i> bisnis <i>online</i> c. Memberikan pelatihan terkait promosi penjualan dengan internet d. Memberikan pelatihan terkait Sistem perencanaan produksi e. Memberikan pelatihan terkait Pengelolaan sistem Keuangan terstandar	a. Membangun Rumah UV untuk mempercepat proses pengeringan kain b. Teknologi tenun yang lebih modern c. Membuat variasi harga d. Membuat variasi produk	a. Pembuatan produk kain tenun disesuaikan dengan permintaan pasar b. Melakukan upaya regenerasi pelaku usaha tenun untuk mencegah punahnya usaha c. Memberikan Beasiswa kepada pelaku usaha tenun di jenjang SMA d. Memberikan penghargaan bagi pengrajin yang telah lama bergerak di bidang tenun

g. Mendaftarkan Motif tenun sambas sebagai salah satu Hak Paten	yang sederhana		
	f. Meningkatkan keahlian dan pengetahuan tekstil		

Sumber: Data Olahan, 2023

Untuk kekuatan dari UMKM tenun ini sendiri yaitu motif dari tenun Sambas yang sangat indah sehingga harus dipatenkan agar tetap menjadi corak khas suatu daerah dan tidak dapat digunakan oleh daerah lain. Selain itu mutu dan kualitas dari tenun Sambas ini sangat baik karena proses pembuatan yang masih menggunakan cara tradisional dan tidak menggunakan mesin sehingga hasilnya lebih rapi dan lebih berkualitas. Secara garis besar, kelemahan dari UMKM ini adalah pemasaran secara digital masih belum maksimal dan pengelolaan keuangan UMKM juga belum terstandar. Selain itu, peluang UMKM tenun untuk dapat meningkatkan produksi yaitu membuat teknologi yang dapat mempercepat proses pengeringan bahan/benang yang diwarnai. Tantangan terbesar dari UMKM ini yaitu hilangnya generasi penerus karena ilmu tenun ini diturunkan dari satu generasi ke generasi selanjutnya di dalam suatu keluarga.

Adapun strategi SO berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Pembuatan buku corak tenun sambas dengan sejarahnya, membuat produk tenun eksklusif, memelihara mutu produk dan meningkatkan pelayanan, membangun Desa Tenun sebagai desa pariwisata, mengikutsertakan UKM Tenun pada Expo ataupun Event Nasional dan Internasional, memanfaatkan BUMDES dalam rangka meningkatkan produktivitas pengrajin tenun, mendaftarkan Motif tenun sambas sebagai salah satu Hak Paten.

Untuk strategi WO berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Social media campaign untuk memberikan informasi tentang tenun, memberikan Pelatihan kepada pengrajin tenun sambas terkait platform bisnis online, memberikan pelatihan terkait promosi penjualan dengan internet, memberikan pelatihan terkait Sistem perencanaan produksi.

Selanjutnya strategi ST berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Membangun Rumah UV untuk mempercepat proses pengeringan kain, teknologi tenun yang lebih modern, membuat variasi harga, membuat variasi produk.

Terakhir untuk strategi WT berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Pembuatan produk kain tenun disesuaikan dengan permintaan pasar, melakukan upaya regenerasi pelaku usaha tenun untuk mencegah punahnya usaha, memberikan Beasiswa kepada pelaku usaha tenun di jenjang SMA, memberikan penghargaan bagi pengrajin yang telah lama bergerak di bidang tenun.

Adapun hasil analisis SWOT untuk UMKM Rotan adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Analisis SWOT UMKM Rotan

Hasil Analisis Swot UMKM Rotan			
Strength	Weakness	Opportunity	Threat
a. Mempertahankan Mutu dan Kualitas produk dengan Standar Operation Procedure yang jelas b. Peningkatan	a. Pelatihan terkait inovasi produk rotan b. Social media campaign untuk memberikan informasi tentang rotan	a. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk rotan b. Menjalani Kerjasama baru dengan mitra terkait kerjasama	a. Menyediakan sentra inovasi rotan b. Membangun Koperasi Rotan sebagai sarana pemasaran, penyediaan bahan baku, dan

<p>kesadaran menjaga lingkungan rotan</p> <p>c. Membangun Desa Rotan sebagai desa pariwisata</p> <p>d. Mengikutsertakan UKM Rotan pada Expo ataupun Event Nasional dan Internasional</p> <p>e. Memanfaatkan BUMDES dalam rangka meningkatkan produktivitas pengrajin rotan</p> <p>f. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk rotan dalam kehidupan sehari-sehari</p>	<p>c. Memberikan Pelatihan kepada pengrajin rotan sambas terkait membuka <i>platform</i> bisnis <i>online</i></p> <p>d. Memberikan pelatihan terkait promosi penjualan dengan internet</p> <p>e. Memberikan pelatihan terkait sistem perencanaan produksi</p> <p>f. Memberikan pelatihan terkait Pengelolaan sistem Keuangan Terstandar yang sederhana</p> <p>g. Menyediakan subsidi mesin untuk membantu volume produksi rotan</p>	<p>pengiriman barang ke dalam dan luar daerah dan penyediaan barang baku</p>	<p>permodalan</p>
---	---	--	-------------------

Sumber: Data Olahan, 2023

Bagi UMKM rotan, kekuatan utama yang dimiliki yaitu masih banyaknya peminat akan produk rotan karena produk ini memiliki harga yang terjangkau. Untuk kelemahan dari UMKM produk rotan ini masih sama dengan UMKM tenun yaitu masih minimnya pemasaran yang dilakukan secara digital. Selain itu, bahan baku produk ini juga semakin lama semakin habis dan semakin sulit untuk dicari. Untuk peluang bagi usaha rotan yaitu UMKM rotan harus membangun mitra yang dapat diajak kerjasama dalam penyediaan bahan baku. Tantangan UMKM ini adalah inovasi yang harus dilakukan terhadap produk rotan, mengikutsertakan UKM Rotan pada Expo ataupun Event Nasional dan Internasional

Adapun strategi SO berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: mempertahankan Mutu dan Kualitas produk dengan Standar Operation Procedure yang jelas, peningkatan kesadaran menjaga lingkungan rotan, membangun Desa Rotan sebagai desa pariwisata, memanfaatkan BUMDES dalam rangka meningkatkan produktivitas pengrajin rotan, meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk rotan dalam kehidupan sehari-sehari. Selanjutnya strategi WO berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Pelatihan terkait inovasi produk rotan, Social media campaign untuk memberikan informasi tentang rotan, memberikan Pelatihan kepada pengrajin rotan sambas terkait membuka platform bisnis online, memberikan pelatihan terkait promosi penjualan dengan internet, memberikan pelatihan terkait sistem perencanaan produksi, memberikan pelatihan terkait Pengelolaan sistem Keuangan Terstandar yang sederhana, menyediakan subsidi mesin untuk membantu volume produksi rotan. Sedangkan strategi ST berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk rotan, menjalin Kerjasama baru dengan mitra terkait kerjasama pengiriman barang ke dalam dan luar daerah dan penyediaan barang baku.

Untuk strategi WT berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

menyediakan sentra inovasi rotan, Membangun Koperasi Rotan sebagai sarana pemasaran, penyediaan bahan baku, dan permodalan.

Adapun hasil analisis SWOT untuk UMKM Pandan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9. Hasil Analisis SWOT UMKM Pandan

Hasil Analisis Swot UMKM Pandan			
Strength	Weakness	Opportunity	Threat
a. Mempertahankan Mutu dan Kualitas produk dengan <i>Standar Operation Procedure</i> yang jelas b. Peningkatan kesadaran untuk menanam pandan c. Membangun Desa Pengrajin Pandan sebagai desa pariwisata d. Mengikutsertakan UKM Pandan pada Expo ataupun Event Nasional dan Internasional e. Memanfaatkan BUMDES dalam rangka meningkatkan produktivitas pengrajin pandan f. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk pandan dalam kehidupan sehari-sehari	a. Pelatihan terkait inovasi produk pandan b. Social media campaign untuk memberikan informasi tentang pandan c. Memberikan Pelatihan kepada pengrajin pandan sambas terkait membuka platform bisnis online d. Memberikan pelatihan terkait promosi penjualan dengan internet e. Memberikan pelatihan terkait sistem perencanaan produksi f. Memberikan pelatihan terkait Pengelolaan sistem Keuangan Terstandar yang sederhana g. Menyediakan subsidi mesin untuk membantu volume produksi pandan	a. Membuat variasi harga dan produk b. Membangun Kerjasama antar pengrajin pandan dan pemasok	a. Membentuk Koperasi Pandan sebagai sarana pemasaran, permodalan, dan penyediaan bahan baku b. Membangun Sentra Inovasi Pandan

Sumber: Data Olahan, 2023

Produk yang dihasilkan UMKM ini merupakan produk yang ramah lingkungan, memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri bagi para penggemarnya. Bahan baku produk pandan ini mudah untuk dicari dan mudah untuk budidayakan. Kelemahan UMKM pandan yaitu terbatasnya pengrajin produk ini dan belum adanya teknologi yang digunakan untuk mempercepat dan memperbanyak proses produksi. Masih sama dengan UMKM berbasis kearifan lokal lainnya, untuk pemasaran produk pandan ini juga masih belum memaksimalkan pemasaran secara digital. Selain itu, peluang bagi UMKM ini yaitu membangun kerjasama dengan mitra yang dapat membantu penjualan. Tantangan bagi UMKM pandan ini adalah membuat produk dengan inovasi baru agar produk lebih menarik dan berkualitas.

Untuk strategi SO berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Mempertahankan Mutu dan Kualitas produk dengan Standar Operation Procedure yang jelas, peningkatan kesadaran untuk menanam pandan, membangun Desa Pengrajin Pandan sebagai desa pariwisata, mengikutsertakan UKM Pandan pada Expo ataupun Event Nasional dan Internasional, memanfaatkan BUMDES dalam rangka meningkatkan produktivitas pengrajin pandan, meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk pandan dalam kehidupan sehari-hari.

Selanjutnya strategi WO berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Pelatihan terkait inovasi produk pandan, social media campaign untuk memberikan informasi tentang pandan, memberikan Pelatihan kepada pengrajin pandan sambas terkait membuka platform bisnis online, memberikan pelatihan terkait promosi penjualan dengan internet, memberikan pelatihan terkait sistem perencanaan produksi, memberikan pelatihan terkait Pengelolaan sistem Keuangan Terstandar yang sederhana, menyediakan subsidi mesin untuk membantu volume produksi pandan.

Adapun strategi ST berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Membuat variasi harga dan produk, membangun Kerjasama antar pengrajin pandan dan pemasok. Terakhir untuk strategi WT berdasarkan analisis EFAS dan IFAS yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Membentuk Koperasi Pandan sebagai sarana pemasaran, permodalan, dan penyediaan bahan baku, membangun Sentra Inovasi Pandan.

5. Simpulan

5.1 Bagi Pengrajin

Berdasarkan analisis FFA dan SWOT terdapat beberapa saran bagi pengrajin tenun, rotan, dan pandan yaitu :

- 1) Menjaga dan meningkatkan kualitas mutu produk kerajinan yang sudah baik
- 2) Memanfaatkan sarana dan prasarana yang sudah tersedia dalam rangka melakukan inovasi produk
- 3) Melakukan pemasaran secara online atau mulai membuka usaha pada platform bisnis online
- 4) Melakukan diferensiasi produk yang ada dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang
- 5) Memperkuat Kerjasama antar pengrajin atau pemasok serta membangun organisasi perekonomian yang mampu mewadahi para pengrajin tenun, rotan, maupun pandan salah satunya adalah dengan membangun koperasi.

5.2 Bagi Pemerintah

Berdasarkan analisis telah dilakukan terdapat beberapa rekomendasi bagi pemerintah dalam rangka mengembangkan para pelaku UMKM berbasis kearifan tradisional di Kabupaten Sambas, yaitu :

- 1) Subsidi digital
- 2) Push and pull strategi Lembaga keuangan
- 3) Push and pull strategi Dinas Pendidikan dan Lembaga terkait
- 4) Kebijakan stimulus lainnya

6. Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. Statistik UMKM Tahun 2012–2013. Diakses dari <https://www.bps.go.id/subjek/view/id/9> (dikases 2 May 2022).
- Bank Indonesia. (2011), Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm). Diakses dari: <https://www.bi.go.id>
- Bapedda Sambas. (2021), Paparan Prospek, Potensi dan Kendala PLBN Aruk-Sambas.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sambas (2022). Data UMKM Sambas (Excel).

- Goso & Samsul Bachri, (2016), Implementasi Pemberdayaan Usaha Ekonomi Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palolpo, Vol. 2, No.1. pp. 1-10
- Hamid, R. S., & Iqbal, M. (2017), Analisis Dampak Kepercayaan pada Penggunaan Media Pemasaran Online (E-Commerce) yang Diadopsi oleh UMKM: Perspektif Model DeLone & McLean, Jurnal Manajemen Teknologi, Vol. 16 No. 3, pp. 310- 337.
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Sapir, Pratikto, H., Wasiti, Hermawan, A., (2014). Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pemberdayaan UMKM Berbasis Kearifan Lokal Untuk Penguatan Ekonomi. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran, Vol 21, No.1
- Satu Data Kalbar. (2023). Laporan Perkembangan Koperasi UMKM Per 31 Desember 2022. Diakses melalui website: <https://data.kalbarprov.go.id>
- Sikompak Bappenas. (2020), Laporan Analisis Kebijakan Penanggulangan Dampak Covid-19 Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm). Di unduh melalui: <https://sikompak.bappenas.go.id/>.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyanto, S., Putri, A., & Kartolo, R. (2021), Potensi Kekayaan Intektual Pada Pemberdayaan Umkm Dan Koperasi Kota Tangerang Selatan, Proceedings Universitas Pamulang, Vol. 1 No. 1. pp. 502-520.
- Supardi, S., Nugraha, N. M., Susanti, N., Sumantri, M. B. A., & Mukhlis, T. I. (2021), Peluang Dan Perubahan Cara Berpikir Saat Pandemi (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat), Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, Vol. 3 No. 2, 162-168.
- Tama, Novian Budi. (2012). Local Wisdom di Indonesia, <http://novian25.blogspot.com/2012/03/localwisdom-di-indonesia.html>. Diunduh 1 Mei 2023.
- Thaha, Abdurrahman Firdaus. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. Jurnal Brand, Vol.2 No.1, pp.147-153
- Ukkas, I. (2017), Strategi dan Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Berkemajuan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, Vol. 1 No. 1, pp. 24-27
- UU No 20 tahun 2008 terdapat pada Bab I pasal 1 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
- Wijayanto, Andi. (2012). Kearifan Lokal (Local Wisdom) Dalam Praktik Bisnis Di Indonesia. Undip E-Journal System (UEJS)

Copyright Disclaimer

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.