

ABSTRAK

STRATEGI PERENCANAAN PENGEMBANGAN UMK SEKTOR MAKANAN RINGAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING LOKAL DI KABUPATEN PESAWARAN

Oleh

ANNISA FITRIANI

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi perencanaan pengembangan Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sektor makanan ringan guna meningkatkan daya saing lokal di Desa Karang Anyar, Kabupaten Pesawaran. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMK, pemerintah daerah, dan akademisi. Data sekunder bersumber dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pesawaran, Badan Pusat Statistik (BPS), serta dokumen pendukung lainnya. Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang dipadukan dengan pendekatan model Triple Helix untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta pola sinergi antar pemangku kepentingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMK makanan ringan di Desa Karang Anyar memiliki kekuatan pada ketersediaan bahan baku lokal, kualitas produk yang relatif konsisten, serta pengalaman pelaku usaha. Namun demikian, UMK masih menghadapi kelemahan berupa keterbatasan modal usaha, belum optimalnya saluran pemasaran, serta kemasan produk yang masih sederhana. Dari sisi eksternal, peluang utama berasal dari meningkatnya permintaan produk, peluang kerja sama usaha, dan semakin terbukanya pemasaran digital, sedangkan ancaman utama berupa persaingan usaha sejenis, kenaikan harga bahan baku, serta kendala distribusi. Berdasarkan hasil analisis SWOT diperoleh nilai faktor internal sebesar 0,46 dan faktor eksternal sebesar 1,22 sehingga UMK berada pada Kuadran I (Growth Oriented Strategy). Kondisi ini menunjukkan bahwa UMK memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk meraih peluang eksternal secara optimal. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan meliputi penguatan inovasi produk, peningkatan kualitas kemasan dan branding, optimalisasi pemasaran digital, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta penguatan kolaborasi berbasis Triple Helix guna mendukung pengembangan UMK yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Kata Kunci : UMK Makanan Ringan, Analisis SWOT, Triple Helix, Daya Saing Lokal, Pengembangan Ekonomi Daerah

ABSTRACT

STRATEGY FOR DEVELOPING MSMES IN THE SNACK FOOD SECTOR TO IMPROVE LOCAL COMPETITIVENESS IN PESAWARAN REGENCY

By

ANNISA FITRIANI

This study aims to formulate a development planning strategy for Micro and Small Enterprises (MSEs) in the snack food sector to increase local competitiveness in Karang Anyar Village, Pesawaran Regency. The data used consist of primary and secondary data. Primary data were obtained through in-depth interviews, observation, and documentation with MSEs, local government, and academics. Secondary data were sourced from the Pesawaran Regency Cooperatives and SMEs Office, the Central Statistics Agency (BPS), and other supporting documents. The analytical tool used was a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis combined with the Triple Helix model approach to identify internal and external factors and synergy patterns between stakeholders. The results of the study indicate that snack MSEs in Karang Anyar Village have strengths in the availability of local raw materials, relatively consistent product quality, and the experience of business actors. However, MSEs still face weaknesses such as limited business capital, suboptimal marketing channels, and simple product packaging. Externally, the main opportunities stem from increasing product demand, business collaboration opportunities, and the increasing openness of digital marketing. While the main threats include competition from similar businesses, rising raw material prices, and distribution constraints. Based on the SWOT analysis, the internal factor score was 0.46 and the external factor score was 1.22, placing the MSE in Quadrant I (Growth-Oriented Strategy). This indicates that the MSE possesses internal strengths that can be utilized to optimally seize external opportunities. Therefore, recommended strategies include strengthening product innovation, improving packaging and branding quality, optimizing digital marketing, increasing human resource capacity, and strengthening Triple Helix-based collaboration to support the development of competitive and sustainable MSEs.

Keywords : Snack Food SMEs, SWOT Analysis, Triple Helix, Local Competitiveness, Regional Economic Development