
**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH BERBASIS
SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA
TANGKIT KABUPATEN MUARO JAMBI**

Lusi Safitri ¹⁾

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi ¹⁾
lusifitriiii10@gmail.com ¹⁾

Titin Agustin Nengsih²⁾

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi ²⁾
nengsih@uinjambi.ac.id ²⁾

ABSTRAK

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mampu memperluas basis ekonomi dan bisa memberikan kontribusi yang sangat penting dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu dengan meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional maka pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah prioritas dan menjadi sangat penting. Beberapa hambatan yang sering dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah syariah mirip dengan masalah yang dihadapi pada umumnya, seperti kendala modal kerja dan investasi yang terbatas, kesulitan mendapatkan bahan baku berkualitas dengan harga terjangkau, serta keterbatasan dalam hal teknologi, informasi pasar, dan pemasaran. Tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Syariah untuk Peningkatan Perekonomian Masyarakat di Desa Tangkit Kabupaten Muaro Jambi. Jumlahnya sampel dalam penelitian ini adalah 10 orang dan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu peneliti menguraikan dan menjelaskan keadaan dan situasi yang terjadi setelah melakukan pengamatan dan wawancara. Analisis SWOT digunakan sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi pengembangan UMKM di Desa Tangkit berfokus pada pendekatan S-O (Strengths-Opportunities), dengan memanfaatkan kekuatan internal seperti lokasi yang strategis dan sumber daya manusia yang berkualitas

Kata Kunci: Pengembangan, Perekonomian, UMKM Syariah

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah upaya bisnis yang dilaksanakan oleh masyarakat maupun golongan, dengan sengaja guna meningkatkan kesejahteraan baik secara eksklusif atau bersama-sama. Segmen Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam kemajuan perekonomian nasional, baik dalam pengembangan dan kemajuan

keuangan, aset manusia, serta pemerataan manfaat dari upaya perbaikan (Al Farisi dkk., 2022).

Berbagai program dan upaya telah diimplementasikan baik oleh pemerintah pusat maupun daerah untuk mewujudkan UMKM di Indonesia. Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang UMKM menjelaskan jika pemerintah pusat dan daerah saling bersinergi dalam menggarap dan mewujudkan UMKM yang sudah ada, dengan tujuan untuk memberdayakan pengembangan perdagangan dan menciptakan perekonomian nasional (Karsidi, 2007).

UMKM pedesaan menunjukkan kemungkinan masa depan yang cerah. Kontribusi positif dari UMKM ke ekonomi termasuk peningkatan lapangan kerja. Ini akan menjadi kontribusi utama untuk produk domestik bruto (PDB) dan memberikan solusi yang efektif untuk masalah ekonomi bagi orang-orang dengan pendapatan rendah dan menengah (Idayu dkk., 2021).

UMKM dapat mengalami peningkatan yang cepat sehingga menjadikan komitmen mereka lebih penting dan jelas. Peran UMKM sebagai tulang punggung dalam mendukung pemulihan keuangan Indonesia sangat penting karena berperan besar dalam berbagai segmen keuangan, sebagai penyedia peluang usaha terbesar, mempunyai peran penting dalam hal peningkatan keuangan, pemberdayaan penguatan masyarakat, pembuatan pasar-pasar yang belum terpakai, penggerak pembangunan, dan komitmen menjaga keseimbangan angsuran melalui kegiatan pengiriman (Muharam, 2015).

Peningkatan UMKM mampu menumbuhkan basis finansial dan dapat menjadi komitmen penting dalam mempercepat dukungan bantuan, khususnya dengan memperluas perekonomian daerah dan memperkuat perekonomian nasional sehingga peningkatan UMKM menjadi sebuah kebutuhan dan menjadi hal yang sangat penting. Sementara itu, UMKM dengan basis syariah dicirikan sebagai kegiatan keuangan rakyat yang menguntungkan dalam skala mikro, usaha kecil dan menengah yang diawasi secara komersial, dan memenuhi persyaratan pengaturan yang ditetapkan dan ada manajemen yang memanfaatkan standar syariah atau dengan kata lain tidak menyalahgunakan aturan syariah seperti maisir, gharar dan riba (Sudarto & et al., 2021).

Dalam Islam, UMKM adalah suatu bentuk keseriusan manusia untuk hidup dan mengacu pada kesejahteraan masyarakat. Pengaturan ini berguna untuk siapa saja tanpa melihat pangkat, dan status pekerjaan seseorang. Dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam Q.S. At-Taubah (09), Ayat 105:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

"Katakanlah (Nabi Muhammad), "Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan." (Q.S. At-Taubah {09}:105)

Beberapa kendala yang sering dihadapi UMKM syariah serupa dengan permasalahan umum yang dihadapi UMKM pada umumnya, seperti terbatasnya modal kerja dan keharusan usaha, terhambat dalam mendapatkan bahan utama yang berkualitas dengan harga terjangkau, serta hambatan internal pada inovasi, data periklanan, dan promosi. Kendala-kendala tersebut timbul berupa kebutuhan akan sistem perdagangan, pembatasan masuknya iklan, kesulitan dalam membedakan iklan, dan kecilnya skala ekonomi sehingga sulit dalam pengendalian biaya. UMKM diuntungkan dengan keunggulan kontrak yang luar biasa, terlebih lagi UMKM tidak memiliki keunggulan daya saing yang jelas (Budianto, 2015).

UMKM mempunyai peranan penting dalam mendorong pembangunan perekonomian di Wilayah Jambi sehingga patut mendapat perhatian dan mendorong perbaikan. Selain jumlah penduduk yang besar, UMKM juga berperan penting dalam asimilasi pekerja dan berpotensi meminimalisir tingkat pengangguran. Terlepas dari itu, pengembangan UMKM dipercaya mampu meningkatkan pendapatan masyarakat di Wilayah Jambi

Rencana Aksi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) demi Kesejahteraan Ekonomi Desa Tangkit Kabupaten Muaro Jambi. Mata pencaharian masyarakat pada desa ini ialah membuka usaha, yang merupakan UMKM di desa itu sendiri. Dengan berkembangnya UMKM di desa ini maka akan meningkatkan

perekonomian masyarakat, sehingga terbuka lapangan pekerjaan dengan demikian semakin meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat.

METODOLOGI

Jenis penelitian adalah kualitatif deskriptif, dalam pendekatan ini analisis menggambarkan dan memperjelas keadaan dan situasi yang terjadi setelah dilakukannya pengamatan dan wawancara. Adapun sumber data pada penelitian ini yaitu melalui wawancara dan dokumentasi langsung kepada pelaku UMKM di Desa Tangkit. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan cara survei pustaka, wawancara dan dokumentasi langsung kepada pelaku UMKM di Desa Tangkit.

HASIL

1. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Matriks IFAS dalam penelitian ini merangkum komponen-komponen dalam untuk mensurvei kekuatan dan Kelemahan UMKM di Desa Tangkit. Bisa dilihat secara jelas dan ringkas pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Matriks IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Strength (Kekuatan)				
1.	Jumlah UMKM yang banyak	0,17	3	0,51
2.	Lokasi yang strategis	0,20	4	0,8
3.	Sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas	0,19	4	0,76
Sub total strength (Kekuatan)		0,56		2,07
Weaknesses (Kelemahan)				
1.	Banyak UMKM halal yang belum tersertifikasi	0,15	2	0,3
2.	Izin usaha yang sulit	0,15	2	0,3
3.	Kurang berinovasi	0,14	2	0,28
Sub total Weaknesses (Kelemahan)		0,44		0,88
Total IFAS		1.00		2,95

Sumber: Data diolah, (2025)

Dari hasil penelitian pada tabel di atas, terlihat bahwa skor keseluruhan yang merupakan perkalian antara bobot dan rating untuk faktor kekuatan adalah 2,07.

Sementara itu, hasil skor keseluruhan perkalian antara bobot dan rating untuk faktor kelemahan adalah 0,88. Perbedaan antara keduanya adalah kekuatan-kelemahan ($2,07 - 0,88 = 1,19$). Sementara itu, hasil rata-rata yang didapat dari penelusuran perhitungan di atas tampak bahwa angka 2,95 menunjukkan bahwa posisi internal perusahaan kokoh. Dari hasil penelitian, informasi yang didapat juga bisa ditarik kesimpulan jika pelaku UMKM yang ada di Desa Tangkit ini mempunyai kekuatan yang lebih besar dibandingkan kelemahannya. Maka hal ini bisa dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM agar usaha yang dijalankannya terus maju. Dengan memanfaatkan kualitas-kualitas yang dimiliki, tentunya kekurangan-kekurangan tersebut dapat diminimalisir sehingga perdagangan yang dijalankan dapat tercipta dengan baik.

2. Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

Matriks EFAS dalam penelitian ini merangkum faktor-faktor yang secara jarak jauh mensurvei banyaknya peluang dan ancaman bagi UMKM yang ada di Desa Tangkit. Hal ini dapat dilihat secara jelas dan ringkas pada tabel dibawah.

Tabel 2. Matriks EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Opportunities(Peluang)				
1.	Meningkatnya preferensi halal pada masyarakat	0,17	3	0,51
2.	Program pemerintah dalam proses pembuatan legalitas usaha	0,20	4	0,8
3.	Meningkatkan efisiensi, efektivitas, atau daya saing bisnis	0,17	3	0,51
Sub total Opportunities (Peluang)		0,54		1,82
Threats(Ancaman)				
1.	Pesaing usaha Berbasis syariah dari luar	0,14	2	0,28
2.	Adanya sengketa dan klaim yang merugikan karena usaha tidak memiliki perlindungan hukum	0,16	2	0,32
3.	Usaha tertinggal dan kehilangan peluang	0,16	2	0,32
Sub total Threats (Ancaman)		0,46		0,92
Total EFAS		1.00		2,74

Sumber: Data Diolah, (2025)

Dari hasil penelitian pada tabel diatas, terlihat bahwa skor perkalian antara bobot dan rating untuk faktor peluang adalah 1,82. Sementara itu, hasil skor perkalian antara bobot dan rating pada faktor ancaman adalah 0,92. Selisih antara keduanya yaitu peluang-ancaman($1.82 - 0.92 = 0.9$). Sementara itu, hasil rata-rata tertimbang yang dihasilkan dari analisis perhitungan di atas adalah 2,74 yang menunjukkan bahwa UMKM di Desa Tangkit menyikapi peluang dengan baik dan memanfaatkan peluang dari ancaman yang ada. Dari analisis data juga dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Desa Tangkit mempunyai peluang besar di antara berbagai ancaman yang ada. Namun dengan memanfaatkan peluang yang tercipta melalui teknik yang dilakukan, risiko tersebut dapat dihindari sehingga UMKM yang ada di Desa Tangkit dapat terus berkembang.

3. Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk mengetahui cara mengoptimalkan peluang dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman melalui berbagai prosedur elektif yang dilakukan oleh UMKM (Mashuri, Dwi Nurjannah, 2020). Berikut adalah tabel SWOT pengembangan UMKM di Desa Tangkit:

Tabel 3. Matriks Analisis SWOT Strategi Pengembangan UMKM di Desa Tangkit

	S-Strenght (Kekuatan)	W-Weakness (Kelemahan)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah UMKM yang banyak 2. Lokasi yang strategis 3. Sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak UMKM yang belum tersertifikasi 2. Izin usaha yang sulit 3. Kurang berinovasi
O-Opportunities (Peluang)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya preferensi halal pada masyarakat 2. Program pemerintah dalam proses pembuatan legalitas usaha 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan Efisiensi, efektivitas dan daya saing melalui lokasi yang strategis 2. Meningkatkan preferensi halal melalui Sumber 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas relasi atau informasi guna menambah kreatifitas dan

3. Meningkatkan efisiensi, efektivitas, atau daya saing bisnis	Daya Manusia (SDM) yang berkualitas	inovasi dalam produk UMKM. 2. Memanfaatkan program pemerintah dalam proses pembuatan legalitas usaha
T-Threats (Ancaman) 1. Pesaing usaha Berbasis syariah dari luar 2. Adanya sengketa dan klaim yang merugikan karena usaha tidak memiliki perlindungan hukum 3. Usaha tertinggal dan kehilangan peluang	Strategi S-T 1. Meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan UMKM berbasis syariah dari luar	Strategi W-T 1. Mengembangkan inovasi produk dengan mengikuti perkembangan trend

Sumber: Data Diolah, (2025)

Berdasarkan hasil matriks analisis SWOT diatas menunjukkan bahwasanya UMKM di Desa Tangkit ini dapat mengoptimalkan kekuatan internal mereka seperti jumlah UMKM yang banyak, tempat yang strategis, dan Sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. Dengan memanfaatkan kekuatan ini, pelaku UMKM dapat lebih efektif dalam mengambil peluang eksternal seperti meningkatnya preferensi halal pada masyarakat, program pemerintah dalam proses pembuatan legalitas usaha, dan meningkatkan efisiensi, efektivitas, atau daya saing bisnis.

PEMBAHASAN

1. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Syariah Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Tangkit Kabupaten Muaro Jambi

Strategi pengembangan UMKM berbasis syariah demi meningkatkan perekonomian masyarakat dapat ditemukan dari berbagai faktor, diantaranya dari sumber daya alam (SDA), sumber daya manusia (SDM), teknologi, pemasaran, permodalan ataupun dari inovasi lainnya (Indri Ferdiani Suarna dkk., 2025). Dilihat dari tabel 3 mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan

ancaman yang ada dari hasil Analisis SWOT yang telah dilaksanakan terhadap faktor eksternal dan faktor internal, maka akan menciptakan beberapa opsi strategi agar memberikan solusi terkait dengan Strategi Pengembangan UMKM di Desa Tangkit. Adapun beberapa hasil Strategi dari Analisis SWOT yang telah dilaksanakan sebagai berikut:

a) Strategi Strength - Opportunities (SO)

Strategi ini mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki oleh pelaku UMKM dimanfaatkan untuk memanfaatkan seluruh peluang yang ada, maka pelaku UMKM bisa mempunyai kelebihan kompetitif yang besar jika dibandingkan dengan usaha sejenis (Mashuri, Dwi Nurjannah, 2020). Adapun beberapa kekuatan yang terdapat pada pelaku UMKM di Desa Tangkit dalam memanfaatkan kesempatan yang ada sebagai berikut:

1. Meningkatkan Efisiensi, efektivitas dan daya saing melalui lokasi yang strategis
2. Meningkatkan preferensi halal melalui Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas

b) Strategi Weaknesses - Opportunities (WO)

Strategi W-O ialah suatu strategi yang diperoleh dari adanya kelemahan dan peluang (Mashuri, Dwi Nurjannah, 2020). Strategi ini diwujudkan dengan meminimalisir kelemahan pelaku UMKM di Desa Tangkit yang bersumber dari faktor internal dengan mengoptimalkan peluang yang bersumber dari faktor eksternal. Adapun beberapa peluang yang bisa dilakukan oleh pelaku UMKM di Desa Tangkit untuk mengatasi kelemahan yang ada sebagai berikut:

1. Memperluas relasi atau informasi guna menambah kreatifitas dan inovasi dalam produk UMKM.
2. Memanfaatkan program pemerintah dalam proses pembuatan legalitas usaha

c) Strategi Strength - Threats (ST)

Strategi S-T yaitu prosedur yang diperoleh dari kekuatan dan ancaman (Mashuri, Dwi Nurjannah, 2020). Strategi ini diwujudkan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki oleh para pelaku UMKM di Desa

Tangkrit yang dimulai dari faktor internal agar menghindari atau mengurangi bahaya yang dimulai dari faktor eksternal. Adapun beberapa kekuatan yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM di Desa Tangkrit untuk menghindari ancaman yang ada sebagai berikut:

- Meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan UMKM berbasis syariah dari luar

d) Strategi Weaknesses - Threats (WT)

Strategi W-T yaitu strategi yang diperoleh dari kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Strategi ini mencoba untuk mengecilkan kelemahan yang ada, serta menjaga jarak strategis dari bahaya agar terus bertahan saat menghadapi persaingan yang semakin kompetitif (Mashuri, Dwi Nurjannah, 2020). Adapun beberapa cara untuk meminimalisir kelemahan yang ada agar usaha bisa bertahan sebagai berikut:

- Mengembangkan inovasi produk dengan mengikuti perkembangan trend

2. Kendala dalam pengembangan UMKM

Dalam melaksanakan aktivitas perdagangan, setiap organisasi harus menghadapi tantangan dan hambatan yang berbeda. Adapun kendala dalam pengembangan UMKM di Desa Tangkrit, yaitu:

a) Susah mendapatkan bahan baku dengan kualitas bagus

Sulit untuk menghasilkan bahan mentah berkualitas tinggi. Bahan baku merupakan bagian penting dalam generasi persiapan (Hartono, Deny Dwi Hartono, 2014). Ketersediaan bahan baku akan mengubah peningkatan hasil pada UMKM di Desa Tangkrit, kekurangan bahan baku dapat menyebabkan harga bahan baku meroket.

b) Kurang Berinovasi

Kebanyakan bisnis seolah-olah berpusat pada satu atau beberapa jenis barang yang dijual. Sebagus apapun desain dan tampilannya, jika barang tersebut tidak sesuai dan terlalu membosankan pembeli tidak akan membeli kembali barang tersebut. Oleh karena itu, menambahkan variasi pada produk menjadi salah satu perhatian yang sangat penting agar industri dapat

terus berkembang. Inovasi yang kurang menarik menjadi kendala bagi UMKM untuk berkembang (Lina Rifda Naufalin, 2020). Kurangnya inovasi dialami oleh pelaku UMKM di Desa Tangkit, yang menjadi hambatan bagi UMKM untuk berkembang.

c) Kondisi usaha yang tidak menentu

Keadaan usaha yang tidak menentu merupakan situasi bisnis ketika dihadapkan dengan ketidakpastian yang banyak disebabkan oleh faktor eksternal pada pelaku UMKM (Mauli Siagian dkk., 2019). Kenaikan harga untuk barang atau jasa yang berkelanjutan bisa mengurangi keuntungan konsumen dan daya beli (Harvick Oslye, 2024). Fakta yang terjadi pada pelaku UMKM di Desa Tangkit adalah keadaan naik turun pada harga sembako, bahan baku yang mengakibatkan keuntungan yang tidak pasti ditambah peminat yang kadang ramai kadang sepi.

d) Banyak UMKM yang belum tersertifikasi halal

Sertifikasi halal membuka pintu bagi usaha untuk menjangkau pasar yang luas dan berkembang pesat (Ica Camelia dkk., 2024). Banyak UMKM di Desa Tangkit memang belum memiliki PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan sertifikat halal, meskipun keduanya sangat penting untuk legalitas dan kepercayaan konsumen. PIRT menjamin keamanan pangan, sementara sertifikat halal menjamin kehalalan produk. Salah satu yang menjadi tantangan dalam banyaknya pelaku UMKM belum sertifikasi halal adalah kurangnya dukungan pemerintah setempat.

3. Cara mengatasi kendala yang dialami oleh pelaku UMKM

Adapun cara mengatasi kendala dalam pengembangan UMKM di Desa Tangkit yaitu:

a) Meningkatkan inovasi bisnis

Inovasi bisnis tidak terbatas pada satu kerangka saja, Ada berbagai macam inovasi yang bisa dilakukan para pelaku UMKM agar meningkatkan daya saing dan kesuksesannya. Setiap jenis inovasi memiliki tujuan dan pendekatan yang berbeda, namun semuanya bertujuan untuk memberikan penghargaan lebih kepada pelanggan dan memperkuat posisi bisnis di pasar (Shinta Avriyanti, 2022).

Berikut adalah beberapa jenis perkembangan perdagangan yang paling umum:

1. Inovasi produk yaitu meliputi perubahan atau pengembangan modern pada produk atau layanan yang diiklankan oleh pelaku UMKM untuk memenuhi permintaan pasar yang dinamis (Melly Eka Ayu Aulia, Maziyah Mazza Basya, 2025). Contoh inovasi produk adalah dengan membentuk barang modern, membuat kemajuan barang berkualitas, atau membuat fitur baru pada barang yang sudah ada.
2. Inovasi model bisnis, yaitu perubahan spesifik atau kemajuan yang belum terpakai dalam cara kerja pelaku UMKM dan berhubungan dengan klien (Puspita Lianti Putri, Budi Widadi, 2024). Contoh inovasi model bisnis adalah terciptanya model bisnis yang baru, seperti model bisnis berbasis langganan atau demonstrasi bisnis berbasis komunitas.
3. Inovasi proses khususnya berfokus pada perubahan cara kerja UMKM dalam menciptakan produk atau memberikan layanan. Dengan optimalisasi bentuk operasional, bisnis dapat meningkatkan produktivitas, menurunkan biaya, dan menghasilkan produk dengan kualitas lebih mantap (Edi Irawan, 2023).
4. Inovasi pemasaran, khususnya berfokus pada pendekatan yang lebih baik untuk memajukan produk dan menarik perhatian pembeli. Ini termasuk penggunaan saluran digital dan media sosial untuk menjangkau kelompok penonton yang lebih luas, atau menjalankan prosedur penayangan berbasis data yang lebih fokus (Edi Irawan, 2023).
5. Teknologi Inovasi bisnis yang Inovatif, yang mengacu pada penerapan inovasi barang-barang modern untuk memajukan barang, administrasi, atau bentuk perdagangan (Edi Irawan, 2023).

b) Mengembangkan UMKM lewat online

Pengembangan teknologi informasi memiliki dampak besar pada semua aspek kehidupan manusia, terutama di dunia bisnis dan pemasaran. Internet sekarang menjadi infrastruktur koneksi untuk banyak lingkaran, termasuk pemerintah, sektor swasta, pengusaha, individu dan banyak lagi.

Selain itu, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam kemajuan teknologi informasi lebih mungkin dalam memasarkan produk. Ini tentu saja merupakan tantangan bagi pelaku UMKM ketika memutuskan strategi pemasaran di era teknologi dengan berbagai platform (Khabib Alia Akhmad, Singgih Purnomo, 2021).

Di era digital, pelaku UMKM dapat mengakses internet kapan saja. Ini tentu saja merupakan peluang bagi aktor perusahaan untuk mengembangkan bisnis mereka melalui media digital. Keuntungan dari periklanan dengan media sosial yaitu modal yang sedikit lebih miring. Pengaplikasian nya sangat mudah dan lebih efektif, memungkinkan pelaku UMKM untuk menghubungi pengguna Internet di seluruh dunia. Dengan demikian maka dibutuhkan kreativitas dalam berpromosi secara online karena kunci keberhasilan promosi online yaitu ada keunikan dan tepat sasaran (Nila & Shihab, 2019).

c) Meningkatkan kualitas produk

UMKM seringkali menghadapi persaingan dengan suatu produk yang lebih berkualitas yang berasal dari perusahaan besar, oleh karena itu UMKM harus meningkatkan daya saing produk dan layanannya. Kedepannya kualitas produk dan pelayanan akan meningkatkan citra dan popularitas UMKM di mata konsumen, sehingga akan meningkatkan kepercayaan konsumen (Ach Ilyasi, 2022).

Prioritas kualitas produk berarti fokus utama pada standar kualitas tinggi di setiap tahap produksi dan layanan. Ini penting karena kualitas produknya sangat baik, yang meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun reputasi positif, dan mendorong pertumbuhan bisnis jangka panjang. Sehubungan dengan globalisasi, UMKM agar bisa memenuhi standar internasional sehubungan dengan kualitas produk dan pelayanan dan dapat lebih mudah menerima produk dan layanan UMKM dari pasar domestik dan internasional.

Pelaku UMKM harus mampu membangun hubungan yang solid dengan klien, memberikan manfaat yang responsif dan meningkatkan kepuasan klien. Pelaku UMKM harus mampu membangun strategi komunikasi yang

layak, administrasi pengaduan klien, dan memanfaatkan inovasi untuk memajukan administrasi. Pelaku UMKM dapat membangun loyalitas pembeli dan mencapai keunggulan yang kompetitif (Sobar dkk., 2023).

d) Sosialisasi dan pendampingan pembuatan NIB, PIRT dan sertifikat halal

Sosialisasi dan pendampingan pembuatan izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan sertifikat halal sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan legalitas usahanya. Dengan adanya sosialisasi akan memberikan informasi tentang manfaat PIRT dan sertifikat halal, serta prosedur pengurusan izin dan sertifikasi. Pendampingan membantu pelaku UMKM dalam mempersiapkan dokumen, memahami prosedur, dan mengatasi kendala yang mungkin timbul (Khotim Fadhli dkk., 2023).

Dengan adanya Pendampingan diharapkan membantu pelaku UMKM dalam mempersiapkan dokumen yang diperlukan untuk pengurusan PIRT dan sertifikat halal, seperti fotokopi KTP, surat keterangan domisili, denah lokasi usaha, dan laporan uji laboratorium. Pendampingan juga membantu pelaku UMKM dalam menyusun laporan terkait produksi dan kehalalan produk, yang dibutuhkan untuk pengurusan sertifikat halal. Pendampingan juga memberikan solusi bagi pelaku UMKM yang mempunyai kendala dalam proses pengurusan izin dan sertifikat.

Sosialisasi dan pendampingan pembuatan PIRT dan sertifikat halal adalah investasi yang efektif bagi pelaku UMKM di Desa Tangkit untuk meningkatkan daya saing dan legalitas usahanya. Dengan memperoleh PIRT dan sertifikat halal, pelaku UMKM bisa meningkatkan kepercayaan pembeli, mendapatkan akses pasar yang lebih luas, serta meningkatkan nilai jual produk (Puspita dkk., 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan Matriks IFAS dengan total rata-rata 2,95 yang mengindikasikan bahwa pelaku UMKM yang ada di Desa Tangkit memiliki kekuatan yang lebih signifikan daripada kelemahan. Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh pelaku UMKM tentu kelemahan dapat diminimalisir sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang

dengan baik. Sedangkan hasil perhitungan matriks EFAS dengan total rata-rata 2,74 yang mengindikasikan bahwa UMKM yang ada di Desa Tangkit merespon peluang dengan baik serta memanfaatkan peluang dari ancaman yang ada.

Berdasarkan analisis SWOT ditemukan strategi alternatif dalam pengembangan UMKM di Desa Tangkit diantaranya yaitu meningkatkan efisiensi, efektivitas dan daya saing melalui lokasi yang strategis, meningkatkan preferensi halal melalui Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, memperluas relasi atau informasi guna menambah kreatifitas dan inovasi dalam produk UMKM, memanfaatkan program pemerintah dalam proses pembuatan legalitas usaha, meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan UMKM berbasis syariah dari luar, dan mengembangkan inovasi produk dengan mengikuti perkembangan trend.

Kendala dalam pengembangan UMKM di Desa Tangkit diantaranya yaitu susah mendapatkan bahan baku dengan kualitas bagus, kurang berinovasi, kondisi usaha yang tidak menentu, dan banyak UMKM yang belum tersertifikasi halal. Adapun cara mengatasi kendala diantaranya yaitu meningkatkan inovasi bisnis, mengembangkan UMKM lewat online, meningkatkan kualitas produk, dan sosialisasi dan pendampingan pembuatan NIB, PIRT dan sertifikat halal.

SARAN

1. Bagi pelaku UMKM Agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk jualan, pentingnya memberikan kepuasan terhadap konsumen, serta menjalin hubungan baik dengan konsumen.
2. Bagi pemerintah agar Meningkatkan perhatian dan pengawasan dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam proses kegiatan yang dilakukan oleh UMKM itu sendiri. Serta melakukan sosialisasi dan pendampingan mengenai pembuatan NIB, PIRT dan sertifikat halal.

REFERENSI

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Budianto, R. (2015). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Gadjah mada university press.
- Edi Irawan. (2023). Literature Review: Literasi Digital, Literasi Ekonomi, Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah. *E-Bisnis Manajemen*, 1(4). <https://doi.org/10.59603/ebisman.v1i4.226>
- Hartono, Deny Dwi Hartomo. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 14(1). <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
- Harvick Oslye. (2024). Dampak Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Produk Domestik Bruto Dan Masalah Ekonomi Makro. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, 8(9). <https://sejurnal.com>
- Ica Camelia & , Listian Indriyani Achmad, MH Ainulyaqin, S Edy. (2024). Analisis Peran Sertifikasi Halal pada Bisnis UMKM Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeg. *Jurnal Manajemen STIE*, 7(1).
- Indri Ferdiani Suarna, , Aura Tari Ayu, & , Ahmad Safari. (2025). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Umkm (Studi Kasus Pada Pisang Keju Sentosa 88 Di Kota Bandung). *Jurnal Integrasi Pengetahuan Disiplin*, 6(1). <https://ijurnal.com>
- Karsidi, R. (2007). Pemberdayaan Masyarakat Untuk Usaha Kecil Dan Mikro (Pengalaman Empiris Di Wilayah Surakarta Jawa Tengah). *Jurnal Penyuluhan*, 3(2).
- Khabib Alia Akhmad, Singgih Purnomo. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Sebatik*, 25(1). <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1293>
- Khotim Fadhli, Afif Kholisun Nashoihi, Mochammmad Syafiuddin Shobirin, Taufik & Hidayat, Jamal Fahrudin. (2023). Sosialisasi Dan Pendmpingan Pembuatan

-
- Nib, Pirt, Dan Sertifikasi Hahal Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produk UMKM Masyarakat Desa Ngogri Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3). <https://ejournal.unwaha.ac.id>
- Lina Rifda Naufalin. (2020). Tantangan pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(1). <https://core.ac.uk>
- Mashuri, Dwi Nurjannah. (2020). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1). <https://ejournal.isnjbengkalis.ac.id>
- Mauli Siagian, Putu Hari Kurniawan, Hikmah. (2019). Analisis Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja UMKM di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(2). <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.107>
- Melly Eka Ayu Aulia, Maziyah Mazza Basya. (2025). Analisis Inovasi Produk Dan Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Permen Asam Manis Bundang's. *YUME: Journal of Management*, 8(1). <https://journal.stieamkop.ac.id>
- Muharam, A. (2015). *Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia*.
- Nila, A. M., & Shihab, M. R. (2019). Strategi media sosial untuk pengembangan UMKM. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2).
- Puspita Lianti Putri, Budi Widadi. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(4). <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113>
- Puspita, N. F., Zuchrillah, D. R., Hamzah, A., & Pudjiastuti, L. (2022). Sosialisasi Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) menjadi Dokumen Awal Sertifikasi Halal. *Sewagati*, 7(2).
- Shinta Avriyanti. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 6(1). <http://10.35722/pubbis.v6i1.582>
- Sobar, A., Permadi, I., Alhidayatullah, A., & Fathussyaadah, E. (2023). Peningkatan kualitas produk dan layanan UMKM untuk meningkatkan daya saing. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4).
- Sudarto, A., & et al. (2021). Sosialisasi Pengembangan UMKM Berbasis Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa. *Laporan Pengabdian Masyarakat*, 3(1).
-