

### Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Peluang Usaha Es Kristal di Kota Serang

Wawan Saputra <sup>a</sup>., Achmad Supandi <sup>b</sup>., Pandji Hendrarso. <sup>c</sup>

<sup>abc</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten

e-mail : <sup>a</sup> wsaputra789@gmail.com · <sup>b</sup> supandimmsi@gmail.com · <sup>c</sup> panjihendrarso@yahoo.com

#### Abstrak

Tujuan penelitian guna mendeskripsikan bagaimana pengaruh pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah terhadap peluang usaha es kristal di kota serang dan juga mengetahui faktor pendukung lainnya dalam pemberdayaan Usaha Mikro di Kota Serang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan teknik analisis data menggunakan SWOT analysis. Lokasi penelitian dilakukan di Es Kristal Premium KOYUKI Cilegon. Hasil penelitian ini yaitu peneliti menemukan alternatif peluang baru dengan beberapa Langkah yang dilakukan dengan menentukan kekuatan, dan kelemahan internal perusahaan serta menentukan peluang dan ancaman eksternal perusahaan yang kemudian dibuat analisis SWOT dari hasil kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman. Peneliti menemukan alternatif strategi dan peluang yang dapat diterapkan, yaitu pengelolaan sumber daya manusia, kolaborasi dengan retail serta memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan dalam promosi penjualan.

**Kata Kunci:** pelaku usaha, es kristal, kota serang

### *The Influence of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Growth on Crystal Ice Business Opportunities in Serang City*

#### Abstract

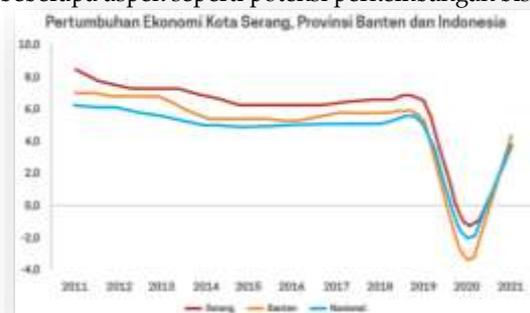
The research aims to describe how the growth of micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs) influences the business opportunities of crystal ice in serang city. It also seeks to identify other supporting factors in empowering Micro Enterprises in the city. The research method employed is qualitative, utilizing SWOT analysis as the data analysis technique. The study is conducted at Premium Crystal Ice KOYUKI Cilegon. The findings reveal new alternative opportunities, identified through a series of steps involving the determination of internal strengths and weaknesses of the company, as well as identifying external opportunities and threats. Subsequently, a SWOT analysis is conducted based on the identified strength, weaknesses, opportunities and threats. The researcher proposes alternative strategies and opportunities, including human resource management, collaboration with retail, and leveraging digital technology for sales promotion.

**Keywords:** business actors, crystal ice, serang city

#### A. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era globalisasi saat ini telah menyebabkan peningkatan kebutuhan manusia, yang tidak terbatas pada kebutuhan pokok tetapi juga kebutuhan pribadi. Pemuasan kebutuhan pribadi ini merupakan kebutuhan penting bagi kelompok tertentu untuk menyamakan kepuasannya dengan kebutuhan dasar. Seiring perkembangan ekonomi yang signifikan di provinsi banten terutama di kota serang, berbagai bidang seperti sektor manufaktur dan industri hingga perdagangan eceran. Di sisi lain, gaya hidup juga berubah dari tradisional ke modern, yang menyebabkan perubahan dalam belanja konsumen. Bentuk usaha yang mengalami perkembangan pesat seiring dengan pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah Es Kristal. Pada saat ini banyak bermunculan pelaku usaha baru di bidang kuliner dan minuman kekinian yang menjamur dengan bermacam-macam merk dagang yang

membutuhkan es kristal sebagai bahan baku utama pada produk minuman yang dihasilkannya. Es Kristal Premium KOYUKI Cilegon telah memulai menjalankan bisnis es kristal sejak tahun 2020, beroperasi di kota cilegon. Model usaha yang telah berjalan adalah sebagai agen pengecer es kristal. Melihat peluang dan potensi di atas, untuk itu akan dilakukan analisa dari beberapa aspek seperti potensi perkembangan bisnis ini.



Sejak awal pemekaran hingga saat ini, pertumbuhan ekonomi Kota Serang selalu diatas rata-rata provinsi acuannya, yaitu Banten. Bahkan melampaui nasional. Kota Serang mencapai puncak pertumbuhan ekonominya pada 2011 yang mencapai 8,3%, disaat provinsi (7%) dan nasional (6,2%). Setelah itu, kinerja ekonomi Kota Serang mengalami tren perlambatan hingga puncaknya pada tahun 2020 seiring dengan perlambatan ekonomi nasional akibat pandemi. Pada 2021, pertumbuhan ekonomi Kota Serang terkerek ke 3,8%. Namun di bawah provinsi Banten (4,4%), walaupun lebih baik dari nasional (3,7%).

Peneliti tertarik melakukan penelitian ini dikarenakan peneliti menemukan beberapa kondisi seperti peluang pengelolaan sumber daya manusia, kolaborasi dengan pelaku usaha retail dan pemanfaatan teknologi digital pada fenomena yang terjadi.

dengan arti yang dikenakan oleh individu atau kelompok pada suatu permasalahan sosial atau manusia (Creswell, 2014). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT.

Proses pengambilan data atau analisis studi deskriptif ini menggunakan metode observasi (Dr. Sigit Hermawan, 2021) dan wawancara (Dr. R. A. Fadhallah, 2021). Kemudian data dianalisa sehingga menghasilkan usulan untuk proposal pengembangan usaha atau bisnis yang didalamnya memuat pertimbangan seperti apa kelayakannya. Pengambilan data dilakukan kepada informan internal perusahaan dan eksternal atau pihak lain yang terkait dengan produk dari usaha es Kristal. Informan internal tersebut adalah pemilik dari usaha es kristal premium KOYUKI yang berada di kota cilegon. Penentuan informan sesuai dengan kebutuhan dan fenomena yang terjadi.

### PERSEPSI PUBLIK



Fujia & Luthfi (2021) "Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia berkembang dengan sangat pesat setiap tahunnya, peningkatan yang signifikan terhadap perkembangan UMKM dalam jumlah unit, penyediaan lapangan kerja maupun jumlah output yang dihasilkan".

Sarfiah et al., (2019) "Keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada perekonomian Indonesia sangat dominan".

Trisnawarman et al., (2021) "Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada bulan maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap produk Domestik Bruto sebesar 61,07% atau senilai Rp. 8.573,89 triliun".

KemenkeuRI.go.id, (2021) "Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai penyumbang produk domestic bruto (PDB) Nasional memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia".

### B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2018). Jenis Penelitian menggunakan Kualitatif yang dimulai dengan asumsi dan penggunaan kerangka penafsiran/teoritis yang membentuk akan mempengaruhi studi tentang permasalahan riset yang terkait

### C. PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teori analisis SWOT oleh Freddy Rangkuti. Analisis SWOT merupakan identifikasi dari berbagai faktor secara sistemik untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan juga peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan juga ancaman (*Threats*).

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weakness*).

Data yang didapatkan dari observasi langsung dan wawancara, kemudian dianalisa dengan metode SWOT dengan mempertimbangkan berbagai aspek, untuk mendapatkan kelayakan. Analisa terkait pengembangan usaha es kristal KOYUKI cilegon dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Telah memiliki pelanggan tetap dan menjadi supplier yang cukup menguasai banyak pelaku usaha di kota cilegon.</li> <li>b. Pengelolaan produk cukup baik dengan kondisi asset yang minimal.</li> <li>c. Memiliki respon permintaan pengiriman es kristal yang cepat.</li> <li>d. Memiliki pengalaman penjualan es kristal</li> <li>e. Menguasai pasar es kristal di kota cilegon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Aset yang digunakan masih minimal walaupun sudah cukup menjaga kualitas produk</li> <li>b. Tidak memiliki modal keuangan yang kuat</li> <li>c. Kemampuan pengiriman masih dalam jarak area kota cilegon</li> <li>d. Sangat tergantung kepada tenaga listrik, belum memiliki sumber daya listrik cadangan apabila ada pemadaman listrik</li> <li>e. Pencatatan keluar masuk barang</li> </ul>

# SEMNASIA

## (Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0  
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

<p>f. Proses pengiriman cepat, hal ini menjadi salah satu feedback positif dari pelanggan</p> <p>g. Mengetahui dan memahami cara menjaga kualitas persediaan barang</p> <p>h. Memiliki network cukup luas,</p>	<p>masih manual, belum akuntabel</p> <p>f. Belum memahami pentingnya digitalisasi proses bisnis</p> <p>g. Kurang pandai menjaga kebersihan lingkungan sekitar</p>	<p>sehingga memudahkan tenaga kerja baru</p> <p>i. Omset penjualan rata-rata 250 juta per bulan, dan meningkat 3 kali lipat apabila bulan puasa</p> <p>j. Penjualan harian cukup stabil pada kisaran 8 ton es kristal</p>	<p>h. Pemasaran door to door, belum mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial</p>
--	---	---	---

<b>Peluang (Opportunities)</b>	<p>a. Adanya pelanggan baru dari kota serang yang berbatasan langsung dengan kota cilegon yang telah dikuasai pasar es kristal.</p> <p>b. Kota Serang termasuk daerah yang sedang mengalami pertumbuhan UMKM terutama dalam minuman dan makanan kekinian.</p> <p>c. Potensi pasar di kota serang yang berbatasan langsung.</p> <p>d. Potensi pasar di dalam kota serang yaitu pelaku UMKM yang masih menggunakan es balok maupun es batu, memerlukan tenaga lagi untuk memecah menjadi potongan-potongan es yang seukuran untuk gelas minuman.</p> <p>e. Pertumbuhan UMKM dalam bidang makanan dan minuman.</p> <p>f. Adanya pihak lain yang memiliki modal yang tertarik untuk investasi coldstorage yang lebih luas dan mesin produksi es kristal.</p> <p>g. Adanya investor yang tertarik untuk pengadaan mesin produksi es kristal.</p>	<b>Strategi S.O</b>	<b>Strategi W.O</b>
	<p>a. Meningkatkan kepuasan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menambah pelanggan baru</p> <p>b. Memperluas pangsa pasar ke kota lain terdekat yang berbatasan dengan cilegon</p> <p>c. Menambah kemampuan dengan memproduksi sendiri es kristal</p>	<p>a. Meningkatkan kapasitas Coldstorage</p> <p>b. Memnambah armada dan tenaga kerja sesuai kebutuhan</p> <p>c. Meningkatkan kompetensi inti dan kompetensi pendukung</p> <p>d. Menerapkan peralatan dengan teknologi yang memadai</p>	
<b>ncaman (Threats)</b>	<p>a. Munculnya produsen es kristal pada lokasi yang lebih dekat di kota serang.</p> <p>b. Harga pesaing lebih murah dari harga produk sendiri.</p> <p>c. Karakter usaha ini sangat tergantung terhadap ketersediaan dan kontinuitas energy listrik.</p> <p>d. Muncul pesaing dengan harga lebih murah yang mampu memasarkan ke kota target market.</p> <p>e. Adanya mesin es kristal ukuran rumahan yang semakin murah, dengan kemampuan produksi 20kg per hari sehingga untuk penjual yang memiliki kebutuhan per hari lebih kecil dari 20kg es kristal akan memilih untuk membeli mesin sendiri.</p> <p>f. Calon investor ingin menguasai bisnis es kristal atau terlalu mengatur dan mencampuri manajemen internal.</p> <p>g. Investor yang terlalu mengatur urusan internal bisnis.</p> <p>h. Investor batal menginvestasikan modalnya.</p>	<b>Strategi S.T</b>	<b>Strategi W.T</b>
	<p>a. Meningkatkan kuantitas penjualan.</p> <p>b. Melakukan branding yang lebih spesifik sesuai karakter masyarakat sekitar.</p> <p>c. Meningkatkan efisiensi untuk mempertahankan harga yang terjangkau</p> <p>d. Menyiapkan sumber daya listrik cadangan</p> <p>e. Membuat diferensiasi produk untuk semen pelaku usaha dan untuk segmen perseorangan.</p> <p>f. Menjaga kerjasama dengan investor agar pemilik perusahaan tetap menguasai perusahaannya.</p>	<p>a. Memperbaiki metode pengendalian proses bisnis secara utuh</p> <p>b. Meningkatkan kompetensi</p> <p>c. Mencari investor yang potensial</p>	

**Tabel 2.** Analisa Lingkungan Internal dan Eksternal

# SEMNASIA

## (Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0

24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

Kemudian dengan analisa lingkungan internal dan eksternal sebagaimana tabel diatas, beserta hasil wawancara maka untuk rencana pengembangan perusahaan akan dilakukan beberapa usulan sebagaimana diuraikan sebagai berikut :

No	Aspek	Hasil
1	Decoupling	Perusahaan merencanakan untuk menambah segmen diluar segmen awal, segmen awal adalah para pelaku usaha kuliner atau minuman kekinian. Segmen baru yang menjadi target pasar adalah perseorangan atau anggota keluarga yang ada di masyarakat sekitar. Dengan pemahaman decoupling, perusahaan akan berinovasi untuk metode pemasarannya dengan pemanfaatan media social agar menjangkau perseorangan untuk mendapatkan penjualan dari diferensiasi produk yang akan dilakukan yaitu kemasan produk untuk perseorangan. Karena inovasi merupakan salah satu elemen penting yang dibutuhkan oleh wirausahawan untuk mempertahankan bisnisnya (Sisca dkk, 2021). Perusahaan perlu mengupayakan agar metode branding di media social dapat menjangkau target pasar dan menciptakan value tambahan.
2	Manajemen Bisnis	Perusahaan perlu mengembangkan bisnis ini dengan menambah kemampuan, tidak hanya mendistribusikan produk saja akan tetapi juga membuat atau memproduksi sendiri dengan merencanakan investasi. Sehingga diharapkan bisnis berkembang tidak hanya sebagai supplier tetapi juga sebagai produsen es kristal.
3	Pemasaran	Memperluas area sebaran pelanggan yaitu ke pelanggan di kota lain yang berbatasan dengan kota cilegon. Sehingga secara geografis targetnya adalah menguasai provinsi banten. Menggunakan media social sebagai sarana pemasaran. Meningkatkan kemampuan kendaraan <i>delivery</i> dalam menjaga kualitas suhu es kristal ketika mengirimkan ke pelanggan di kota sebelah yang terjauh. Memperbanyak penyebaran poster ke wilayah lain.
4	Operasional	Meningkatkan modal untuk di investasikan menjadi mesin produksi atau pencetak es kristal sehingga bisa memproduksi sendiri tanpa tergantung dengan pabrik lain. Meningkatkan kemampuan dan kapasitas <i>coldstorage</i> sehingga pengawasan terhadap persediaan lebih mudah dan praktis serta dapat menjaga kualitas produk menjadi lebih baik.
5	Sumber Daya Manusia	Memberdayakan tenaga kerja baru untuk menunjang Operasional perusahaan. Kemudian meningkatkan kompetensi dengan pelatihan maupun mengikuti webinar yang berkaitan dengan proses bisnis perusahaan, misalnya tentang proses produksi es kristal, digitalisasi proses bisnis, branding dan sebagainya.
6	Yuridis	Menyelesaikan kepengurusan perizinan legalitas perusahaan, karena selama ini masih dalam bentuk izin usaha perorangan.
7	Lingkungan	Perusahaan akan meningkatkan kemampuan untuk bisa memproduksi sendiri sehingga dapat memberikan manfaat lebih luas kepada masyarakat sekitar dalam hal memenuhi kebutuhan es yang siap konsumsi dan dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan.
8	Resiko	Menjalankan mitigasi dari resiko utama yang sudah dikaji dengan strategi mitigate (Dr. Drs. Soeseno Bong, 2019). Yaitu memprioritaskan menentukan pemodal pertama dari internal, keluarga, kerabat, teman dan terakhir bank. Kemudian membuat diferensiasi produk dengan kemasan lebih kecil.

Tabel 3. Hasil Studi Kelayakan dari Beberapa Aspek

### D. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan oleh es kristal premium KOYUKI dalam melihat peluang pertumbuhan UMKM di kota serang untuk mendistribusikan es kristal sudah tepat.

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti menemukan strategi baru dengan beberapa langkah yang dilakukan yaitu menentukan kekuatan dan kelemahan internal es kristal premium KOYUKI serta menentukan peluang dan ancaman eksternal yang kemudian dibuat analisis SWOT dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang telah ditemukan. Dan kemudian peneliti menemukan 3 alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu :

#### Notes on Contributors :

**Wawan Saputra, ST.,** adalah Mahasiswa Pascasarjana jurusan Magister Administrasi Bisnis STIA Banten serta HR Training & Development Team Leader di Wilmar International Ltd.

**Dr. Achmad Supandi, S. Kom, MMSI.,** merupakan Doktor Ilmu Administrasi dari Universitas Brawijaya, dan juga Koordinator divisi kegiatan pendidikan dan pelatihan (Pelaksanaan Program) BMKG ETC/Ketua Tim BMKG

### REFERENSI

Fatimah, F. N (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia

R. A. Fadhallah, S. M. (2021). *Wawancara*. Jakarta: UNJ PRESS

Sigit Hermawan, S. M. (2021). *METODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).

Sisca dkk. (2021). *Manajemen Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Soeseno Bong, M. (2019). *Manajemen Risiko, Krisis, Dan Bencana Untuk Industri Pariwisata yang Berkelanjutan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset* (S. Zuhri (ed.); Kesatu). PUSTAKA PELAJAR.

Fajar, M., & Larasati, C. W. (2021). Peran Financial Technology (fintech) dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Humanis (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(2), 702–715.

Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa Msme The Pillar For conomy. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2).

Trisnawarman, D., Imam, M. C., Chan, J., & Dayanti, A. (2021). Pembuatan Aplikasi E-commerce Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Warung Bu Dhevi. *Prosiding SENAPENMAS*.

<https://datanesia.id/memetakan-peluang-ekonomi->

Pengelolaan Sumber Daya Manusia, kolaborasi dengan ritel untuk meningkatkan penjualan dan memudahkan pelaku usaha, serta memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran yang lebih optimal agar menjangkau lebih banyak pelanggan.

Dari analisa beberapa aspek perusahaan dapat memilih 4 strategi utama dimana masing-masing mewakili kuadran hasil matrik SWOT (Fatimah, 2016), agresif, difersifikasi, defensive dan *turnaround*. Yaitu meningkatkan kemampuan perusahaan agar dapat memproduksi sendiri es kristal, memperluas pangsa pasar di kota serang dan kota lain yang ada di provinsi banten untuk menambah segmentasi target pasar, menerapkan inovasi terutama dalam aspek pemasaran dan meningkatkan kompetensi sumber daya manusia yang dimiliki.

Corporate University/Widyaiswara Madya BMKG Education and Training Center dan sebagai Dosen STIA BANTEN, Indonesia, Dewan Redaksi Jurnal Widya Climago, Reviewer Jurnal Politik dan Demokrasi. (Scopus ID: 57297780200 , Google Scholar: dan Sinta ID: 6858747).

**Dr. Ir. Panji Hendrarso, M.M.,** adalah Ketua Pembina Yayasan Kemandirian Banten dan juga Dosen Tetap jenjang Jabatan Akademik Assistant Professor pada Program Studi Administrasi Bisnis S2 di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten. (SINTA ID 6820535)

[wilayah-kota-serang/](mailto:wilayah-kota-serang/)