

## **Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Pendekatan Sistem Manajemen Perencanaan Strategis**

**Endang Wahyudi<sup>1</sup>, Taufik Baidawi<sup>2</sup>, Haryanto<sup>3</sup>, Natal Indra<sup>4</sup>**

<sup>1,3</sup>Sistem Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Rekayasa Perangkat Lunak, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

<sup>4</sup>Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

e-mail: endang.edw@bsi.ac.id<sup>1</sup>, taufik.tfb@bsi.ac.id<sup>2</sup>, haryanto.hyt@bsi.ac.id<sup>3</sup>, natal.nia@bsi.ac.id<sup>4</sup>

### **ABSTRAK**

Pemetaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) melalui pendekatan sistem manajemen perencanaan strategis menggunakan pendekatan metode kualitatif dan PEST Analisis untuk melakukan pemetaan UMKM. Keberhasilan bertahan saat covid-19 membuat UMKM memiliki peran yang cukup baik dalam penyerapan tenaga kerja, contohnya karyawan maskapai penerbangan setelah purna kerja atau pensiun dini membuka usaha pempek. Data dikumpulkan melalui survei dan wawancara dengan pemilik UMKM serta melalui analisis dokumen terkait UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan sistem manajemen perencanaan strategis dapat digunakan untuk memetakan UMKM. Dalam pemetaan ini, ditemukan berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM, seperti faktor internal (misalnya, keunggulan produk, manajemen keuangan) dan faktor eksternal (misalnya, persaingan pasar, kebijakan pemerintah). Selain itu, pemetaan ini juga mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang pentingnya sistem manajemen perencanaan strategis dalam memetakan UMKM. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan bagi UMKM. Selain itu, pemetaan ini juga dapat membantu pemerintah dan stakeholder terkait dalam merancang kebijakan dan program yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM.

**Kata Kunci:** manajemen sistem, pemetaan umkm, perencanaan strategis

### **ABSTRACTS**

*Mapping of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) through a strategic planning management system approach using qualitative methods and PEST analysis to conduct MSME mapping. The success of surviving during COVID-19 has given MSMEs a significant role in absorbing the workforce, for example, airline employees who, after retirement or early retirement, start a pempek business. Data was collected through surveys and interviews with MSME owners as well as through the analysis of documents related to MSMEs. The results of this study indicate that a strategic planning management system approach can be used to map MSMEs. In this mapping, various factors influencing the success of MSMEs were found, such as internal factors (e.g., product excellence, financial management) and external factors. (such as, market competitiveness, policy of government). In addition, this mapping also identifies the opportunities and challenges faced by SMEs in developing their businesses. This research contributes to the understanding of the importance of strategic planning management systems in mapping SMEs. The results of this study can be used as a basis for developing more effective and sustainable business strategies for SMEs. Additionally, this mapping can also assist the government and related stakeholders in designing policies and programs that support the growth and development of SMEs*

**Keywords:** mapping of msmes, strategic planning, system management



## 1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini, usaha mikro kecil menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara (Hidayat et al., 2022). UMKM tidak hanya menjadi sumber lapangan kerja yang signifikan, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan pembangunan masyarakat (Novitasari, 2022). Namun, UMKM sering menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangannya.

Perkembangan jumlah UMKM bertambah semenjak adanya covid19, beberapa pengusaha mikro dan kecil bertumbuh karena adanya pensiun dini karyawan diantaranya karyawan maskapai yang membuka usaha pempek. Pemetaan UMKM merupakan langkah penting dalam memahami dan mengidentifikasi karakteristik, potensi, dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM (Pardede & Suwito, 2024). Melalui pemetaan ini, dapat dikembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan pemetaan UMKM melalui pendekatan sistem manajemen perencanaan strategis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan sistem dan metode manajemen perencanaan strategis untuk melakukan pemetaan UMKM. Pendekatan sistem digunakan untuk memahami UMKM sebagai suatu sistem yang kompleks, di mana berbagai elemen saling terkait dan saling mempengaruhi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat UMKM secara holistik, termasuk faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan UMKM.

Metode manajemen perencanaan strategis digunakan untuk merumuskan strategi bisnis yang tepat untuk UMKM (Meidita & Sukmono, 2023). Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui survei dan wawancara dengan pemilik UMKM serta melalui analisis dokumen terkait UMKM. Survei dilakukan untuk mengumpulkan data tentang karakteristik UMKM, seperti ukuran, jenis usaha, dan tingkat keberhasilan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM, seperti keunggulan produk, manajemen keuangan, dan persaingan pasar. Analisis dokumen dilakukan untuk memperoleh

informasi tambahan tentang kebijakan pemerintah yang berpengaruh terhadap UMKM.

GPD k-berarti mengungguli pesaing dalam eksperimen ekstensif pada kumpulan data sintetis dan nyata. GEV K-Mean dapat memperkirakan struktur cluster dan berkinerja baik. (Zheng et al., 2022) Pendekatan strategis yang berbeda dalam berbagai tahap pengembangan ekosistem organisasi yang kompleks. Strategi bervariasi berdasarkan tingkat keterlibatan anggota ekosistem (Grumadaitė & Jucevičius, 2022). Agensi tingkat sistem yang diaktifkan oleh 'praktik pengelompokan' membentuk kemunculan cluster. Praktek khusus pengelompokan di suatu wilayah menentukan keberhasilan cluster (Stephens & Sandberg, 2020). Model cluster bisnis melingkar. Mendesain ulang rantai nilai untuk manajemen operasi berkelanjutan (Ada et al., 2024).

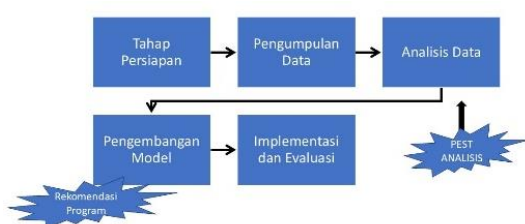
Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pendekatan sistem manajemen perencanaan strategis dapat digunakan untuk memetakan UMKM. Dalam pemetaan ini, ditemukan berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. Faktor internal, seperti keunggulan produk, manajemen keuangan, dan sumber daya manusia yang berkualitas, memiliki peran yang signifikan dalam keberhasilan UMKM. Faktor eksternal, seperti persaingan pasar, kebijakan pemerintah, dan kondisi ekonomi, juga berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Selain itu, pemetaan ini juga mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka. Peluang tersebut meliputi adanya permintaan pasar yang tinggi, perkembangan teknologi, dan akses ke pasar global. Namun, UMKM juga menghadapi tantangan, seperti keterbatasan modal, akses ke sumber daya yang terbatas, dan persaingan yang ketat.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang pentingnya sistem manajemen perencanaan strategis dalam memetakan UMKM. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM, dapat dikembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan. Strategi ini dapat membantu UMKM untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Selain itu, pemetaan ini juga dapat membantu pemerintah dan stakeholder terkait dalam merancang kebijakan dan program yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Dengan memahami karakteristik dan

potensi UMKM, pemerintah dapat mengembangkan kebijakan yang lebih tepat sasaran dan program yang mendukung UMKM dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode PEST (Political, Economic, Social, and Technological), dengan menggunakan metode deskriptif dan eksploratif untuk memetakan kondisi UMKM melalui analisis PEST yang mengikuti tahapan-tahapan seperti yang terlihat pada gambar 1.



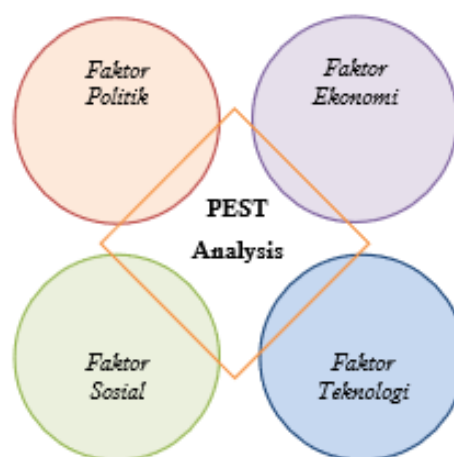
**Gambar 1.** Tahapan Penelitian

Pada tahap persiapan peneliti melakukan studi literatur dan identifikasi variabel PEST. Studi Literatur dilakukan dengan meninjau literatur terkait UMKM, manajemen perencanaan strategis, dan analisis PEST. Selanjutnya identifikasi variabel PEST dilakukan dengan Menentukan variabel-variabel yang relevan dalam konteks politik, ekonomi, sosial, dan teknologi yang mempengaruhi UMKM.

Pada tahap pengumpulan data, peneliti mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui survei, menyebar kuesioner dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pemerintah, asosiasi UMKM, dan pakar industri. Data juga dikumpulkan dengan melakukan observasi langsung ke lapangan. Peneliti melakukan kunjungan langsung ke lokasi UMKM untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam. Peneliti juga menggunakan data sekunder melalui dokumen dan laporan. Data berhasil dikumpulkan dari laporan pemerintah, publikasi akademik, dan studi kasus terkait UMKM.

Pada tahap analisis data, peneliti melakukan analisis PEST dan integrasi hasil analisis. Analisis PEST dilakukan pada 4 faktor yaitu faktor politik, faktor ekonomi, faktor sosial dan faktor teknologi seperti yang terlihat pada gambar 2. Pada faktor politik, peneliti mengidentifikasi kebijakan atau aturan

pemerintah, regulasi, dan faktor politik lain yang mempengaruhi UMKM. Pada faktor ekonomi, peneliti menganalisis kondisi ekonomi, akses keuangan, dan faktor ekonomi lain yang mempengaruhi kinerja UMKM. Peneliti juga melakukan analisis pada faktor sosial dengan menelaah faktor sosial seperti budaya, demografi, dan tren konsumen yang berdampak pada UMKM. Sedangkan pada faktor teknologi, peneliti mengevaluasi perkembangan teknologi, adopsi teknologi, dan inovasi yang relevan dengan UMKM. Selanjutnya peneliti menggabungkan hasil analisis PEST untuk mengembangkan pemahaman secara menyeluruh tentang faktor eksternal yang mempengaruhi UMKM.



Sumber (Mahadiansar & Aspariyana, 2020)

**Gambar 2.** Model Analisis PEST

Pada tahap pengembangan model, peneliti mengembangkan model berdasarkan temuan dari analisis PEST yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan. Lalu melakukan validasi model. Uji coba model pada beberapa UMKM terpilih dan mendapatkan umpan balik untuk penyesuaian dan penyempurnaan.

Pada tahap terakhir, dilakukan implementasi dan evaluasi. Implementasi model dilakukan dengan menerapkan model pada skala yang lebih luas dan memberikan pelatihan serta pendampingan kepada UMKM. Selanjutnya dilakukan evaluasi keberhasilan. Peneliti mengevaluasi dampak model terhadap kinerja UMKM melalui indikator kinerja utama (KPI) dan umpan balik dari pelaku UMKM. Lalu melakukan revisi dan penyempurnaan. Revisi dilakukan berdasarkan hasil evaluasi untuk memastikan model efektif dan efisien.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisa, terlihat beberapa faktor yang mempengaruhi UMKM terhadap perubahan lingkungan makro.

#### 3.1. Faktor Politik

Peraturan pemerintah PP No 8 Tahun 2021 Mengatur mekanisme pendirian UMKM sebagai badan hukum Perseroan Perorangan. PermenkoUMK No 2/2019: Mengatur Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) yang diterbitkan oleh Lembaga OSS. IUMK bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi pelaku usaha berdampak kepada digitalisasi pelaku usaha sehingga memberikan peluang bagi UMKM agar dapat melegalkan izin usaha mereka. Sehingga untuk UMKM yang belum atau tidak lengkap perizinannya diperlukan pendampingan pengurusan izin usaha. Tabel 1 menunjukkan UMKM yang memiliki izin SKU-NIB UMKM pada 10 kecamatan dari 40 Kecamatan di Kabupaten Bogor.

#### 3.2. Faktor Ekonomi

kontribusi terhadap PDB sebesar 60,5% dan mampu menyerap tenaga kerja 96,9%. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah menjelma sebagai salah satu pilar vital

perekonomian Indonesia UMKM telah terbukti tahan terhadap krisis, bahkan menjadi *booster* pemulihan ekonomi pada saat krisis, termasuk pandemi Covid-19 sehingga berdampak kepada penentuan strategi usaha untuk low cost, konsinyasi, dan sharing factory serta memberikan peluang bagi UMKM agar dapat meningkatkan penjualan atau omzet. Berdasarkan hasil analisa terdapat beberapa point berkaitan dengan jumlah aset atau modal dan omzet atau pendapatan pada tahun 2023 pada 10 kecamatan di Kabupaten Bogor disajikan pada tabel 2.

**Tabel 1.** Kepemilikan izin SKU-NIB UMKM Kabupaten Bogor

Kecamatan	Jumlah (izin /UMKM)
klapanunggal	5.127/5.131
dramaga	11.909/11.910
cibungbulang	20.278/20.748
cigudeg	11.281/11.828
rumpin	13.519/13.563
caringin	16.109/16.109
Parung	7.287/7.287
megamendung	3.993/3.995
pamijahan	31.570/31.578
Leuwisadeng	9.958/9.966
Jumlah	131.031
Total Kabupaten	421.539

**Tabel 2.** Data Aset UMKM Kabupaten Bogor

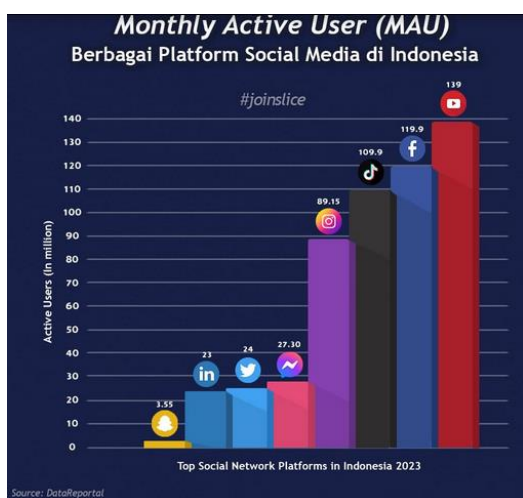
Kecamatan	Total Aset UMKM	Omset	Rata-rata omset
Leuwi Sadeng	Rp. 79,902,759,000	Rp. 958,833,108,000	Rp. 96,210,426.25
Kelapanunggal	Rp. 40,650,342,000	Rp. 487,804,104,000	Rp. 95,069,987
Dramaga	Rp. 462,820,712,705	Rp. 1,146,337,722,000	Rp. 96,250,019
Cigudeg	Rp. 2,566,631,908,362	Rp. 1,100,368,896,000	Rp. 93,030,850.19
Pamijahan	Rp. 245,305,571,000	Rp. 2,943,666,852,000	Rp. 93,218,913.55
Cibungbulang	Rp. 2,023,475,975,663	Rp. 1,935,915,338,000	Rp. 93,306,118.08
Rumpin	Rp. 188,879,381,632	Rp. 1,281,199,694.52	Rp. 94,462,854.53
Caringin	Rp. 209,575,082,395	Rp. 1,535,503,404,000	Rp. 95,319,597.99
Parung	Rp. 59,237,376,000	Rp. 710,848,512,000	Rp. 97,550,228
Megamendung	Rp. 198,896,441,654	Rp. 379,460,016,000	Rp. 94,983,734

Rata rata omzet masih dibawah 100 juta pertahun, sehingga untuk UMKM yang memiliki masalah di manajemen produksi dapat menggunakan sistem *sharing factory*. UMKM yang memiliki masalah di bagian pemasaran dapat menggunakan sistem digital marketing. Sedangkan UMKM yang memiliki masalah finance atau permodalan dapat menggunakan sistem KUR.

#### 3.3. Faktor Sosial

Saat ini konsumen lebih banyak melakukan berbagai aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Adanya peningkatan adopsi digital, dimana Orang-orang beralih ke platform digital untuk kebutuhan sehari-hari, contohnya untuk belanja, hiburan, layanan keuangan, kebugaran, pendidikan, dan lainnya. Survei menemukan sebagian besar orang akan melanjutkan menggunakan saluran digital

bahkan setelah Covid-19 selesai. (Sugandini et al., 2019). Selain itu adanya perubahan pola mobilitas, dimana Lebih sedikit penggunaan transportasi umum dan lebih tinggi mobilitas kendaraan pribadi, serta lebih banyak orang yang bekerja dari jarak jauh dengan adopsi digital peningkatan pertemuan virtual. Juga adanya perubahan perilaku pembelian, dimana orang-orang beralih ke pembelian berbasis nilai dan belanja online. Terjadi pergeseran ke pembelian berbasis nilai, dimana konsumen bereksperimen dengan merek yang kurang dikenal dan mencoba untuk membeli dari toko dan produsen lokal secara online.



**Gambar 3.** Platform media social 2023 (MAU)  
Sumber : (Achmad Budiarto, n.d.)

Gambar 3 menunjukkan penggunaan berbagai platform media sosial di Indonesia. Youtube dan Facebook masih menjadi media sosial terpopuler di Indonesia. TikTok, di urutan ketiga, telah berhasil mengalahkan popularitas Instagram. Kemudian ada Facebook Messenger, Twitter, LinkedIn, dan Snapchat yang tidak sepopuler 4 platform lainnya. Hal ini memperlihatkan peluang untuk pemanfaatan media sosial sebagai media penjualan bagi UMKM.

#### 3.4. Faktor Teknologi

Terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8%. Kemudian secara berurutan, 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19% di 2023. Berdasarkan gender, kontribusi penetrasi internet Indonesia banyak bersumber dari laki-laki 50,7% dan perempuan 49,1%. Sementara dari segi umur, orang yang berselancar di dunia maya ini mayoritas adalah Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%.

Lalu, berusia generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%. Kemudian berikutnya, Gen X (kelahiran 1965-1980) sebanyak 18,98%, Post Gen Z (kelahiran kurang dari 2023) sebanyak 9,17%, baby boomers (kelahiran 1946-1964) sebanyak 6,58% dan pre boomer (kelahiran 1945) sebanyak 0,24%. Peningkatan penetrasi akibat covid menyebabkan bertambahnya peluang pemasaran dengan prosentasi laki laki generasi Gen Z dan Milenial lalu Gen X lebih banyak sehingga materi konten marketing dapat memfokuskan narasi, visualisasi produk terhadap laki laki gen X dan gen Z.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya penggunaan pendekatan sistem manajemen perencanaan strategis dalam memetakan UMKM di Indonesia, khususnya selama pandemi COVID-19. Dengan metode kualitatif dan analisis PEST (Political, Economic, Social, and Technological), penelitian ini mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. Faktor internal termasuk keunggulan produk dan manajemen keuangan, sementara faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan kondisi pasar juga memainkan peran penting. Penelitian ini juga menemukan bahwa, meskipun UMKM memiliki peluang seperti peningkatan permintaan pasar dan akses teknologi, mereka tetap menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal dan persaingan ketat. Dengan pemetaan ini, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dapat merancang kebijakan dan strategi yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam mendukung pengembangan bisnis UMKM yang lebih berkelanjutan serta membantu dalam merancang kebijakan yang lebih tepat sasaran.

#### 5. REFERENSI

- Achmad Budiarto. (n.d.). *Materi Deteksi Dini Penyalahgunaan Media Sosial Oleh Pemuda Atau Pelajar 7 Agustus 2024*. <https://www.slideshare.net/slideshow/materi-deteksi-dini-penyalahgunaan-media-sosial-oleh-pemuda-atau-pelajar-7-agustus-2024-pdf/271216070>
- Ada, E., Sagnak, M., Mangla, S. K., & Kazancoglu, Y. (2024). A circular business cluster model for sustainable operations management. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 27(4),



- 493–511.
- Grumadaitė, K., & Jucevičius, G. (2022). Strategic Approaches to the Development of Complex Organisational Ecosystems: The Case of Lithuanian Clusters. *Sustainability*, 14(23), 15697.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Mahadiansar, M., & Asparyana, A. (2020). PEST Analysis Model dalam Pengembangan Potensi Wisata Pulau Benan, Kabupaten Lingga, Kepulauan Riau. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 1(1), 14–25.
- Meidita, T., & Sukmono, Y. (2023). Perumusan Strategi Pemasaran Produk Rengginang Dengan Penerapan Formulasi Manajemen Strategi. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 155–166.
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184–204.
- Pardede, S. J., & Suwito, S. (2024). Strategi Pemberdayaan UMKM Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Guna Kemandirian Ekonomi Bangsa Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(4), 1526–1538.
- Stephens, A. M., & Sandberg, J. (2020). How the practice of clustering shapes cluster emergence. *Regional Studies*, 54(5), 596–609.
- Sugandini, D., Effendi, M., Istanto, Y., Arundati, R., & Rahmawati, E. (2019). *Pemasaran Digital: Adopsi Media Sosial Pada UKM*. Zahir Publishing.
- Zheng, S., Fan, K., Hou, Y., Feng, J., & Fu, Y. (2022). Clustering by the Probability Distributions From Extreme Value Theory. *IEEE Transactions on Artificial Intelligence*, 4(2), 292–303.