



ANALISIS PERTUMBUHAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MELALUI FAKTOR FISIK DAN SOSIAL EKONOMI

Bunga Agustin¹, Yani Sri Astuti², Ruli As'ari³

¹Pendidikan Geografi, Universitas Siliwangi, Kota Tasikmalaya

²Pendidikan Geografi, Universitas Siliwangi, Kota Tasikmalaya

³Pendidikan Geografi, Universitas Siliwangi, Kota Tasikmalaya

E-mail: 192170013@student.unsil.ac.id

Article History:

Received:23-05-2023

Revised: 28-05-2023

Accepted:01-06-2023

Keywords:

Influence, Geography, MSMEs, Physical, Social.

Abstract: *The background in this study is that there is a discrepancy between the conditions of the Nagarasari sub-district which are not suitable to be used as a place for MSMEs and the fact that there is a growth of MSMEs in the kelurahan. The increase in MSMEs in this village has been calculated since the last 5 years. The purpose of this study is to identify and analyze the influence of physical and socio-economic factors on the growth of MSMEs in Nagarasari Village. This research was conducted in Nagarasari Village, Cipedes District, Tasikmalaya City. The method used is a quantitative method with a correlation type. The population in this study were MSME actors in the Nagarasari sub-district, with a sample taken by proportional sampling of 50% for small and medium enterprises and by random sampling of 1% for micro-enterprises. Data collection techniques used are questionnaire techniques, observation, interviews, literature studies and documentation. Meanwhile, the data analysis technique is the SWOT approach. The growth of MSMEs in Nagarasari Village is caused by physical and socio-economic factors and has an impact in the form of increased production, sales and income.*

© 2023 SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah

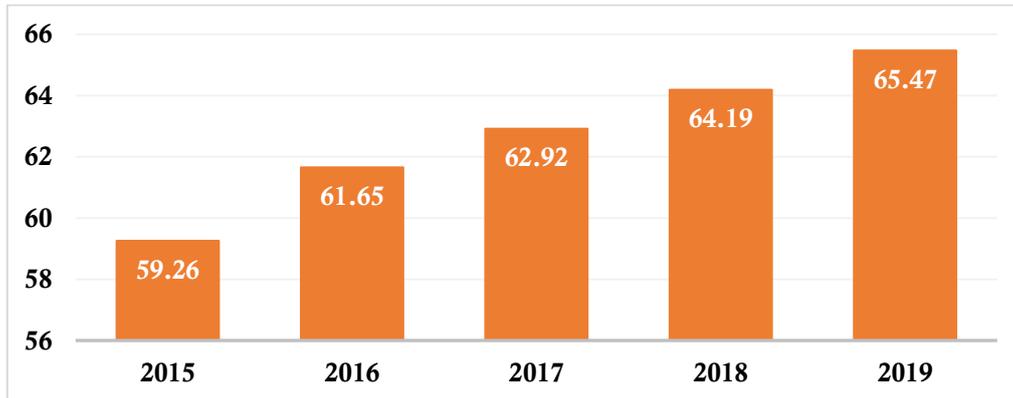
PENDAHULUAN

Indonesia sejak dahulu terkenal dengan aktivitas jual beli yang tinggi, bahkan sering dilirik oleh pedagang dari luar negeri seperti negara-negara bagian Timur Tengah dan Eropa. Dari hal tersebut, muncul kondisi sosial ekonomi yang menyebabkan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia berkaitan erat dengan kegiatan jual beli hingga saat ini.

Aktivitas jual beli masyarakat Indonesia kini lebih beragam dibandingkan pada zaman dahulu yang terbatas kepada hasil pertanian atau sumber daya alam saja. Hal ini tidak terlepas dari gelombang-gelombang peradaban manusia. Manusia memiliki tiga gelombang peradaban yang berbeda, yang terdiri dari gelombang pertama yaitu pertanian, gelombang kedua yaitu industri dan gelombang ketiga yaitu informasi (Halim, 2020: 159). Berbagai hasil dan produk yang diperjualbelikan oleh masyarakat saat ini lebih bervariasi, misalnya makanan siap saji, alat-alat teknologi, bahan bakar kendaraan dan lain-lain.

Negara Indonesia sadar akan kelebihan yang dimilikinya dalam aktivitas jual beli sehingga pemerintah memberikan label untuk para pelaku yang cakupannya kecil dan dekat masyarakat yakni UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan atau perorangan yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria UU No. 20 Tahun 2008 (Ferdian, 2022: 118).

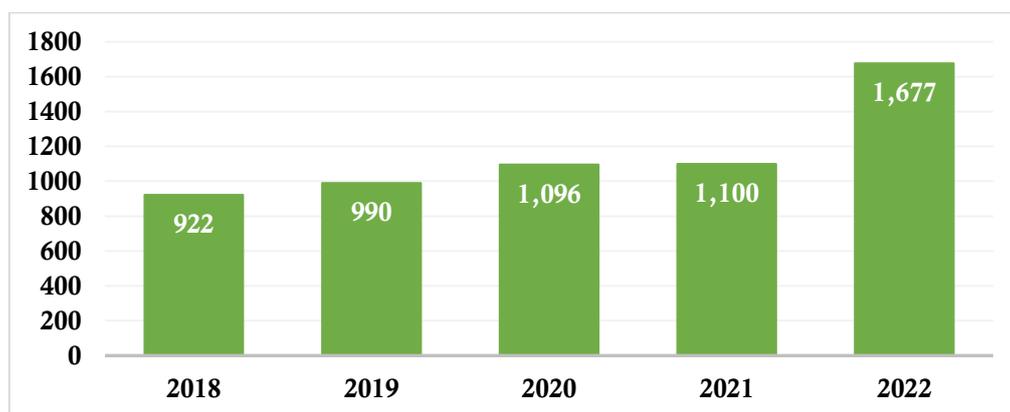
Perkembangan UMKM di Indonesia masif dan besar. Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah menyatakan pada tahun 2019 terdapat 65.465.497 unit usaha dengan peningkatan sekitar 1,98% dari tahun sebelumnya. Hal ini menjadikan UMKM sebagai salah satu faktor pendukung kesejahteraan masyarakat Indonesia. Berikut adalah grafik yang menunjukkan tingkat pertumbuhan UMKM di Indonesia.



Sumber: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (2019)

Gambar 1
Tingkat Pertumbuhan UMKM di Indonesia

Salah satu daerah di Indonesia dengan jumlah UMKM yang terus meningkat adalah Kelurahan Nagarasari. Perkembangan kelurahan ini ditandai dengan banyaknya masyarakat yang membuka UMKM secara pribadi. Data Laporan Kependudukan Kelurahan Nagarasari Berdasarkan Pekerjaan pada tahun 2022 mengungkapkan bahwa terdapat 1.677 UMKM di Kelurahan Nagarasari dengan peningkatan sekitar kurang lebih 52,5% dari tahun sebelumnya. Berikut adalah grafik yang menunjukkan tingkat pertumbuhan UMKM di Kelurahan Nagarasari.



Sumber: Data Laporan Kependudukan Kelurahan Nagarasari Berdasarkan Pekerjaan (2022)

Gambar 2
Tingkat Pertumbuhan UMKM di Kelurahan Nagarasari

Pertumbuhan UMKM ini berbanding terbalik dengan kondisi geografi yang ada di Kelurahan Nagarasari sehingga kurang sesuai untuk dijadikan sebagai tempat

berwirausaha. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi kondisi tersebut. Salah satu faktornya adalah faktor sosial ekonomi masyarakat, dilihat dari data BPS Kota Tasikmalaya, pengeluaran perkapita Kelurahan Nagarasari Kecamatan Cipedes adalah Rp10.578,00 per hari. Hal ini menunjukkan bahwa kelurahan ini dinilai tidak memiliki daya beli yang besar. Artinya, apabila daya beli kurang besar, maka kurang diminati pula sebagai target pasar UMKM.

Faktor lainnya dilihat dari faktor fisik, Kelurahan Nagarasari kurang sesuai untuk dijadikan lokasi usaha. Menurut Mumtaz (2022: 29) faktor paling dominan dalam penentuan pemilihan lokasi usaha adalah akses dan lalu lintas bagi kemudahan dan kelancaran pembeli untuk mengunjungi lokasi penjual.

Berdasarkan observasi awal, Kelurahan Nagarasari rata-rata memiliki jalan kecil seluas 5 meter. Sesuai dengan PP No. 34 Tahun 2006 yang mengungkapkan bahwa batas lebar jalan kecil adalah 5,5 meter. Hal tersebut menjadikan Kelurahan Nagarasari memiliki akses kendaraan yang terbatas, sehingga kurang strategis untuk dijadikan lokasi usaha. Meskipun demikian, terlihat banyak UMKM yang menjual barang dan jasanya di sepanjang jalan Kelurahan Nagarasari bahkan terdapat UMKM penyedia barang dan jasa baru.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 3

Jalan Kecil di Sekitar Kawasan UMKM Kelurahan Nagarasari

Salah satu acuan dalam melihat keberhasilan UMKM yaitu pertumbuhan UMKM. Oleh karena itu, berbagai faktor yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM harus diperhatikan. Dapat terlihat suatu perbedaan dari faktor pertumbuhan UMKM yang secara umum tidak meyakinkan bagi Kelurahan Nagarasari dengan kenyataan bahwa kelurahan ini memiliki banyak UMKM. Berdasarkan uraian tersebut maka dilakukan penelitian tentang Analisis Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Faktor Fisik dan Sosial Ekonomi di Kelurahan Nagarasari Kecamatan Cipedes Kota Tasikmalaya.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor fisik dan sosial ekonomi terhadap pertumbuhan UMKM di Kelurahan Nagarasari Kecamatan Cipedes Kota Tasikmalaya. Dari tujuan tersebut, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pengetahuan dan pemahaman serta informasi data, baik dari aspek fisik maupun sosial ekonomi dalam mendukung pertumbuhan UMKM yang lebih optimal di wilayah sekitar, yaitu Kelurahan Nagarasari Kecamatan Cipedes Kota Tasikmalaya.

LANDASAN TEORI

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Arti dari UMKM adalah badan usaha kecil yang dijalankan secara pribadi. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 menyebutkan bahwa UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Fidela, Pratama dan Nursyamsiah, 2020: 494).

UMKM di Indonesia memiliki asas dan tujuan umum dalam pelaksanaannya. Asas dasar UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008 terdiri dari kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, serta kesatuan ekonomi nasional. Sedangkan, tujuan UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008 yaitu menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Wijoyo dkk, 2021: 6). Dengan demikian, UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia khususnya dalam penyerapan tenaga kerja, menopang stabilitas sistem keuangan dan perekonomian masyarakat Indonesia sehingga UMKM dianggap memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi (Yanto dkk., 2023: 143).

UMKM termasuk ke dalam jenis geografi ekonomi karena hakikatnya UMKM merupakan kegiatan (aktivitas) ekonomi. Sesuai dengan penjelasan mengenai esensi geografi ekonomi yang disampaikan Arjana (2021: 2) yakni mengkaji aktivitas ekonomi dalam pendekatan keruangan yang berdiri sendiri, modal disediakan sendiri, daerah pemasarannya lokal, aset perusahaannya kecil dan jumlah karyawannya terbatas.

Klasifikasi UMKM dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yakni jenis usaha dan bidang usaha. Jenis usaha merupakan pembagian UMKM berdasarkan tingkat perkembangannya. Sedangkan, bidang usaha merupakan pembagian UMKM berdasarkan kategori produk atau jasa yang dijualnya. Dilihat dari jenis usaha berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan dalam tiga kelompok, yaitu usaha mikro, kecil dan menengah. Terdapat beberapa jenis UMKM yang terbagi menjadi beberapa bidang. Terdapat 8 jenis UMKM berdasarkan bidang usaha yaitu usaha kuliner, *fashion*, pertanian (agrobisnis) dan peternakan, elektronik dan teknologi, *furniture*, kecantikan, otomotif dan cendera mata (Purba, Damanik, Parinduri dan Panjaitan, 2021: 129-130).

Kemajuan dan pertumbuhan suatu usaha termasuk UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik secara internal (dari dalam UMKM) maupun secara eksternal (dari luar UMKM). Menurut Khoirunnisa dan Dynasari (2020: 23) faktor operasional suatu usaha mempengaruhi dan dipengaruhi oleh faktor fisik dan sosial ekonomi.

Hubungan faktor fisik dengan UMKM yaitu fisik bisa menjadi penentu tempat yang strategis bagi UMKM terutama untuk menarik target pasar yang sesuai. Keberadaan dari UMKM merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan UMKM (Alansori dan Listyaningsih, 2020: 6). Maksud dari keberadaan UMKM ini berkaitan dengan adanya UMKM di suatu tempat/lokasi. Suatu usaha bisa mendapatkan lokasi yang tepat dengan memperhatikan faktor-faktor yang berkaitan dengan kegiatan usaha, yaitu kedekatan dengan target pasar, kedekatan dengan bahan baku mentah, persaingan serta fasilitas umum dan jasa publik. (Rianda, Kuncorisidi dan Sopiawadi, 2020: 3-4).

Kriteria menentukan fisik usaha selain lokasi, yaitu dilihat dari jarak. UMKM akan lebih efektif dalam aktivitas jual beli apabila jaraknya dekat dengan target pasar sehingga seringkali banyak UMKM yang membuka usaha di sekitar masyarakat. Hal ini sesuai

dengan pendapat Nur (2019: 272) yang mengungkapkan bahwa pengaruh jarak terhadap keuntungan usaha adalah signifikan positif, artinya apabila jarak pasar lebih strategis maka keuntungan usaha akan meningkat. Pasar sasaran yang dimaksud adalah target pasar dari lokasi usaha tersebut seperti sekolah, tempat wisata dan lain-lain menurut kriteria pasar yang disebutkan oleh Sihwi dan Anggrainingsih (2019: 41) yaitu tertera dalam tabel berikut ini.

Tabel 1
Kriteria Pasar Sasaran dan Nilainya

Jarak Pasar Sasaran dengan Lokasi (Y)	Nilai
$Y \leq 500$ m	5
$500 \text{ m} \leq Y \leq 1$ km	4
$1 \text{ km} \leq Y \leq 3$ km	3
$3 \text{ km} \leq Y \leq 5$ km	2
$Y \geq 5$ km	1

Sumber: Sihwi dan Anggrainingsih (2019: 41)

Faktor sosial ekonomi berpengaruh signifikan terhadap suatu usaha, terutama terhadap keuntungannya (Nugroho, Darsono dan Ani, 2019:70). Ukuran dalam menentukan faktor sosial ekonomi yaitu kualitas sumber daya manusia dan kegiatan ekonomi (Khalida dan Sjaf, 2021: 622).

UMKM sangat membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten untuk menunjang keberhasilan pelaksanaannya (Rahayu, 2020: 207). Salah satu hal yang umumnya dilakukan oleh para pengusaha untuk mengasah kualitas sumber daya manusia adalah dengan memberikan pendidikan, baik dalam bentuk pelatihan maupun pengarahan. Hal ini sesuai dengan pendapat Asnidar dan Rahmah (2019: 200) bahwa melalui pendidikan diharapkan dapat mengubah pola pikir tenaga kerja menjadi tenaga kerja yang profesional sehingga pemanfaatannya dapat lebih optimal dalam proses pembangunan.

Kegiatan ekonomi merupakan bagian dari interaksi sosial yang terjalin dalam proses jual beli. Lebih lanjut, arti dari kegiatan ekonomi menurut Rahayu (2019: 3), yakni segala kegiatan yang mencakup produksi, distribusi dan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia sehari-hari. Kegiatan ekonomi terdiri dari 3 cakupan, yakni produksi, konsumsi dan distribusi.

Berdasarkan faktor fisik dan sosial yang telah dijelaskan terdapat hasil yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM. Pariyem (2019: 60) berpendapat bahwa terdapat tiga variabel dalam pertumbuhan UMKM, diantaranya peningkatan produksi, peningkatan penjualan dan peningkatan pendapatan.

Tiga variabel dalam pertumbuhan UMKM memiliki indikatornya masing-masing. Indikator dari aspek peningkatan produksi adalah produktivitas, kapasitas, kecepatan pengiriman, kualitas produk, kecepatan proses dan fleksibilitas. Indikator dari peningkatan penjualan adalah ketercapaian volume atau jumlah penjualan, mendapatkan laba dan menunjang pertumbuhan usaha. Indikator-indikator peningkatan pendapatan menurut meliputi antara lain penghasilan yang diterima, beban keluarga yang ditanggung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus kepada penjelasan persebaran UMKM di Kelurahan Nagarasari dengan mengangkat bahasan mengenai pertumbuhan UMKM yang didasarkan kepada faktor-faktor fisik dan sosial ekonomi.

Populasi yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang berada di Kelurahan Nagarasari Kecamatan Cipedes Kota Tasikmalaya. Berikut merupakan tabel populasi yang didapat dari Kantor Kelurahan Nagarasari tahun 2022.

Tabel 2
Populasi Penelitian

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Mikro	1.606
2	Kecil	53
3	Menengah	18
Jumlah		1.677

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Teknik pengambilan sampel utama dalam penelitian ini adalah proportional sampling atau secara proporsi. Artinya, sampel yang dipilih akan dipisahkan berdasarkan kategori menurut data UMKM dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya. Kategori usaha kecil dan menengah akan diambil sampelnya sebesar 50%, yakni masing-masing 25 usaha kecil dan 9 usaha menengah. Kategori usaha mikro akan diambil secara random sampling sebanyak 1% dengan jumlah 16 usaha mikro.

Tempat pelaksanaan penelitian ini berada di Kelurahan Nagarasari Kecamatan Cipedes Kota Tasikmalaya, terutama daerah masyarakat yang bermatapencaharian UMKM di sekitar tempat tinggalnya. Luas area Kelurahan Nagarasari yaitu 245,225 ha. Untuk memperoleh suatu data yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, maka digunakan beberapa teknik pengumpulan data, yakni sebagai berikut.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan berpilihan ganda yang diberikan kepada objek penelitian. Kuesioner akan ditujukan kepada pelaku UMKM di Kelurahan Nagarasari.

2. Observasi Lapangan

Teknik observasi lapangan ditujukan untuk memperoleh langsung data dari sumbernya dengan melakukan pengukuran tertentu. Teknik ini dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat unsur-unsur yang nampak pada objek penelitian.

3. Wawancara

Wawancara yaitu kegiatan yang dilakukan dengan mengungkapkan beberapa pertanyaan kepada responden secara langsung melalui lisan. Wawancara ditujukan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya.

4. Studi Literatur

Teknik studi literatur bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan data yang relevan dengan penelitian ini dari sumber-sumber yang sesuai dengan ketentuan dan kaidah tertentu.

5. Studi Dokumentasi

Teknik studi dokumentasi bertujuan untuk menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen mengenai wilayah dan masyarakat serta gambar yang berkaitan dengan penelitian seperti data monografi kelurahan, peta lokasi penelitian, foto-foto lokasi penelitian dan lain-lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT). Teknik analisis SWOT adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dalam perusahaan. Data hasil kuesioner yang telah didapatkan akan dianalisis dengan menggunakan Analisis SWOT untuk menentukan perkembangan UMKM dalam penelitian ini. Analisis SWOT secara lebih lengkapnya menurut pendapat Bakhri, Aziz, Khulsum (2019: 68) merupakan suatu metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu bisnis atau usaha.

Analisis SWOT yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah berbasis IFAS dan EFAS. Hal-hal yang menjadi kekuatan dan kelemahan sebuah usaha akan diidentifikasi dalam matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) atau ringkasan analisis faktor internal. Sedangkan, hal-hal yang menjadi peluang dan ancaman akan diidentifikasi dalam matrik EFAS (*External Factor Analysis Summary*) ringkasan analisis faktor eksternal (Widowati, Riany, Andrianto, 2022: 5).

Matriks IFAS dan EFAS bertujuan agar kemampuan suatu usaha dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan ancaman. Matriks ini dapat diketahui skornya dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Skor} = \text{bobot} \times \text{rating}$$

Keterangan:

Bobot = faktor strategi dengan skala penting (1,0) sampai tidak penting (0)

Rating = faktor kekuatan dengan skala kuat (6-10) sampai lemah (1-5)

Hasil dari data IFAS dan EFAS akan dipetakan ke dalam matriks *grand strategy*. Matriks ini terdiri atas 4 kuadran dengan artinya masing-masing. Matriks ini terdiri atas 4 kuadran dengan artinya masing-masing. Berikut penjelasan selengkapnya menurut Aso, Qomariyah dan Arifin (2021: 37).

1. Kuadran 1 yaitu perusahaan dalam situasi menguntungkan yakni memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kedua hal tersebut.
2. Kuadran 2 yaitu perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.
3. Kuadran 3 yaitu perusahaan dalam situasi tidak menguntungkan yakni menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.
4. Kuadran 4 yaitu meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal.

Hasil dari matriks *grand strategy* dijelaskan secara lebih detail melalui matriks SWOT, yaitu suatu alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis usaha (Luthfiyah dkk, 2021: 3040). Berikut adalah gambarannya.

Strategi SWOT	Strength (S)	Weakness (W)
Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO
Treats (T)	Strategi ST	Strategi WT

Sumber: Widowati, Riany, Andrianto dan Suhartini (2022: 154)

Gambar 4
Diagram Matriks SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persebaran UMKM di Kelurahan Nagarasari

Hasil data yang diperoleh dari proses observasi dan pengumpulan kuesioner dapat dijelaskan dalam bentuk persebaran UMKM di Kelurahan Nagarasari. Persebaran ini dikategorikan berdasarkan karakteristik usahanya. Persebaran UMKM di Kelurahan Nagarasari terbagi dua kriteria, yakni jenis dan bidang usaha.

Tabel 3
Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Mikro	16
2	Kecil	25
3	Menengah	9
Jumlah		50

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah jenis usaha yang paling banyak di Kelurahan Nagarasari adalah usaha kecil yaitu 25 usaha atau 50%. Dapat disimpulkan bahwa jenis usaha yang paling mudah ditemui di Kelurahan Nagarasari adalah usaha kecil.

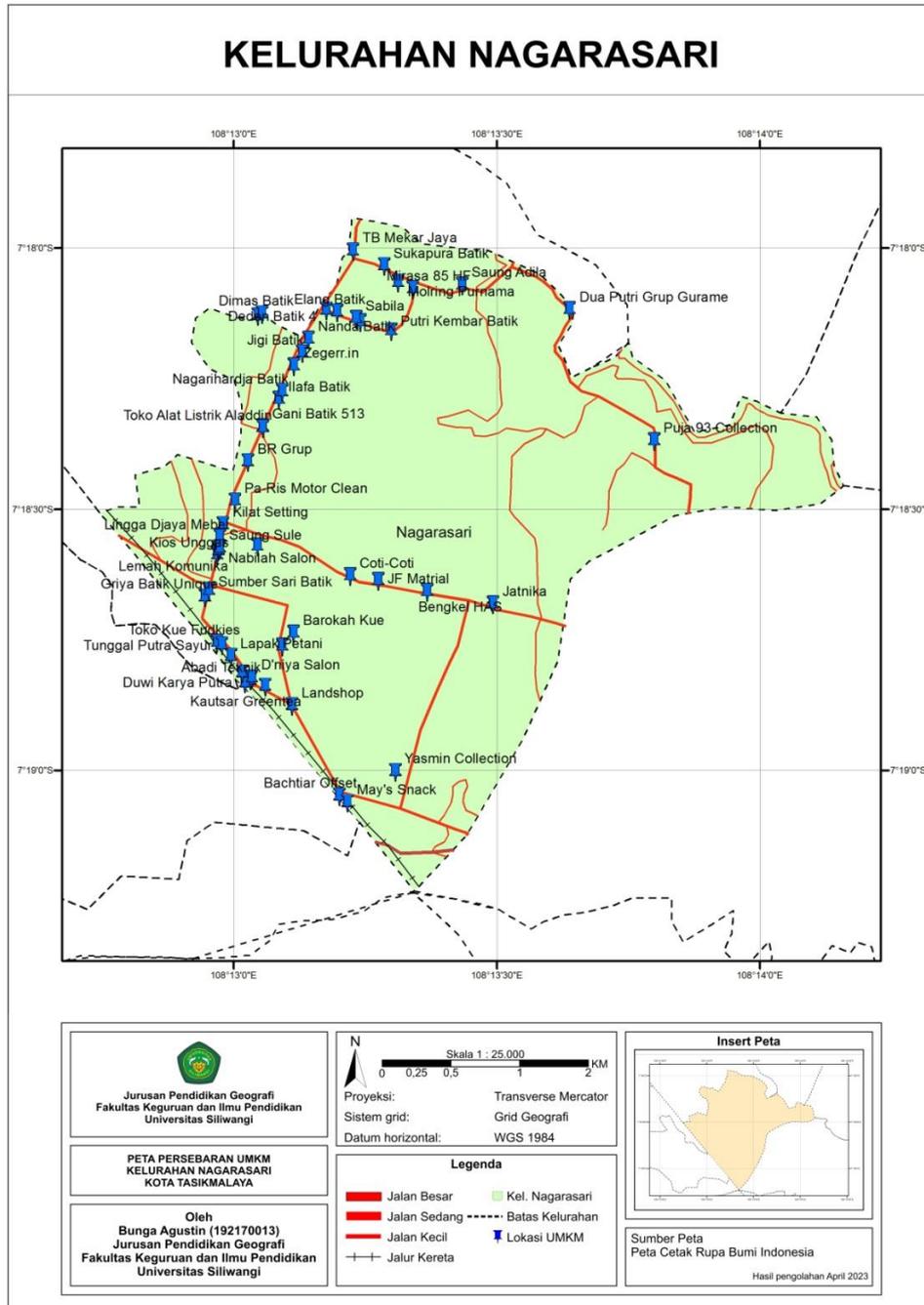
Tabel 4
Bidang Usaha

No	Jenis/Bidang Usaha	Komoditas	Jumlah Sampel
1	Mikro		
	1) Kuliner	- Makanan	1
	2) <i>Fashion</i>	- Pakaian jadi	1
	3) Pertanian dan Peternakan	- Buah-buahan dan sayuran	2
		- Daging ayam dan ikan mentah	2
	4) Elektronik dan Teknologi	- Alat listrik dan servis elektronik	2
		- <i>Outlet</i> pulsa dan jasa <i>fotocopy</i>	2
	5) <i>Furniture</i>	- Bahan bangunan	1
	6) Kecantikan	- Salon	2
	7) Otomotif	- Bengkel dan cuci motor	2
8) Cendera Mata	- Percetakan	1	
2	Kecil		
	1) Kuliner	- Makanan	8
	2) <i>Fashion</i>	- Batik	12
		- Konveksi	2
	3) <i>Furniture</i>	- Mebel	1
		- Bahan Bangunan	1
4) Cendera Mata	- Percetakan	1	
3	Menengah		
	1) Kuliner	- Makanan	5
	2) <i>Fashion</i>	- Batik	2
		- Konveksi	1
	3) Cendera mata	- Percetakan	1
Total			50

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat terlihat bahwa jumlah bidang usaha yang paling banyak di Kelurahan Nagarasari adalah usaha fashion kecil dengan komoditi batik, jumlahnya sebanyak 12 usaha atau 24%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bidang usaha yang paling mudah ditemui di Kelurahan Nagarasari adalah usaha *fashion* terutama komoditi batik.

Berikut adalah persebaran UMKM di Kelurahan Nagarasari secara lebih lengkapnya dengan bentuk peta.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 5
Peta Persebaran UMKM di Kelurahan Nagarasari

2. Faktor Fisik UMKM di Kelurahan Nagarasari

Terdapat dua indikator dalam faktor fisik yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM di Kelurahan Nagarasari Kecamatan Cipedes Kota Tasikmalaya, diantaranya adalah lokasi dan jarak.

a. Lokasi

Indikator-indikator dalam lokasi yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM diantaranya adalah jalan lokasi UMKM beroperasi, kemudahan akses ke jalan dan ketersediaan saingan. Berdasarkan jalan UMKM beroperasi di Kelurahan Nagarasari, 15 UMKM atau 30% berada di Jalan Cigeureung. Sedangkan, berdasarkan kemudahan akses ke jalan, 45 UMKM atau 90% di kelurahan ini berlokasi di sisi jalan untuk kemudahan akses yang maksimal. Berdasarkan ketersediaan saingan, UMKM di kelurahan ini secara umumnya telah memiliki saingan untuk berkompetisi dalam meningkatkan kualitas produksi mereka.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 6

Lokasi dan Akses Jalan UMKM di Kelurahan Nagarasari

b. Jarak

Indikator jarak yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM diantaranya adalah jarak menuju bahan baku dan jarak menuju fasilitas umum di Kelurahan Nagarasari. Berdasarkan jarak, 27 UMKM atau 54% di Kelurahan Nagarasari menuju bahan baku masih berada dalam jangkauan satu kota. Meskipun demikian, terdapat pula 23 UMKM atau 46% dengan bahan baku dari luar kota demi mencari kualitas bahan yang terbaik. Sedangkan, berdasarkan jarak UMKM di Kelurahan Nagarasari ke fasilitas umum relatif dekat, yakni sekitar kurang dari 500 m sampai 3 km saja.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 7

Jarak UMKM di Kelurahan Nagarasari Dekat dengan Sekolah

3. Faktor Sosial Ekonomi UMKM di Kelurahan Nagarasari

Terdapat dua indikator dalam faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM di Kelurahan Nagarasari, diantaranya adalah kualitas sumber daya manusia dan kegiatan ekonomi.

a. Kualitas Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia menurut Rosmadi (2021: 87) yakni orang yang diharapkan mampu untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas atas produk yang dihasilkannya. Indikator yang dimiliki oleh faktor sosial kualitas SDM adalah keberadaan pengarahan dan jangka waktu pengarahan yang dilaksanakan dalam UMKM. Sebanyak 56% UMKM di Kelurahan Nagarasari sudah melakukan pengarahan dengan baik pada awal pegawai masuk. Sedangkan, untuk jangka waktu dalam pelaksanaan pengarahan di UMKM Kelurahan Nagarasari cukup bervariasi mulai dari 1 minggu sampai 1 bulan.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 8

Sumber Daya Manusia UMKM di Kelurahan Nagarasari

b. Kegiatan Ekonomi

Kegiatan ekonomi menurut Anisha, Mulyono dan Hadiyah (2020) dibagi menjadi 3 yakni kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Kegiatan produksi UMKM di Kelurahan Nagarasari diketahui melalui beberapa hal, yakni menjadikan UMKM sebagai pekerjaan pokok, rentang waktu berproduksi mencapai 6 hari kerja dengan 6-8 jam operasional dan produk-produk yang dihasilkan relatif sudah sampai 3 variasi. Sebanyak 15 UMKM atau 30% di Kelurahan Nagarasari melaksanakan distribusi menerima pesanan atau berdagang langsung. Sejumlah 45 UMKM atau 90% di Kelurahan Nagarasari juga telah melaksanakan strategi menarik para pembeli seperti produk berkualitas dan pelayanan yang baik sehingga kegiatan konsumsi terus meningkat.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 9

Kegiatan Ekonomi UMKM di Kelurahan Nagarasari

4. Pertumbuhan UMKM Berdasarkan Faktor Fisik dan Sosial Ekonomi di Kelurahan Nagarasari

Terdapat tiga indikator pertumbuhan UMKM di Kelurahan Nagarasari, diantaranya adalah peningkatan produksi, penjualan dan pendapatan.

a. Peningkatan Produksi UMKM di Kelurahan Nagarasari

Salah satu hal penting dalam kemajuan suatu UMKM adalah peningkatan produksi (Arifudin, 2020: 21). Berdasarkan indikator produktifitas, 50% UMKM di Kelurahan Nagarasari telah mengalami peningkatan produksi dari tahun sebelumnya. Berdasarkan indikator kapasitas dan fleksibilitas, 80% UMKM di Kelurahan Nagarasari telah memiliki modal awal 1 sampai 10 juta. Semakin besar modal, maka semakin besar kapasitas dan fleksibilitas produk yang dihasilkan. Berdasarkan kualitas dan kecepatan proses produksi, 60% UMKM di Kelurahan Nagarasari telah menggunakan teknologi dalam proses produksi tersebut. Berdasarkan kecepatan pengiriman, UMKM di Kelurahan Nagarasari telah menggunakan transportasi mobil agar pengiriman produk bisa lebih banyak.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 10

Peningkatan Produksi UMKM di Kelurahan Nagarasari

b. Peningkatan Penjualan UMKM di Kelurahan Nagarasari

Muhtarom, Syairozi dan Wardani (2022: 746) mengartikan peningkatan penjualan adalah penjualan suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu dengan peningkatan. Berdasarkan volume, 34% UMKM di Kelurahan Nagarasari mengalami peningkatan penjualan sampai lebih dari 100 produk. Peningkatan penjualan berdasarkan laba ditujukan sebagai harga produk UMKM yang terkangkau yaitu 19 atau 38% UMKM di Kelurahan Nagarasari memiliki harga jual di bawah 50 ribu. Berdasarkan indikator luas penjualan, UMKM di Kelurahan Nagarasari telah menjual produknya di dalam Kota Tasikmalaya, bahkan ada juga yang telah mencapai tingkat nasional dan internasional.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 11

UMKM dengan Penjualan Terbanyak di Kelurahan Nagarasari

c. Peningkatan Pendapatan UMKM di Kelurahan Nagarasari

Peningkatan pendapatan dalam UMKM merupakan bertambahnya jumlah pendapatan yang diterima oleh UMKM. Peningkatan pendapatan berkaitan dengan meningkatnya produksi dan penjualan produk. Semakin kedua hal tersebut meningkat, maka semakin bertambah pula pendapatan yang diterima. Argo, Tasik dan Goni (2021: 3) mengungkapkan bahwa peningkatan pendapatan adalah kemampuan suatu usaha dengan seluruh modal yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Beberapa indikator dalam peningkatan pendapatan dalam penelitian ini adalah penghasilan yang diterima dan beban keluarga.

UMKM di Kelurahan Nagarasari telah mengalami peningkatan pendapatan, terutama omset dan penghasilan terbesar yang didapatkan. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, dapat diketahui bahwa omset rata-rata UMKM, lebih tepatnya 52% dari keseluruhannya di Kelurahan Nagarasari adalah 1 sampai 10 juta. Sedangkan, rata-rata penghasilan terbesar UMKM kelurahan ini adalah 1 sampai 10 juta dan 10 sampai 25 juta.

Peningkatan pendapatan tersebut dapat berdampak baik bagi para pelaku UMKM. Mereka dapat memenuhi berbagai kebutuhan dengan menggunakan pendapatan dari UMKM. Kebutuhan-kebutuhan salah satunya dinamakan aset. Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan, UMKM di Kelurahan Nagarasari telah memiliki berbagai aset yang dapat menunjang kebutuhan keluarganya. Namun, sekitar 56% dari keseluruhan UMKM memiliki aset berupa kendaraan pribadi. Hal ini tentu dibutuhkan karena kendaraan dapat digunakan untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan usaha.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 12

UMKM dengan Pendapatan Terbanyak di Kelurahan Nagarasari

Data hasil observasi dan kuesioner yang telah didapatkan akan dianalisis dengan menggunakan Analisis SWOT untuk menentukan perkembangan UMKM dalam penelitian ini. Analisis SWOT menurut Bakhri, Aziz, Khulsum (2019: 68) merupakan suatu metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu bisnis. Proses ini melibatkan penentuan yang sangat spesifik dari suatu bisnis dan dapat mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mendukung dan tidak dapat mendukung untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan analisis ini, UMKM di Kelurahan Nagarasari dapat diidentifikasi faktor-faktor internalnya seperti kekuatan dan kelemahan serta faktor-faktor eksternalnya seperti peluang dan ancaman. Berikut adalah poin-poin analisis SWOT yang dimasukkan ke tabel IFAS dan EFAS.

Tabel 5
Internal Factor Analysis Summary (IFAS) UMKM di Kelurahan Nagarasari

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	UMKM menjadi mata pencaharian pokok.	0,2	6	1,2
2	Kualitas SDM yang baik berkat adanya pengarahan dan pelatihan.	0,3	8	2,4
3	UMKM sudah lama berdiri sehingga memiliki pengalaman usaha yang baik.	0,1	7	0,7
4	Kualitas produk yang baik.	0,1	8	0,8
Subtotal				5,1
Kelemahan				
1	Sistem manajemennya bersifat kekeluargaan.	0,1	2	0,2
2	Modal hanya bersumber dari pribadi atau keluarga saja.	0,1	2	0,2
3	SDM yang ada kebanyakan berasal dari usia yang kurang produktif.	0,3	2	0,6
4	Jarak menuju bahan baku cukup jauh.	0,2	3	0,6
Subtotal				1,6
Total				3,5

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Kesimpulan tabel tersebut yaitu skor faktor internal SWOT adalah 3,5 dari 4,0.

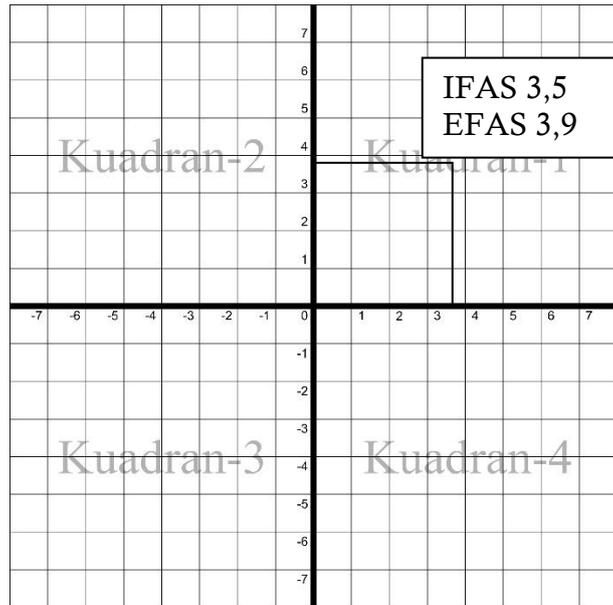
Tabel 6
External Factor Analysis Summary (EFAS) UMKM di Kelurahan Nagarasari

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Jarak yang dekat dengan masyarakat dan fasilitas umum.	0,3	8	2,4
2	Situasi dan kondisi Kelurahan Nagarasari yang semakin ramai setelah pandemi berakhir.	0,2	7	1,7
3	Adanya mitra dalam pemasaran produk.	0,1	7	0,7
Subtotal				5,2
Ancaman				
1	Terdapatnya saingan usaha yang sama.	0,3	1	0,3
2	Munculnya saingan usaha yang baru, terutama di bidang daring.	0,2	3	0,6
3	Kenaikan harga bahan baku secara tiba-tiba.	0,2	2	0,4
Subtotal				1,3
Total				3,9

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Kesimpulan tabel tersebut yaitu skor faktor eksternal SWOT adalah 3,9 dari 4,0.

Kedua skor faktor internal dan eksternal SWOT akan disinggung dalam matriks *grand strategy*. Berikut adalah gambaran matriks *grand strategi* dalam penelitian ini.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 13

Matriks Grand Strategy UMKM di Kelurahan Nagarasari

Pertemuan titik singgung IFAS 3,5 dan EFAS 3,9 berada di kuadran-1. Artinya UMKM Kelurahan Nagarasari memiliki kekuatan dan peluang yang baik. Selain *matriks Grand Strategy*, terdapat matriks SWOT yang menjadi hasil utama perhitungan SWOT.

Tabel 7

Matriks SWOT UMKM di Kelurahan Nagarasari

	<p><i>Strength (S)</i> UMKM telah menjadi mata pencaharian utama. Kualitas SDM yang baik berkat adanya pengarahan dan pelatihan. UMKM sudah lama berdiri sehingga memiliki pengalaman usaha Kualitas produk yang baik.</p>	<p><i>Weakness (W)</i> Sistem manajemennya bersifat kekeluargaan Modal hanya bersumber dari pribadi atau keluarga SDM yang ada kebanyakan berasal dari usia yang kurang produktif. Jarak menuju bahan baku cukup jauh.</p>
<p><i>Opportunities (O)</i> Jarak yang dekat dengan masyarakat dan fasilitas umum. Situasi dan kondisi Kelurahan Nagarasari yang semakin ramai Adanya mitra dalam pemasaran</p>	<p>Strategi SO Pertahankan kualitas produk</p>	<p>Strategi WO Mencari tenaga kerja yang lebih muda agar ada regenerasi usaha</p>
<p><i>Threats (T)</i> Terdapatnya saingan usaha</p>	<p>Strategi ST Tingkatkan pemanfaatan berbagai teknologi untuk</p>	<p>Strategi WT Mencari alternatif sumber bahan baku yang lebih baik</p>

Munculnya saingan usaha baru Kenaikan harga bahan baku secara tiba-tiba	meningkatkan kualitas usaha dan produk	
---	---	--

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Pertumbuhan UMKM melalui Faktor Fisik dan Sosial Ekonomi di Kelurahan Nagarasari dapat disimpulkan bahwa faktor fisik yang mempengaruhi adalah jarak dan lokasi dan faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi adalah kualitas SDM dan kegiatan ekonomi. Faktor-faktor tersebut memberi pengaruh terhadap pertumbuhan UMKM yang ditandai dengan adanya peningkatan produksi, penjualan dan pendapatan usaha di Kelurahan Nagarasari. Hal tersebut juga diperkuat dengan hasil analisis SWOT yang menyatakan bahwa UMKM di Kelurahan Nagarasari dalam situasi yang menguntungkan yaitu memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan UMKM sesuai dengan posisi singgungan IFAS dan EFAS di kuadran ke-1 dalam matriks SWOT.

Saran yang dapat diberikan adalah pemerintah setempat maupun pemerintah daerah dan pusat dapat memberikan berbagai dukungan, baik berbentuk pengetahuan, keterampilan maupun modal sebagai pelatihan UMKM. Hal ini ditujukan agar UMKM dapat meningkatkan kualitas dan kuantitasnya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh UMKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya dan dosen pembimbing tugas akhir yang bersedia bekerja sama dengan penulis dari awal sampai penulisan hasil penelitian ini selesai.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Alansori, Apip, and Erna Listyaningsih. *Kontribusi UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Penerbit ANDI (Anggota IKAPI), 2020.
- [2] Arifudin, Opan. "PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi Dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkong Di Subang Jawa Barat." *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian* 4, No. 1 (2020): 21-36.
- [3] Argo, Muhammad Sapto, Femmy Tasik, and Shirley YVI Goni. "Peningkatan Pendapatan Kesejahteraan Keluarga di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Penjual Makanan Di Kawasan Boulevard II Kelurahan Sindulang Dua Kecamatan Tuminting Kota Manado)." *Jurnal Ilmiah Society* 1, No.1 (2021).
- [4] Arjana, I Gusti Bagus. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Rajawali Pers, 2021.
- [5] Bakhri, Syaeful, Abdul Aziz, and Ummi Khulsum. "Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon." *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, No.1 (2019).
- [6] Basuki. *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Media Sains Indonesia, 2021.
- [7] Fidela, Alifah, Aprinaldi Pratama, and Tita Nursyamsiah. "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang." *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)* 2, No.3 (2020): 493-498.
- [8] Ferdian, Tommy. "Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Tebo, Jambi." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 6, No.1 (2023): 117-130.

- [9] Halim, Abdul. "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju." *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1, No.2 (2020): 157-172.
- [10] Khoirunnisa, Ninin, and Dyana Sari. "Bisnis Internasional Untuk Agribisnis (International Business for Agribusiness)." *Tersedia dalam SSRN 3680086* (2020).
- [11] Muhtarom, Abid, Muhamad Imam Syairozi, and Hesty Lovi Yonita. "Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada UMKM SKCK (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10, No.1 (2022): 391-402.
- [12] Mumtaz, Ais Tsurayya. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Coffee Shop di Tembalang, Kota Semarang*. Universitas Islam Sultan Agung, 2022.
- [13] Nur, Muhammad Ismail Hasang. "Pengaruh Minimarket Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kota Parepare." *SEIKO: Journal of Management & Business* 2, No.2 (2019): 263-279.
- [14] Nugroho, Reismaya Wanamertan. "Analisis Faktor Sosial Ekonomi yang Memengaruhi Usaha Tahu di Kelurahan Tidar Selatan Kecamatan Magelang Selatan Kota Magelang." *Agrista* 7, No.2 (2019): 63-71.
- [15] Pariyem. "Variabel Determinant Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Pasar Srandol." *Economic Education Analysis Journal* 9, No.1 (2020): 316-331.
- [16] Purba, Elidawaty, et al. "Pelatihan Untuk Mendorong Pengembangan UMKM di Kabupaten Batu Bara." *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.2 (2021): 125-132.
- [17] Rahayu, T. Puji. *Pelaku Kegiatan Ekonomi*. Alprin, 2020.
- [18] Rianda, Dima, Kuncorisidi Kuncorisidi, and Mutqi Sopiawadi. "Descriptive Analysis of Factors that Influence Location Determination of PT Yakult Factory Seremban Malaysia." *DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA)* 17, No.1 (2020): 1-13.
- [19] Sihwi, Sari Widya, and Rini Anggrainingsih. "Sistem Penunjang Keputusan Untuk Menentukan Lokasi Usaha Dengan Metode Simple Additive Weighting (SAW)." *ITSMART: Jurnal Teknologi dan Informasi* 3, No.1 (2019): 41-46.
- [20] Widowati, Imas, et al. "Analisis Swot Untuk Pengembangan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada UMKM Papat Sodara Food Purwakarta)." *Jurnal Teknologika* 12, No.1 (2022): 146-156.