

ANALISIS POSISI STRATEGIS UMKM BERBASIS KLASTER DATARAN ELANG-ELANG LAUT DI KECAMATAN BELAKANG PADANG KOTA BATAM

Shinta Wahyu Hati

Atiqotun Nisa

Prodi Administrasi Bisnis Terapan

Politeknik Negeri Batam

Email:shinta@polibatam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis tentang posisi strategis UMKM berbasis klaster Dataran Elang-Elang Laut sebagai wisata kuliner di Kecamatan Belakang Padang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui posisi strategis dan formulasi strategi yang tepat untuk pengembangan UMKM Dataran Elang-Elang Laut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama Dataran Elang-Elang Laut adalah posisinya yang strategis. Kelemahannya adalah pengelolaan UMKM yang belum profesional dan masih konvensional. Peluang yang dapat dimanfaatkan yaitu peran pemerintah yang mendukung aktivitas Usaha Mikro Kecil Menengah di Dataran Elang-elang Laut di Kecamatan Belakang Padang. Sedangkan ancaman terbesar yaitu kurangnya persediaan air bersih di Kecamatan Belakang Padang.

Kata kunci:SWOT, UMKM, Matrik IE

Abstract

The focus of this study is about Analysis of Cluster – Based Strategic Position SME of Dataran Elang-Elang Laut as a Culinary Icon in Subdistrict of Belakang Padang. Subject of this research is about strategic position and strategic formulation for the development of Dataran Elang-Elang Laut Cluster-Based SME. Researcher used a qualitative descriptive approach. The results show that the strength factor is the strategic position of Dataran Elang-Elang Laut itself. The weakness factor is the management is not yet professional. The opportunities that could be used is availability of development facility provided by the government. Attitude of government that less visionary in case of support development of Dataran Elang-Elang Laut.

Keyword : IE Matric, SME, , SWOT Matric

1. PENDAHULUAN

Salah satu tempat yang sering digunakan sebagai pusat aktivitas warga Kecamatan Belakang Padang adalah Dataran Elang-Elang Laut. Dataran Elang-Elang Laut terletak di antara Pelabuhan Kuning (Pelabuhan Kedatangan) dan Pelabuhan Bea Cukai. Lokasi Dataran Elang-Elang Laut sangat strategis karena dekat dengan berbagai fasilitas umum seperti Pasar, Kantor Polisi, Masjid, Mushola, Kantor Bea Cuka dan Koramil. Dahulunya Dataran Elang-Elang Laut berupa pinggir pantai yang sering dimanfaatkan untuk perlombaan Sampan Layar. Dataran Elang-Elang Laut memiliki pusat kuliner yang dikelola oleh Kelurahan Tanjung Sari.

Para pedagang yang berjualan di Dataran Elang-Elang Laut terbentuk secara klaster. Menurut Bappenas, Klaster adalah kelompok usaha industri yang saling terkait. Klaster mempunyai dua elemen kunci, yaitu: (1) perusahaan dalam klaster harus saling berhubungan, dan (2) berlokasi di suatu tempat yang saling berdekatan, yang mudah dikenali sebagai suatu kawasan industri. Menurut hasil penelitian Muchson, Ravik, Drajat, & Zaini (2013) sistem klaster ini dibuat agar dapat memberikan layanan kepada UMKM yang terlibat dengan lebih fokus, kolektif, efisien dan ekstensif walaupun sumberdayanya terbatas. Sistem Klaster ini adalah salah satu strategi untuk mencapai keunggulan bersaing. Hasil penelitian Majeed (2011) menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh terhadap performa sebuah perusahaan. Lokasi Dataran Elang-Elang Laut inipun berpotensi menjadi icon wisata kuliner di Belakang Padang. Oleh karena itu penulis tertarik ingin meneliti potensi Dataran Elang-Elang Laut sebagai icon wisata kuliner di Kecamatan Belakang Padang.

Rumusan Masalah

1. Formulasi strategi apa yang paling tepat untuk pengembangan bisnis

UMKM berbasis klaster di Dataran Elang-Elang Laut?

2. Bagaimana posisi strategis UMKM berbasis Klaster Dataran Elang-Elang Laut di Belakang Padang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui formulasi strategi yang tepat untuk pengembangan bisnis UMKM berbasis klaster di Dataran Elang-Elang Laut.
2. Untuk menentukan posisi strategis UMKM Dataran Elang-Elang Laut berbasis klaster di Belakang Padang.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis untuk memberi masukan dan saran pengembangan bisnis pada UMKM di Dataran Elang-Elang Laut dan kepada para penentu kebijakan untuk mengembangkan dan menata UMKM Dataran Elang-Elang Laut kedepannya.
2. Manfaat teoritis:
 - a. Sebagai masukan dan saran bagi enangku keentingan dalam pengembangan UMKM dataran Elang-elang laut.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi penambah wawasan serta dapat dijadikan referensi untuk topik yang serupa dalam pengembangan UMKM

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini akan membahas mengenai analisis Posisi Strategis UMKM Dataran Elang-Elang Laut dengan menggunakan alat analisis berupa analisis SWOT. Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan Klaster UMKM. Sedangkan analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi Klaster UMKM ini. Selanjutnya menyusun Matrik

SWOT dan Matrik IE untuk melihat posisi Klaster UMKM dan merumuskan strategi untuk pengembangan Klaster UMKM ini.

Informan dalam penelitian ini dipilih sesuai dengan syarat yang ditentukan dengan memakai teknik *purposive sampling*.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari narasumber atau objek penelitian. Data primer ini didapatkan dengan cara melakukan wawancara dan observasi. Data sekunder adalah yaitu data yang diperoleh dari teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian atau dari sumber tertulis lainnya. Contohnya jurnal, buku referensi, hasil penelitian terdahulu dan data-data atau informasi lain yang dianggap relevan dengan topik penelitian. Langkah-langkah untuk menyusun matrik evaluasi faktor eksternal adalah sebagai berikut :

1. Menyusun dalam kolom I, 5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0

(outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).

5. Gunakan kolom 5 untuk memberi komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan satu dan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Adapun langkah-langkah untuk menyusun matrik evaluasi faktor internal adalah sebagai berikut :

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom I.
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
3. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
4. Gunakan kolom 5 untuk memberi komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan satu dan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Lingkungan Internal UMKM Dataran Elang-Elang Laut

Aspek Lingkungan

Belakang Padang merupakan sebuah kecamatan yang sangat unik karena walaupun luas wilayahnya sangat kecil namun memiliki fasilitas yang cukup lengkap. Lengkapnya fasilitas ini dikarenakan dari segi historis Belakang Padang merupakan pusat pemerintahan sebelum dipindahkan ke Batam. Tidak semua kecamatan memiliki fasilitas tersebut. Fasilitas yang ada di Belakang Padang antara lain pelabuhan, pasar, musholla, masjid, Polsek Belakang Padang, Markas Koramil, Pos Angkatan Laut, Kantor Imigrasi, Kantor Bea Cukai, Puskesmas, kantor pemerintahan seperti kantor Lurah dan Kantor Camat, Tua Pek Kong, Stadion Bola, Gedung Nasional, Gedung Indrasakti, serta Sekolah mulai tingkat PAUD sampai SMA.

Letaknya yang dikelilingi banyak fasilitas penting membuat Dataran Elang-Elang Laut sangat mudah diakses baik oleh masyarakat Belakang Padang sendiri maupun para pendatang baik yang baru datang ataupun yang akan pergi ke luar Belakang Padang.

Aspek Keuangan

Sebanyak 95 % pengelola UMKM Dataran Elang-Elang Laut memulai usahanya dengan modal sendiri. Hanya 1 % saja yang memanfaatkan dana pinjaman dari koperasi. Kondisi seperti ini dikarenakan para pengelola UMKM kurang familiar terhadap fasilitas kredit dan cenderung menghindari hutang. Namun, walaupun tidak memanfaatkan fasilitas pinjaman, usaha yang dijalankan para pengelola UMKM ini tergolong lancar dan stabil. Pembelian bahan baku untuk keperluan usaha masih dapat dilakukan

1. Aspek Sumberdaya Manusia

Adanya aktivitas kewirausahaan di Dataran Elang-Elang Laut tentunya membutuhkan personil untuk menjalankannya. Personil ini dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu para pengelola UMKM dan Pengelola Dataran Elang-Elang Laut

2. Aspek Operasional

a. Produksi

Meliputi penggunaan teknologi, kualitas produk yang dihasilkan dan variasi menu. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) teknologi yang digunakan dalam proses produksi masih sederhana, (2) kualitas produk yang dihasilkan dalam kondisi baik dan (3) menu yang ditawarkan seorang pengelola UMKM bervariasi.

b. Supply Chain

Meliputi penggunaan sumber daya terpadu, supplier utama dan supplier cadangan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) para pengelola UMKM sudah mampu menggunakan sumber daya secara terpadu secara efektif dan efisien dimana bahan baku sebagian besar tidak terbuang dimana satu jenis bahan baku dapat digunakan untuk

berbagai jenis masakan, (2) Supplier utamanya 75% pasar Belakang Padang, 20% Pasar Batam dan 5% warung sekitar, (3) supplier cadangannya 50% dari warung, 25% dari pasar Batam, 5% dari pasar Belakang Padang dan 20% menyatakan tidak mempunyai supplier cadangan.

c. Pelayanan Prima (service excellent)

Dari segi pelayanan prima dapat dilihat bahwa *responsiveness* pengelola dalam melayani pembeli cukup baik dimana pesanan ditanggapi dan disajikan dengan cepat, hanya saja ketika pengujung sedang ramai pengelola menjadi kewalahan sehingga pelayanan tidak maksimal. Bahkan ada pembeli yang terlupakan tidak dibuat pesannya karena tidak adanya sistem pencatatan sehingga pesanan pembeli hanya diingat saja tanpa adanya bukti pemesanan.

Aspek Teknologi

Untuk UMKM Dataran Elang-Elang Laut sendiri pemanfaatan teknologi lebih kepada proses produksinya dimana teknologi yang digunakan sangat sederhana dan biasanya teknologi yang umum dipakai di rumah tangga.

Kondisi Lingkungan Eksternal UMKM Dataran Elang-Elang Laut

Pesaing

Untuk area kuliner yang terpusat dan terkoordinir di wilayah Kecamatan Belakang Padang hanya ada 1 yaitu Dataran Elang-Elang Laut itu sendiri. Namun masyarakat masih mempunyai pilihan tempat makan lain namun yang berjualan dan pilihan menunya tidak sebanyak di Dataran Elang-Elang Laut. Tempat tersebut diantaranya Kedai Kopi Ameng yang

berlokasi di pasar serta beberapa warung makan milik warga yang dibuka di dekat rumah. Dataran Elang-elang Laut dapat dipastikan unggul dari tempat makan tersebut.

Pemerintah

Pemerintah memiliki andil besar dalam mengkoordinir kegiatan kewirausahaan di Dataran Elang-Elang Laut. Dalam hal ini pemerintah setempat baik di tingkat kelurahan maupun kecamatan bahu membahu mengelola UMKM Dataran Elang-Elang Laut ini. Bentuk dukungan yang paling jelas yaitu diberikannya izin kepada para pengelola UMKM untuk berjualan di Dataran Elang-Elang laut. Sayangnya izin yang diberikan bersifat sementara saja. Namun, walaupun sementara izin tersebut telah berlaku kurang lebih 6 tahun.

Bentuk dukungan lainnya yaitu bantuan renovasi lapak yang dikoordinir oleh PNPM Mandiri. Sayangnya renovasinya belum merata karena ada beberapa lapak yang belum tersentuh. Untuk menanggulangi ini pihak koperasi mengkoordinir pengumpulan dana untuk mencicil pembangunan lapak satu demi satu sampai semua selesai dibangun. Selain itu pemerintah juga memberikan pembinaan dan penyuluhan serta pendampingan terhadap pelaksanaan kegiatan kewirausahaan di Dataran Elang-Elang Laut.

Pelanggan

Pelanggan utama dari UMKM Dataran Elang-Elang Laut ini adalah masyarakat sekitar. Namun tidak tertutup kemungkinan pendatang juga dapat menjadi pelanggan. Sebagai pulau hinterland, Belakang Padang cukup sering mendapatkan kunjungan tamu dari luar daerah bahkan mancanegara. Biasanya pengunjung yang datang ke Belakang Padang ingin melihat-lihat isi pulau, berkunjung ke Pantai Pasir Putih, merasakan sensasi berkeliling dengan menggunakan

becak atau tujuan khusus seperti mengunjungi saudara atau mengikuti perlombaan.

Masyarakat Lokal

Di dalam Garis-Garis Besar Haluan Negara dinyatakan bahwa jumlah penduduk yang besar mampu menjadi modal dasar yang efektif bagi pembangunan nasional hanya bila penduduk yang besar tersebut berkualitas baik. Sasaran program kependudukan di Kecamatan Belakang Padang yaitu pengendalian kelahiran, perpanjangan usia hidup, penyebaran penduduk yang seimbang serta pengembangan potensi penduduk sebagai modal pembangunan yang sedang ditingkatkan.

Jumlah penduduk Kecamatan Belakang Padang pada tahun 2014 berjumlah 21.608 jiwa, jumlah ini mengalami penurunan sebanyak 10.48 % dibandingkan dengan tahun sebelumnya yakni 24.137 jiwa.

Faktor Ekonomi

Dahulu masyarakat Belakang Padang menjalin kerjasama perdagangan yang erat dengan negeri jiran yaitu Malaysia dan Singapura. Mata uang yang digunakan di Belakang Padang berupa dolar. Akses masyarakat Belakang Padang untuk ke Singapura dan Malaysia begitupula sebaliknya terbuka lebar.

Karena letak Belakang Padang yang harus ditempuh via jalur laut, maka harga-harga barang di Kecamatan Belakang Padang lebih mahal dibandingkan harga di Batam.

Faktor Sosial Budaya

Budaya yang paling dominan di masyarakat Belakang Padang adalah budaya melayu. Namun penduduk Belakang Padang tidaklah 100% orang melayu. Suku – suku yang ada di Belakang Padang diantaranya Jawa, Bugis, Melayu, Buton, Padang, Sunda, Batak, Manado, Tionghoa dan suku-suku lainnya. Bahasa yang umum digunakan

masyarakat Belakang Padang adalah bahasa Indonesia dengan aksen melayu. Mayoritas penduduk Belakang Padang memeluk agama islam.

Politik dan Hukum

Batam ditetapkan sebagai salah satu kawasan ekonomi khusus (KEK) oleh pemerintah melalui UU No.36 tahun 2000, UU No. 44 tahun 2007 bersama-sama dengan kawasan Bintan dan Karimun. Khusus untuk Kota Batam ditetapkan melalui PP No.46 tahun 2007 dan PP No. 2 tahun 2009. Basis regulasi dari kawasan ekonomi khusus tersebut adalah memberikan otoritas yang besar pada kelembagaan KEK melalui pendelegasian wewenang sektoral untuk mengatur dan mengelola kawasan sesuai dengan kondisi lokal dan tuntutan daya saing global.

Ekologi

Kecamatan Belakang Padang terdiri dari pulau-pulau besar dan kecil dengan jumlah 130 buah. Pulau yang sudah dihuni sejumlah 42 pulau dan 88 pulau tidak berpenghuni. Kecamatan Belakang Padang yang dikelilingi oleh lautan memiliki luas laut lebih besar dari daratan dimana luas lautnya 512,43 km² dan luas daratannya 69,12 km² (Bidang Pemutaran Dasar Rupa Bumi PDRTR-Bakosurtanal 2006).

Berdasarkan letak geografisnya, Kecamatan Belakang Padang merupakan salah satu kecamatan di Kota Batam yang secara geografis terletak antara 0°.25'29"LU - 1°.15'00" LU dan 103°.34'35" BT. Kecamatan Belakang Padang berbatasan dengan Selat Philip di sebelah utara, Kecamatan Moro (Kabupaten Karimun) di sebelah selatan, Kabupaten Karimun di sebelah Barat dan Kecamatan Sekupang, Batuaji dan Bulang di sebelah timur.

Wilayah kecamatan Belakang Padang tidak seperti kecamatan-kecamatan lainnya yang wilayahnya sebagian besar berada di Pulau Batam. Kecamatan Belakang Padang juga terdiri dari pulau-pulau besar dan kecil yang penyebaran penduduknya tidak merata.

Matrik IFAS dan EFAS

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
KEKUATAN (STRENGTH) :			
Posisi Strategis (akses transportasi yang mudah, dekat dengan fasum lain, ramai)	0.2	4	0.8
Sumberdaya manusia (kinerja, tanggung jawab, responsiveness, keterampilan)	0.15	3	0.45
Kualitas makanan yang baik	0.1	2	0.2
View yang indah	0.1	2	0.2
Sumberdaya fisik (ketersediaan fasilitas)	0.08	2	0.16
KELEMAHAN (WEAKNESS) :			
Pengelolaan UMKM (belum profesional, strategi pemasaran tidak jelas)	0.12	4	0.48
Sumberdaya finansial (kemampuan menghasilkan dana internal masih kurang)	0.1	3	0.3
Harga bahan baku yang lebih mahal di area Belakang Padang	0.06	2	0.12
Sumberdaya fisik (kondisi, kebersihan, keseragaman bentuk bangunan/kios, belum ada ciri khas)	0.04	2	0.08
Hanya buka di waktu malam	0.05	1	0.05
Total	1		2.78

Dari tabel diatas dapat digambarkan bahwa Dataran Elang-Elang Laut memiliki lima faktor kekuatan (*Strength*) yang dapat memperkuat posisinya sebagai icon wisata kuliner di Kecamatan Belakang Padang. Faktor kekuatan (*Strength*) tersebut yaitu (1) Posisi Strategis (akses transportasi yang mudah, dekat dengan fasum lain, ramai)

dengan rating tertinggi yaitu 4 dan skor 0.80, (2) Sumberdaya manusia (kinerja, tanggung jawab, responsiveness, pengalaman) dengan rating 3 dan skor 0.45, (3) Kualitas makanan yang baik dengan rating 2 dan skor 0.2, (4) View laut yang indah dengan rating 2 dan skor 0.2, dan diikuti oleh Sumberdaya fisik (ketersediaan fasilitas dengan rating 2 dan skor 0.16,. Total skor dari faktor kekuatan (*Strength*) ini adalah 1.81.

Selain faktor kekuatan (*strength*), ada pula yang menjadi kelemahan (*weakness*) Dataran Elang-Elang Laut. Adapun faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) UMKM Dataran Elang-Elang Laut yang terbesar adalah (1) pengelolaan UMKM (belum profesional, strategi pemasaran tidak jelas) dengan rating 4 dan skor 0.48, (2) lah sumberdaya finansial (kemampuan menghasilkan dana internal masih kurang) dengan rating 2 dan skor 0.12, (3) harga bahan baku yang lebih mahal di area Belakang Padang dengan bobot 2 dan skor 0.08, (4) sumberdaya fisik (kondisi, keseragaman bentuk bangunan/kios) dengan rating 1 dan skor 0.05, (5) hanya buka di waktu malam dengan rating 1 dan skor 0.02. Total skor dari faktor kelemahan (*weakness*) adalah 1.03. Adapun total skor dari matrik IFAS adalah 2,78.

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
PELUANG (OPPORTUNITIES) :			
Banyaknya fasilitas pengembangan usaha yang disediakan pemerintah	0.2	4	0.8
Adanya pangsa memiliki daya beli	0.1	3	0.3
Adanya potensi wisata yang bisa dikembangkan	0.1	2	0.2

Iklm usaha yang bagus	0.06	2	0.12
Berada di daerah perbatasan	0.05	1	0.05
ANCAMAN (THREATS) :			
Pemerintah yang kurang visioner dalam mendukung kemajuan Dataran Elang-Elang Laut	0.2	4	0.8
Kurangnya persediaan air bersih	0.1	3	0.3
kurangnya motivasi berwirausaha	0.08	2	0.16
Kecenderungan penduduk untuk pindah ke Batam	0.06	1	0.06
Kurangnya penguasaan bahasa asing	0.05	1	0.05
Total	1		2.84

Dari tabel di atas dapat digambarkan bahwa faktor peluang (*opportunities*) yang paling berpengaruh yaitu : (1) Banyaknya fasilitas pengembangan usaha yang disediakan pemerintah dengan bobot 4 dan skor 0.80, (2) adanya pangsa pasar yang memiliki daya beli dengan bobot 3 skor 0.3, (3) adanya potensi wisata yang bisa dikembangkan dengan bobot 2 dan skor 0.2, (4) iklim usaha yang bagus (hubungan yang harmonis antar pengelola, tarif sewa yang terjangkau, tersedianya koperasi) dengan bobot 2 dengan skor 0,12 dan yang terakhir berada di daerah perbatasan dengan bobot 1 dan rating 0.05. Total skor faktor peluang (*opportunities*) adalah 1.42.

Adapun untuk faktor ancaman (*threats*), yang paling berpengaruh yaitu : (1) Pemerintah yang kurang visioner dalam mendukung kemajuan Belakang Padang (akses investor, branding lokasi, bargaining position) dengan rating 4 dan skor 0.8, (2) kurangnya persediaan air bersih dengan bobot 3 dan skor 0.30, (3) kurangnya motivasi berwirausaha dengan bobot 2 dan

skor 0.16, (4) kecenderungan penduduk untuk pindah ke Batam dengan bobot 1 dan skor (0.06) dan (5) kurangnya penguasaan bahasa asing dengan bobot 1 dan skor (0.05). Total skor untuk faktor ancaman (*threats*) adalah 1.37. Adapun total skor matrik EFAS adalah 2.84.

Matrik IE

		KEKUATAN INTERNAL BISNIS		
		Tinggi	Rata-rata	Lemah
DAYA TARIK INDUSTRI	Tinggi	I	II	III
	Rata-rata	IV	V	VI
	Lemah	VII	VIII	IX

Posisi UMKM Dataran Elang Elang Laut dilihat dari kekuatan internal bisnis adalah di angka 2.78. Sedangkan untuk posisi daya tarik industri berada pada angka 2.88 . Hal ini berarti posisi UMKM Dataran Elang-Elang Laut adalah di sel V. (2.78;2.88). Artinya strategi yang dapat dijalankan adalah Strategi Pertumbuhan melalui Konsentrasi dan Diversifikasi

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Formulasi strategi sesuai strategi generik yang dikemukakan Michael Porter (2007) yang cocok diterapkan di UMKM Dataran Elang-Elang Laut terdiri dari Strategi Keunggulan Biaya dan strategi diferensiasi: yaitu strategi keunggulan biaya dan strategi diferensiasi. Keunggulan biaya diterapkan dengan cara mencari supplier yang lebih murah dan memanfaatkan *social media* untuk promosi. Sedangkan untuk strategi diferensiasi diterapkan dengan memanfaatkan *Natural Amnities* melalui promosi dan pengelolaan tempat serta menjual menu yang unik.

2. Berdasarkan hasil matrik IE dapat disimpulkan bahwa posisi UMKM Dataran Elang Elang Laut dilihat dari kekuatan internal bisnis adalah di angka 2.78. Sedangkan untuk posisi daya tarik industri berada pada angka 2.88 . Hal ini berarti posisi UMKM Dataran Elang-Elang Laut adalah di sel V. (2.78;2.88). Artinya strategi yang dapat dijalankan adalah Strategi Pertumbuhan melalui Konsentrasi dan Diversifikasi

Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan yaitu :

1. Memanfaatkan Posisi Strategis UMKM Dataran Elang –Elang Laut berupa akses transportasi yang mudah, dekat dengan fasum lain dan keramaian lokasi untuk memperkuat posisi Dataran Elang-Elang Laut sebagai icon wisata kuliner. Kelemahan yang dimiliki berupa pengelolaan UMKM (belum profesional, strategi pemasaran tidak jelas) sebaiknya mulai diperbaiki mengingat banyaknya program pembinaan dari pemerintah yang dapat dimanfaatkan seperti pelatihan, inkubator bisnis ataupun bantuan modal.
2. UMKM Dataran Elang-Elang Laut harus bisa memanfaatkan semua peluang terutama memanfaatkan fasilitas pengembangan usaha yang disediakan oleh pemerintah dan ancaman yang dimiliki berupa sikap pemerintah yang kurang visioner dalam membangun Belakang Padang sebaiknya diperbaiki. Pemerintah harus lebih terbuka dan peka terhadap informasi terkait pengembangan bisnis, turut berperan aktif dalam mengembangkan Belakang Padang dan membuka akses untuk investor. Semua ini dilakukan dalam rangka mempersiapkan masyarakat menghadapi MEA.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahrum, S. (2008). *SEZ dan Paradoks Ekonomi Pembangunan*. Pekanbaru: UNRI Press.
- Bappenas. (t.thn.). Dipetik Januari 21, 2016, dari Perpustakaan Bappenas: <http://perpustakaan.bappenas.go.id/ontar/opac/themes/bappenas4/templateDetail.jsp?id=20516&lokasi=lokal>
- BPS. (2015). Dipetik Januari 16, 2016, dari BPS Kota Batam: <http://Batamkota.bps.go.id/website/pdf/publikasi/Kecamatan-Belakang-Padang-Dalam-Angka-2015.pdf>
- Jasra, J. M., Khan, M. A., Hunjra, A. I., Rehman, R. A., & Azam, R. I. (2011). Dterminants of Business Success of Small and Medium Entreprises. *International Journal of Business and Social Science*, 2(20), 274-280.
- Jonet, N. (2013). Pemanfaatan Daya Tarik Wisata di Muara Kuin oleh Wisatawan dan Implikasinya terhadap Kebijakan Pemasaran Pariwisata yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(1), 29-41.
- Klaus Schwab. (2015). *The Global Competitiveness Report 2014-2015*. World Economic Forum.
- Majeed, S. (2011). The Impact of Competitive Advantage on Organizational Performance. *European Journal of Business and Management*, 3(4), 191-196.
- Muchson, M., Ravik , K., Drajat, T. K., & Zaini , R. (2013). Performance of Small- and Medium-Scale Entreprises at the Weaving Industry Centers. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 4(16), 156-162.
- Nitisusastro, H. M. (2012). *Kewirusahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Ommani, A. R. (2011). Strength, Weakness, Opportunities and Threats (SWOT) Analysis for Farming System Businesses Management : Case of Wheat Farmers of Shadervan District, Shoustar Township, Iran. *African Journal of Business Management*, 5(22), 9448-9454.
- Porter, M. E. (2007). *Strategi Bersaing*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Powell, T. C. (1992). *Strategic Planning as Competitive Advantage*, 13(4), 551-558.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. 1-32.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- UU RI No. 20 Tahun 2008. (t.thn.). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah-UMKM*