

STRATEGI PENGELOLAAN USAHA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA UMKM KERIPIK SINGKONG MEKAR SARI MUARA TEWEH KABUPATEN BARITO UTARA

Fie Khaeriyah¹, Monika²
Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muara Teweh
Email : fiekhaeriyah@gmail.com¹, monikaaaa009@gmail.com²

Abstract

The purpose of this study was to determine the business management strategies applied, the level of business competitiveness, and the appropriate management strategies to improve competitiveness at the Mekar Sari Cassava Chip MSME in Muara Teweh, North Barito Regency. This study used a qualitative approach with a descriptive research type. The informants in this study consisted of six people, including the business owner, employees, and consumers. Data were collected through interviews, observations, and documentation. Data analysis used the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The results showed that the business management strategy at Mekar Sari Cassava Chip MSME has implemented management functions consisting of planning, organizing, implementing, and controlling, although they are still carried out in a simple and less structured manner. The level of competitiveness is considered fairly good, as seen from product quality, competitive pricing, customer service, marketing reach, and customer loyalty. Appropriate strategies to improve competitiveness include strengthening business planning, increasing product innovation, expanding marketing—especially through digital media—and conducting regular business evaluations.

Keywords: Business Management Strategy, Competitiveness, MSMEs.

Abstrak

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengelolaan usaha yang diterapkan, tingkat daya saing usaha, serta strategi pengelolaan usaha yang tepat dalam meningkatkan daya saing pada UMKM Keripik Singkong Mekar Sari Muara Teweh Kabupaten Barito Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Informan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang yang terdiri dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengelolaan usaha pada UMKM Keripik Singkong Mekar Sari telah mencakup fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, namun masih dilakukan secara sederhana dan belum sepenuhnya terstruktur. Tingkat daya saing usaha tergolong cukup baik yang ditinjau dari kualitas produk, harga yang kompetitif, pelayanan kepada konsumen, jangkauan pemasaran, dan loyalitas pelanggan. Strategi yang tepat dalam meningkatkan daya saing adalah dengan memperkuat perencanaan usaha, meningkatkan inovasi produk, memperluas pemasaran terutama melalui media digital, serta melakukan evaluasi usaha secara berkala.

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan transformasi ekonomi digital telah menciptakan persaingan usaha yang semakin kompleks. Setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi agar mampu bertahan di tengah perubahan lingkungan bisnis. Persaingan tidak hanya terjadi pada aspek harga, tetapi juga kualitas, inovasi, dan pelayanan. Kondisi ini menjadikan daya saing sebagai faktor kunci dalam keberlangsungan usaha. Perubahan perilaku konsumen yang semakin rasional dan selektif turut memperketat persaingan. Selain itu, kemajuan teknologi mempercepat masuknya produk-produk baru ke pasar. Oleh karena itu, strategi pengelolaan usaha menjadi sangat penting dalam meningkatkan daya saing.

Dalam perspektif teori manajemen strategis, keunggulan bersaing dapat dicapai melalui strategi biaya rendah, diferensiasi, dan fokus sebagaimana dikemukakan Porter. Teori tersebut menekankan pentingnya posisi strategis dalam industri untuk menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaing. Sementara itu, Resource Based View menjelaskan bahwa daya saing dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan. Teori dynamic capability juga

menegaskan bahwa kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan menentukan keberhasilan jangka panjang. Pengelolaan usaha yang baik memungkinkan organisasi mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki. Tanpa strategi yang jelas, usaha akan sulit mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan demikian, strategi pengelolaan usaha memiliki hubungan erat dengan peningkatan daya saing.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi penyerap tenaga kerja terbesar dan berkontribusi terhadap pemerataan pendapatan masyarakat. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai kendala internal. Kendala tersebut meliputi keterbatasan modal, lemahnya manajemen, serta rendahnya inovasi produk. Dalam teori kewirausahaan, inovasi dan kreativitas menjadi kunci keberlanjutan usaha. Tanpa inovasi, produk akan mudah tergantikan oleh pesaing. Oleh karena itu, penguatan strategi pengelolaan usaha pada UMKM menjadi kebutuhan mendesak.

Fenomena umum menunjukkan bahwa banyak UMKM masih dikelola secara tradisional. Perencanaan usaha belum dilakukan secara sistematis dan terdokumentasi dengan baik. Pengorganisasian sumber daya manusia sering kali belum jelas pembagian tugasnya. Pelaksanaan kegiatan operasional berjalan

berdasarkan kebiasaan tanpa standar operasional prosedur. Pengawasan dan evaluasi kinerja belum dilakukan secara berkala dan terukur. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya efisiensi dan efektivitas usaha. Akibatnya, daya saing UMKM menjadi kurang optimal dalam menghadapi persaingan pasar.

Daya saing sebagai variabel Y dalam penelitian ini merupakan kemampuan usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan posisi pasar. Indikator daya saing dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan, peningkatan jumlah pelanggan, inovasi produk, serta kualitas layanan. Teori keunggulan kompetitif menjelaskan bahwa daya saing tercermin dari kemampuan menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Nilai tambah tersebut dapat berupa harga yang kompetitif, kualitas unggul, maupun keunikan produk. Kepuasan pelanggan juga menjadi indikator penting dalam mengukur daya saing. Apabila pelanggan merasa puas, maka kemungkinan pembelian ulang akan meningkat. Dengan demikian, daya saing merupakan hasil dari strategi pengelolaan usaha yang efektif.

Strategi pengelolaan usaha sebagai variabel X mencakup fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Perencanaan berfungsi menentukan tujuan dan arah usaha secara

jas. Pengorganisasian bertujuan mengatur pembagian tugas agar berjalan efektif. Pelaksanaan merupakan implementasi rencana dalam kegiatan operasional sehari-hari. Pengawasan dilakukan untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Keempat fungsi manajemen tersebut saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Jika salah satu fungsi tidak berjalan optimal, maka kinerja usaha akan terpengaruh.

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Keripik Singkong Mekar Sari yang berlokasi di Muara Teweh, Kabupaten Barito Utara. UMKM ini bergerak di bidang produksi makanan ringan berbahan dasar singkong. Produk yang dihasilkan dipasarkan di wilayah sekitar dengan sistem distribusi konvensional. Dalam beberapa tahun terakhir, usaha ini menghadapi persaingan yang semakin ketat dari produk sejenis. Persaingan tersebut berdampak pada penurunan kinerja usaha. Kondisi ini menunjukkan adanya permasalahan pada aspek daya saing. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam terkait strategi pengelolaan usaha.

Data penjualan menunjukkan adanya tren penurunan dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2022, total penjualan mencapai sekitar 250 juta rupiah. Pada tahun 2023, penjualan menurun menjadi sekitar

230 juta rupiah atau turun sekitar 8 persen. Pada tahun 2024, penjualan kembali menurun menjadi sekitar 210 juta rupiah atau turun sekitar 8,7 persen dari tahun sebelumnya. Penurunan ini menunjukkan adanya penurunan daya saing di pasar. Jika kondisi ini terus berlanjut, maka keberlangsungan usaha dapat terancam. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi strategi pengelolaan usaha.

Selain penurunan penjualan, jumlah pelanggan aktif juga mengalami penurunan. Pada tahun 2022, jumlah pelanggan aktif tercatat sekitar 120 pelanggan. Pada tahun 2023, jumlah tersebut menurun menjadi 105 pelanggan. Pada tahun 2024, jumlah pelanggan kembali turun menjadi 90 pelanggan. Penurunan pelanggan menunjukkan berkurangnya loyalitas konsumen. Hal ini dapat disebabkan oleh munculnya produk pesaing atau kurangnya inovasi. Kondisi tersebut mengindikasikan lemahnya daya saing usaha.

Dari aspek inovasi produk, perkembangan yang terjadi relatif lambat. Dalam tiga tahun terakhir, jumlah varian rasa hanya bertambah satu jenis. Pada tahun 2022 dan 2023, produk hanya memiliki lima varian rasa. Pada tahun 2024, varian rasa bertambah menjadi enam. Penambahan yang minimal ini menunjukkan rendahnya inovasi produk. Padahal inovasi merupakan faktor penting

dalam menarik minat konsumen. Kurangnya inovasi dapat menyebabkan konsumen beralih ke produk lain.

Permasalahan juga terlihat pada aspek perencanaan usaha. UMKM belum memiliki dokumen rencana bisnis yang terstruktur dan terukur. Target penjualan tahunan belum ditetapkan secara spesifik. Tanpa target yang jelas, evaluasi kinerja menjadi sulit dilakukan. Dalam teori manajemen, perencanaan merupakan dasar pengendalian. Ketiadaan perencanaan yang sistematis berdampak pada tidak terarahnya pengembangan usaha. Hal ini turut memengaruhi daya saing.

Pada aspek pengorganisasian, struktur organisasi belum tersusun secara formal. Pembagian tugas dilakukan secara informal berdasarkan kebiasaan. Kondisi ini berpotensi menimbulkan tumpang tindih pekerjaan. Efisiensi kerja menjadi kurang optimal. Dalam teori organisasi, pembagian kerja yang jelas meningkatkan produktivitas. Ketidakjelasan struktur dapat menghambat pencapaian tujuan usaha. Dampaknya terlihat pada kurang optimalnya pelayanan kepada pelanggan.

Pada aspek pelaksanaan, proses produksi masih menggunakan peralatan sederhana. Kapasitas produksi terbatas sehingga sulit memenuhi pesanan dalam jumlah besar. Hal ini membatasi peluang

memperluas pasar. Dalam teori manajemen operasional, efisiensi produksi berpengaruh terhadap keunggulan biaya. Jika kapasitas terbatas, maka biaya per unit menjadi kurang kompetitif. Selain itu, standar kualitas produk belum terdokumentasi secara formal. Kondisi tersebut dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk.

Pada aspek pengawasan, evaluasi kinerja belum dilakukan secara rutin dan terukur. Tidak terdapat indikator kinerja utama yang digunakan sebagai acuan. Tanpa pengawasan yang sistematis, perbaikan sulit dilakukan secara berkelanjutan. Teori pengendalian manajemen menekankan pentingnya monitoring dalam menjaga stabilitas organisasi. Kurangnya pengawasan dapat menyebabkan kesalahan operasional berulang. Hal ini berdampak pada pemborosan biaya dan penurunan kualitas. Akibatnya, daya saing usaha semakin melemah.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian pada tahun 2020 menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM. Penelitian tahun 2021 menemukan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja usaha. Penelitian tahun 2022 menunjukkan bahwa manajemen keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya

saing. Penelitian tahun 2023 menyimpulkan bahwa digitalisasi usaha menjadi faktor dominan dalam meningkatkan daya saing. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi temuan penelitian. Selain itu, sebagian besar penelitian hanya mengkaji satu variabel secara parsial.

Research gap dalam penelitian ini terletak pada kurangnya kajian komprehensif yang mengintegrasikan seluruh fungsi manajemen dalam satu model strategi pengelolaan usaha. Penelitian terdahulu cenderung memfokuskan pada pemasaran, inovasi, atau digitalisasi saja. Belum banyak penelitian yang menganalisis perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan secara simultan terhadap daya saing. Selain itu, objek penelitian pada UMKM makanan ringan di Muara Teweh masih sangat terbatas. Penelitian terdahulu juga jarang menggunakan indikator daya saing berbasis data kinerja riil seperti tren penjualan dan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih menyeluruh dan kontekstual. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut.

Berdasarkan fenomena umum dan fenomena khusus yang telah diuraikan, terlihat adanya permasalahan strategis dalam pengelolaan usaha yang berdampak pada daya saing. Penurunan penjualan, berkurangnya pelanggan, dan rendahnya

inovasi menjadi indikator utama masalah. Permasalahan tersebut berkaitan erat dengan belum optimalnya fungsi manajemen. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengelolaan usaha yang lebih terintegrasi dan sistematis. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan efisiensi, inovasi, dan loyalitas pelanggan. Dengan peningkatan tersebut, daya saing usaha dapat kembali meningkat. Hal ini menjadi urgensi dilakukannya penelitian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pengelolaan usaha dalam meningkatkan daya saing pada UMKM Keripik Singkong Mekar Sari Muara Teweh Kabupaten Barito Utara, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pengelolaan usaha yang diterapkan pada UMKM Keripik Singkong Mekar Sari telah mencakup fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, namun pelaksanaannya masih bersifat sederhana dan belum sepenuhnya terstruktur. Perencanaan usaha masih dilakukan secara praktis tanpa target tertulis yang jelas. Pengorganisasian telah dilakukan melalui pembagian tugas, tetapi belum memiliki struktur formal. Pelaksanaan kegiatan produksi dan pemasaran berjalan cukup baik meskipun masih menggunakan

peralatan sederhana. Pengawasan dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha, namun evaluasi usaha belum dilakukan secara sistematis dan terukur.

2. Tingkat daya saing UMKM Keripik Singkong Mekar Sari dapat dikategorikan cukup baik, terutama ditinjau dari kualitas produk, harga yang kompetitif, pelayanan kepada konsumen, serta loyalitas pelanggan. Produk dinilai memiliki kualitas yang cukup baik dan konsisten, harga relatif terjangkau, serta pelayanan yang ramah sehingga mampu mempertahankan pelanggan tetap. Namun, daya saing masih perlu ditingkatkan pada aspek inovasi produk dan perluasan pemasaran karena inovasi yang dilakukan masih terbatas dan jangkauan pasar masih relatif sempit.
3. Strategi pengelolaan usaha yang tepat dalam meningkatkan daya saing adalah dengan memperkuat fungsi manajemen secara lebih terstruktur, terutama pada aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Selain itu, usaha perlu meningkatkan inovasi produk, memperbaiki kemasan, serta memperluas pemasaran melalui pemanfaatan media digital. Pengelolaan keuangan yang lebih tertib dan evaluasi usaha secara berkala juga diperlukan agar kinerja usaha dapat meningkat secara berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Keripik Singkong Mekar Sari

Disarankan agar pemilik usaha menyusun perencanaan usaha secara lebih terstruktur, termasuk menetapkan target produksi dan penjualan secara berkala. Selain itu, perlu meningkatkan inovasi produk dan kemasan agar lebih menarik bagi konsumen serta memperluas pemasaran, terutama melalui media sosial dan pemasaran digital, sehingga jangkauan pasar dapat meningkat.

2. Bagi Karyawan dan Pengelola Usaha

Disarankan untuk meningkatkan keterampilan dan koordinasi kerja agar proses produksi dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Pembagian tugas yang lebih jelas serta komunikasi yang baik antar tenaga kerja akan membantu meningkatkan produktivitas dan kualitas produk.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang memengaruhi daya saing, seperti digital marketing, brand image, atau manajemen keuangan secara lebih mendalam. Selain itu, penelitian juga dapat dilakukan pada

objek UMKM yang berbeda agar hasil penelitian lebih bervariasi dan dapat dibandingkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Alfaza, Y., Yuniarto, & Sururi. (2025). Strategi UMKM Mikro dalam Meningkatkan Daya Saing Berbasis Nilai Lokal dan Syariah. *Jurnal Anggaran*.
- Calysta. (2025). Strategi Marketing dan Keunggulan Bersaing UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*.
- David, F. R. (2020). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- Griffin, R. W. (2021). *Management*. Boston: Cengage Learning.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Majid. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Melati*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. California: Sage Publications.
- Pertiwi. (2024). Increasing the Competitiveness of MSMEs in Karawang through Digital Technology Adoption. *Journal of Economics*.
- Porter, M. E. (2021). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.

Rimadiaz. (2025). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Molly's Coffee. *Jurnal Naafi*.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2022). *Management*. Pearson Education.

Rokhim, & Sholeh. (2024). Business Management Strategies to Enhance MSME Competitiveness. *International Journal of Economics Research*.

Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

Profil Penulis

dr. Fie Khaeriyah, S.E., M.M, Dosen Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Muara Teweh Jl. Berlian No 55, Kec. Teweh Tengah, Kota Muara Teweh, Kalimantan Tengah 73811
Email : fiekhaeriyah@gmail.com

Monika, Mahasiswa, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Muara Teweh Jl. Berlian No 55, Kec. Teweh Tengah, Kota Muara Teweh, Kalimantan Tengah 73811
Email : monikaaaa009@gmail.com