



STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM DI KOTA MATARAM

MSME Business Strategy Development in the Mataram City

Baiq Dewi Lita Andiana

Universtas Islam Al-Azhar

Email: baiqdewi@unizar.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the business development strategies of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Mataram City using a case study-based approach and thematic analysis tools. Data collection was carried out through interviews with MSME practitioners and local government, specifically the office of cooperatives and MSMEs in Mataram City. The results of the interviews were analyzed using thematic analysis to identify supporting factors, obstacles, and prospects for the development of MSMEs in Mataram City. The research findings indicate that from the perspective of MSME practitioners, access to capital, strategic location, event organization, and bazaars are the main factors supporting the development of MSMEs in Mataram City. However, limitations in capital, ineffective marketing, and a lack of business training have become the main obstacles in the development of MSMEs. Therefore, business digitalization and easier access to capital are the main hopes of MSME practitioners in improving their business competitiveness. Meanwhile, from the perspective of local government, it was found that the government's policies in...supporting MSMEs, facilitating marketing and market access, challenges in the development of MSMEs, the role of the government in innovation and digitalization of MSMEs, as well as the collaboration between the government and the private sector are the main themes in the strategy for developing MSMEs in the city of Mataram. The formulation of the business development strategy for MSMEs in the city of Mataram is to expand access to low-interest capital, increase MSME participation in events and bazaars, strategic location-based marketing strategies, improved financial and marketing literacy, ease of access to assistance programs and business training, optimize digital marketing strategies, broader socialization about access to capital and its procedures, simplify loan requirements for MSMEs, provide financial assistance for MSMEs, enhance training and mentoring on business technology usage, encourage digitalization in financial record-keeping and marketing, facilitate MSMEs in adopting digital technology, optimize the government's role in providing capital assistance, provide clearer information about assistance programs, increase MSMEs' access to business and marketing facilities, digitalization of MSMEs to enhance competitiveness, strengthening the MSME business ecosystem through collaboration among business actors, and encouraging innovation in MSME products and services.

Keywords: *MSME, Business_Development_Strategy, Thematic Analysis, Mataram City*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Mataram dengan menggunakan pendekatan berbasis studi kasus serta menggunakan alat analisis tematik. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pelaku UMKM dan pemerintah daerah dalam hal ini dinkoperindag dan UMKM Kota Mataram. Hasil wawancara kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi faktor pendukung, kendala serta prospek pengembangan UMKM di Kota Mataram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sisi

pelaku UMKM ditemukan bahwa akses terhadap modal, lokasi yang strategis, penyelenggaraan event dan bazar merupakan faktor utama yang mendukung perkembangan UMKM di Kota Mataram. Namun keterbatasan modal, pemasaran yang kurang efektif, dan minimnya pelatihan bisnis menjadi kendala utama dalam pengembangan bisnis UMKM. Sehingga digitalisasi bisnis dan akses modal yang lebih mudah menjadi harapan utama pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha mereka. Sedangkan dari sisi pemerintah daerah ditemukan bahwa kebijakan pemerintah dalam mendukung UMKM, fasilitasi Pemasaran dan Akses Pasar, tantangan dalam Pengembangan UMKM, peran pemerintah dalam inovasi dan digitalisasi UMKM serta kolaborasi pemerintah dan pihak Swasta merupakan tema utama dalam strategi pengembangan UMKM di Kota Mataram. Rumusan strategi pengembangan bisnis UMKM di Kota Mataram adalah memperluas akses modal berbunga rendah, meningkatkan partisipasi UMKM dalam event dan bazar, strategi pemasaran berbasis lokasi strategis, peningkatan literasi keuangan dan pemasaran, mempermudah akses terhadap program bantuan dan pelatihan bisnis, mengoptimalkan strategi pemasaran digital, sosialisasi lebih luas tentang akses ke modal dan prosedurnya, mempermudah persyaratan pinjaman bagi UMKM, menyediakan pendampingan keuangan bagi UMKM, meningkatkan pelatihan dan pendampingan penggunaan teknologi bisnis. Mendorong digitalisasi dalam pencatatan keuangan dan pemasaran, memfasilitasi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, mengoptimalkan peran pemerintah dalam memberikan bantuan modal, menyediakan informasi yang lebih jelas tentang program bantuan, meningkatkan akses UMKM terhadap fasilitas bisnis dan pemasaran, digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing, Penguatan ekosistem bisnis UMKM dengan kolaborasi antar pelaku usaha serta mendorong inovasi dalam produk dan layanan UMKM.

Keywords: UMKM, strategi_pengembangan_bisnis, analisis tematik, Kota Mataram

PENDAHULUAN

Dalam konteks ekonomi pembangunan, UMKM dianggap sebagai agen penting dalam mengurangi kemiskinan dan menciptakan lapangan kerja (Todaro & Smith, 2015). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia terutama dalam hal menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat (Salim A., 2018). UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Menurut data dari kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbangkan lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Di Kota Mataram, UMKM menjadi salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi lokal dengan beragam produk unggulan seperti kerajinan tangan, makanan olahan dan jasa pariwisata. Akan tetapi dalam perjalanannya, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat pertumbuhan usaha mereka.

Menurut (Porter, 1980), pengembangan UMKM dapat dilakukan melalui pendekatan manajemen strategis yang menekankan pada pentingnya analisis lingkungan bisnis, formulasi strategi, dan implementasi strategi yang efektif. Salah satu tantangan utama dalam mengembangkan UMKM di kota mataram salah satunya adalah akses permodalan (Muttalib, n.d.). Banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mendapatkan pinjaman modal akibat persyaratan jaminan yang sulit serta kurangnya informasi terkait skema pembiayaan yang tersedia bagi pelaku UMKM. Faktor pendukung dalam hal akses terhadap permodalan dengan bunga rendah dan visibilitas produk dapat membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jaringan pasar UMKM.

Faktor lain yang menghambat perkembangan UMKM adalah pemasaran yang kurang efektif dimana banyak pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional tanpa memanfaatkan media sosial dan platform digital secara optimal. Studi menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan visibilitas merek, interaksi dengan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan UMKM menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang efisien. Namun, tantangan seperti kurangnya pemahaman terhadap algoritma media sosial dan keterbatasan kemampuan teknis masih menjadi hambatan bagi banyak UMKM (Hendrik & Sihura, 2025). Seiring dengan perkembangan teknologi, digitalisasi bisnis menjadi salah satu strategi utama yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM di Kota Mataram. Pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce* menjadi kebutuhan yang mendesak agar UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Adopsi teknologi oleh UMKM sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keunggulan relatif, kompatibilitas, dan kompleksitas teknologi. Dalam konteks UMKM, hasil studi menunjukkan bahwa implementasi *e-commerce* yang tepat dapat menghasilkan peningkatan signifikan dalam penjualan, efisiensi operasional, dan loyalitas pelanggan (Rizqi et al., 2024) sehingga integrasi antara *Business Intelligence* (BI) dan *e-commerce* memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan dalam era digital ini.

Selain kendala tersebut, faktor literasi keuangan mencakup pemahaman dan keterampilan individu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif sering menjadi kendala bagi UMKM dalam mengelola keuangan usaha dan mengakses pembiayaan formal (Huston, 2010). Minimnya pelatihan bisnis juga menjadi faktor yang memperlambat pertumbuhan dan pengembangan bisnis UMKM. Pelatihan yang diberikan oleh pemerintah daerah dan instansi terkait serta pelatihan yang diterima oleh pelaku UMKM masih terbatas, baik dari segi jumlah maupun cakupan materi yang diberikan. Sebagian besar pelaku UMKM merasa kurang mendapatkan bimbingan yang memadai dalam aspek manajemen keuangan, pemasaran digital, serta pengelolaan operasional bisnis. Melalui pendampingan yang tepat, pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan usaha yang efisien dan profesional, serta implementasi teknologi yang dapat mempercepat pertumbuhan usaha mereka dan memiliki peranan strategis dalam memperkuat daya saing UMKM dan mendukung keberlanjutan usaha UMKM (Supardi & Wijaya, 2023). Ekosistem bisnis yang terbentuk antara para pelaku UMKM juga memberikan kontribusi dalam pengembangan UMKM. Ekosistem bisnis yang kuat sebagai jaringan yang saling terkait antara pelaku usaha, pemerintah, lembaga keuangan dan komunitas lokal dapat memberikan dukungan yang lebih baik kepada UMKM melalui kolaborasi dan sinergi antar *stakeholder* (Moore, 1996).

UMKM di Kota Mataram memiliki kontribusi besar dalam perekonomian daerah, namun masih menghadapi kendala yang menghambat pengembangan UMKM seperti keterbatasan akses permodalan, kurangnya kemampuan manajerial serta masih rendahnya adopsi teknologi dalam proses bisnis. Kota Mataram sebagai pusat ekonomi di Nusa Tenggara Barat membutuhkan strategi yang efektif untuk mendorong pertumbuhan UMKM agar dapat berkontribusi lebih optimal terhadap pembangunan daerah. Penelitian ini selain menyediakan analisis mengenai faktor pendukung dan penghambat UMKM, memberikan rekomendasi berbasis temuan

empiris yang dapat diimplementasikan oleh pelaku UMKM dan pemerintah, juga mengatasi kesenjangan dalam literatur terkait strategi pengembangan UMKM di daerah tertentu khususnya dalam konteks Kota Mataram. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan menggunakan analisis tematik yang jarang digunakan dalam penelitian UMKM di Kota Mataram. Pengintegrasian peran digitalisasi sebagai strategi dalam pengembangan UMKM yang masih terbatas dalam penelitian sebelumnya serta strategi berbasis temuan wawancara langsung dengan pelaku UMKM memberikan gambaran yang lebih nyata tentang kondisi UMKM di Kota Mataram.

METODE

Penelitian dilakukan di Kota Mataram dengan subyek penelitian terdiri dari pelaku UMKM dan perwakilan dari Dinas Koperasi Perindustrian, Perdagangan, dan UMKM Kota Mataram dimana subyek penelitian dipilih secara purposive sampling untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian (Patton, 2015).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Metode penelitian kualitatif berlandaskan pada falsafah postpositivisme, bersifat seni dan interpretive karena merupakan hasil intepetasi dari data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2016). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai strategi pengembangan UMKM di Kota Mataram melalui intepetasi data yang dikumpulkan secara langsung dari para pelaku usaha ((Creswell, 2003). Pendekatan studi kasus memungkinkan untuk mengeksplorasi secara mendalam terhadap fenomena yang kompleks dalam konteks nyata (Yin et al., n.d.). Subyek penelitian dipilih secara purposive untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian (Patton, 2015). Teknik pengumpulana data yang diterapkan meggunakan wawancara yang dilakukan secara semi-struktur dengan pelaku UMKM dan Penyuluh Perindustrian, Perdagangan dan UMKM Kota Mataram untuk menggali pengalaman, tantangan dan strategi yang diterapkan dalam pengembangan UMKM. Selain itu, data juga dikumpulkan dari artikel ilmiah dan publikasi terkait kebijakan pengembangan UMKM di Kota Mataram (Bowen, 2009) kemudian data dianalisis menggunakan analisis tematik yang bertujuan mengidentifikasi pola dan tema utama dalam data yang dikumpulkan untuk mengidentifikasi pola-pola yang berulang dalam strategi pengembangan UMKM berdasarkan perspektif pelaku usaha dan pemangku kepentingan sehingga analisis ini dapat memberikan wawasan yang mendalam terkait faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan UMKM di Kota Mataram. Keabsahan data dalam penelitian dilakukan melalui triangulasi sumber dan teknik dengan membandingkan data dari wawancara, observasi dan dokumentasi serta memperhatikan aspek etika dengan meminta persetujuan dari partisipan sebelum wawancara dilakukan dan tidak mencantumkan identitas partisipan dalam laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Tematik

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi pengembangan bisnis UMKM di Kota Mataram dengan pendekatan studi kasus dan analisis tematik. Dari

hasil wawancara dengan para pelaku UMKM, muncul enam tema utama yang meliputi: (1) Jenis Usaha dan Lama Operasional UMKM yang terlibat dalam penelitian ini berasal dari berbagai sektor usaha seperti jasa kuliner (warung/rumah makan dan usaha roti), usaha jasa dan perdagangan. Mayoritas UMKM telah beroperasi lebih dari lima tahun, sementara sebagian kecil lainnya telah beroperasi kurang dari satu tahun dan masih dalam tahap awal usaha. (2) Perkembangan Usaha. Sebagian besar pelaku UMKM menyatakan bahwa usaha mereka mengalami perkembangan dalam tiga tahun terakhir dengan faktor utama pendukung adalah permodalan dan lokasi usaha yang strategis. Namun, terdapat juga beberapa pelaku usaha yang merasa tidak mengalami perkembangan signifikan akibat terkendala dalam hal operasional bisnis dan kendala dalam pemasaran. (3) Faktor Pendukung Perkembangan UMKM. Mayoritas responden menyebutkan bahwa faktor utama yang mendukung perkembangan usaha mereka adalah permodalan, lokasi yang strategis serta penyelenggaraan event atau bazar yang diadakan oleh pihak terkait. Permodalan yang dimaksud adalah pinjaman dengan bunga yang rendah. Di sisi lain, penyelenggaraan bazar/event oleh pihak terkait di Kota Mataram telah memberikan peluang bagi UMKM melalui peningkatan penjualan dan kesempatan untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. (4) Kendala dalam Pengembangan Usaha. Hasil analisis tematik menunjukkan bahwa kendala utama yang dihadapi UMKM di Kota Mataram meliputi: a) Permodalan yaitu keterbatasan dalam akses modal karena kurangnya jaminan/agunan yang dimiliki UMKM sebagai syarat untuk memperoleh modal dari lembaga keuangan serta kesulitan pelaku UMKM dalam mendapatkan kepercayaan dari para pemberi modal baik lembaga perbankan maupun lembaga keuangan non bank, b) Pemasaran yaitu kurangnya strategi promosi yang efektif dalam memasarkan produk UMKM serta terbatasnya akses ke pasar yang lebih luas, c) Pemanfaatan teknologi, dimana sebagian besar UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam operasional bisnisnya. Teknologi seperti media sosial, aplikasi pemasaran online, serta sistem akuntansi digital masih belum banyak digunakan oleh UMKM, meskipun mereka menyadari bahwa teknologi dapat membantu mengembangkan usaha mereka, d) Minimnya pelatihan atau pendampingan bisnis, dan e) UMKM kurang memahami alur akses ke sumber pembiayaan sehingga tidak memiliki cukup informasi mengenai program bantuan modal yang tersedia serta kurangnya informasi yang diperoleh mengenai akses pembiayaan dan bantuan pemerintah bagi UMKM. (5) Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM. UMKM memiliki pandangan beragam terhadap peran pemerintah dalam mendukung pengembangan UMKM di Kota Mataram. Sebagian besar UMKM menganggap bahwa dukungan pemerintah masih kurang optimal terutama dalam akses permodalan dan pelatihan bisnis. Pelaku UMKM merasa bahwa bantuan modal dan pelatihan yang diberikan belum merata dan masih sulit diakses. Pelaku UMKM berharap adanya bantuan dari pemerintah dalam bentuk pemberian modal usaha dengan bunga rendah, pelatihan digitalisasi dan pemasaran online serta peningkatan kuantitas dan kualitas fasilitas promosi seperti event bazar dan pameran karena pelaku UMKM menilai bahwa upaya pemerintah dalam mengadakan event atau bazar cukup membantu dalam meningkatkan visibilitas produk dan usaha mereka. (6) Prospek Pengembangan UMKM di Masa Depan. Sebagian besar pelaku UMKM optimis terhadap prospek

UMKM di Kota Mataram dalam lima tahun kedepan, terutama jika didukung oleh kebijakan pemerintah yang berpihak pada UMKM dan akses teknologi semaik baik. Para pelaku UMKM berharap pemerintah dapat lebih aktif dalam menyelenggarakan pelatihan digitalisasi bisnis, akses permodalan yang lebih mudah serta peningkatan akses ke pasar dan fasilitas pemasaran yang lebih luas.

Dari sudut penyuluh Perindustrian, Perdagangan dan UMKM Kota Mataram, lima tema didapatkan dari hasil wawancara yaitu: (1) Kebijakan Pemerintah dalam Mendukung UMKM. Kebijakan yang diterapkan oleh DISKOPERINDAG dan UMKM Kota Mataram dalam bentuk bimbingan teknis dan pelatihan untuk meningkatkan kapasitas UMKM. Namun terdapat keterbatasan dalam hal program bantuan modal dimana saat ini belum tersedia program khusus bantuan modal melalui DISKOPERINDAG dan UMKM Kota Mataram, meskipun UMKM masih dapat mengakses Kredit Usaha Rakyat (KUR) melalui kerjasama dengan lembaga keuangan. (2) Fasilitasi Pemasaran dan Akses Pasar. DISKOPERINDAG dan UMKM Kota Mataram telah memfasilitasi UMKM dalam hal pemasaran produk melalui pameran dan kegiatan yang diselenggarakan oleh DEKRANASDA. Meskipun demikian, belum ada dukungan signifikan untuk akses pasara internasional. (3) Tantangan dalam Pengembangan UMKM. Tantangan utama yang dihadapi oleh pemerintah daerah dalam mendukung UMKM adalah keterbatasan modal serta keterbatasan terhadap akses pasar yang lebih luas. Selain itu, keterbatasan dalam hal peningkatan kapasitas SDM pelaku UMKM yang disebabkan oleh belum adanya program khusus yang secara konsisten meningkatkan keterampilan pelaku UMKM di Kota Mataram. (4) Peran Pemerintah dalam Inovasi dan Digitalisasi UMKM. Upaya yang telah dilakukan pemerintah dalam hal digitalisasi UMKM berupa penyelenggaraan bimbingan teknis terkait digitalisasi UMKM akan tetapi pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM masih perlu ditingkatkan agar dapat bersaing dengan usaha besar. (5) Kolaborasi Pemerintah dan Pihak Swasta. Terdapat kolaborasi antara pemerintah daerah dan sektor swasta terutama dalam bentuk undangan pameran bagi UMKM, namun kolaborasi ini perlu diperluas agar dapat mencakup lebih banyak aspek dalam pengembangan UMKM.

Hasil analisis tematik penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM di Kota Mataram sangat bergantung pada akses permodalan, pemasaran serta pemanfaatan teknologi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa Aspek-aspek yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan akses permodalan adalah memudahkan memperoleh informasi terkait pinjaman dari berbagai pihak, mampu mendapat tawaran dari Lembaga keuangan untuk meningkatkan usaha, mengantisipasi hambatan dalam mengakses modal eksternal, dan tidak mempersulit pinjaman kredit usaha rakya (Nugraha Sugita & Seri Ekayani, 2022). Dilain pihak, adopsi teknologi digital akan meningkatkan efisiensi operasional yang disebabkan oleh penurunan biaya dan peningkatan penjualan (Godwin et al., 2024). Hasil penelitian lain juga menunjukkan bahwa adopsi pemasaran digital oleh pelaku UMKM di Kota Mataram selain memberikan kemudahan dalam penyediaan informasi, juga memberikan interaksi langsung dengan konsumen, memperluas pasar, meningkatkan kesadaran kosumen atas produk dan pengurangan biaya pemasaran produk pada masa COVID-19 (Dewi et al., 2021). Selain itu keterbatasan dalam hal

pemasaran dan kurangnya pelatihan bisnis yang diperkuat dengan temuan tim pengabdian masyarakat bahwa diperlukan pendampingan dan pelatihan lanjutan bagi UMKM agar bisa lebih mandiri dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran produk yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan UMKM dalam hal bagaimana mengelola bisnis dalam hal manajemen keuangan, pemasaran dan akses perbankan (Dewi et al., 2023)). Di sisi lain, program pendampingan bisnis yang berkelanjutan dari pemerintah dapat meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan. Namun seperti yang diungkapkan oleh responden dalam penelitian ini bahwa masih banyak pelaku UMKM yang merasa belum mendapatkan manfaat dari program tersebut. Dengan demikian, pengembangan UMKM di Kota Mataram dapat lebih optimal jika pemerintah dan lembaga terkait memberikan akses permodalan yang lebih mudah, meningkatkan pelatihan baik digitalisasi maupun manajemen usaha, serta menyediakan platform pemasaran yang lebih luas bagi UMKM.

Dari sisi pemerintah, bahwa pengembangan UMKM di Kota Mataram memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif terutama dalam menciptakan kebijakan yang mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM dalam bentuk kebijakan kongkret seperti bantuan modal dan fasilitasi pemasaran untuk perluasan pasar nasional dan internasional, peningkatan jumlah, kualitas dan cakupan pelatihan untuk meningkatkan kapasitas SDM dari UMKM dan mengoptimalkan penerapan teknologi digital dalam pengembangan UMKM. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu lebih aktif dalam mendorong kerja sama dengan lembaga keuangan dan sektor swasta guna mendiptakan ekosistem yang lebih kondusif bagi UMKM serta memperluas program bimbingan teknis dengan menargetkan pemanfaatan platform digital e-commerce sebagai strategi pemasaran UMKM.

Pemetaan Strategi dan Rekomendasi Pengembangan UMKM di Kota Mataram

Tabel dibawah merupakan hasil analisis tematik dengan memetakan rekomendasi strategi untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penemuan penelitian dan rekomendasi strategi bagi pengembangan bisnis UMKM di Kota Mataram.

Tabel 1. Pemetaan Strategi dan Rekomendasi Pengembangan UMKM

Tema Utama	Sub-tema	Temuan Utama	Strategi yang Dapat Diterapkan	Rekomendasi Strategi
Faktor Pendukung Perkembangan UMKM	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Permodalan/ Pinjaman bunga rendah ✓ Lokasi Strategis ✓ Event/Bazar 	UMKM yang memiliki akses modal lebih baik dan lokasi strategis cenderung berkembang lebih cepat, Event atau bazar meningkatka	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Memperluas akses permodalan melalui skema kredit bunga rendah ✓ Meningkatkan partisipasi dalam event dan bazar lokal ✓ Menggunakan strategi pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Memperluas akses pemodalan melalui skema kredit bunga rendah seperti program KUR super mikro dengan bunga rendah bagi UMKM pemula. ✓ Meningkatkan jumlah dan frekuensi event

		n visibilitas usaha.	berbasis lokasi strategis	promosi UMKM seperti mengadakan festival UMKM Kota Mataram yang rutin diadakan setiap bulan untuk mempromosikan produk lokal Tambunan (2019); Rahayu & Day (2022)
Kendala Dalam Pengembangan UMKM	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Keterbatasan modal ✓ Pemasaran kurang efektif ✓ Minimnya pelatihan bisnis 	Banyak UMKM mengalami kesulitan dalam mengembangkan usaha karena kurangnya dana dan akses pasar serta jumlah dan akses ke pelatihan bisnis yang masih terbatas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Meningkatkan literasi keuangan dan pemasaran bagi UMKM ✓ Mempermudah akses terhadap program pelatihan bisnis ✓ Mengoptimalkan strategi pemasaran digital 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pemerintah dan akademisi dapat berkolaborasi menyelenggarakan pelatihan bisnis berbasis digital seperti workshop “UMKM Go Digital” untuk pelaku UMKM dalam memahami pemasaran digital dan pelatihan manajemen keuangan sederhana bagi UMKM yang belum menerapkan pencatatan keuangan. ✓ Mendorong kolaborasi antara UMKM dan platform digital Sari, dkk. (2021); Haryanto (2020)
Akses Terhadap Modal Dan Tantangan nya	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Persyaratan jaminan sulit dipenuhi ✓ Kurangnya 	Banyak UMKM kesulitan mendapatkan pinjaman	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sosialisasi lebih luas tentang akses ke modal dan prosedurnya. ✓ Mempermudah 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lembaga keuangan perlu menawarkan produk pinjaman yang lebih ramah

	informasi tentang akses modal	karena tidak memiliki agunan/jaminan dan tidak memahami prosedur pengajuan modal.	persyaratan pinjaman bagi UMKM ✓ Menyediakan pendampingan keuangan bagi UMKM	bagi UMKM seperti Program Kredit Tanpa Agunan (KTA) UMKM dengan syarat lebih ringan ✓ Pemerintah dapat menyediakan program pendampingan keuangan secara berkala seperti membentuk layanan konsultasi keuangan UMKM Gratis yang disediakan oleh dinas terkait
Pemanfaatan Teknologi Dalam Perasional Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Minimnya penggunaan media sosial ✓ Tidak menggunakan sistem digital dan aplikasi akuntansi ✓ Kurang memanfaatkan platform pemasaran online 	Sebagian besar UMKM masih menjalankan bisnis dengan cara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi secara optimal	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Meningkatkan pelatihan dan pendampingan penggunaan teknologi bisnis ✓ Mendorong digitalisasi dalam pencatatan keuangan dan pemasaran ✓ Memfasilitasi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pelaku UMKM perlu diberikan pelatihan dalam penggunaan media sosial dan aplikasi digital dalam pengelolaan bisnis seperti mengadakan pelatihan "Jualan di Marketplace" untuk UMKM yang ingin masuk ke Shopee/Tokopedia dan Pelatihan pemasaran digital untuk tujuan ekspor ✓ Pemerintah dapat membuat platform digital khusus UMKM yang lebih mudah difahami dan dioperasikan

				seperti BukuKas atau Moka POS Rahayu & Day (2017); Supriyanto, dkk. (2023)
Peran pemerintah dalam Pengembangan UMKM	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kurangnya program pelatihan ✓ Terbatasnya akses bantuan modal ✓ Kurangnya sosialisasi program 	Pelaku UMKM merasa bantuan dari pemerintah masih belum optimal terutama dalam hal modal dan pelatihan bisnis.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mengoptimalkan peran pemerintah dalam memberikan bantuan modal ✓ Menyediakan informasi yang lebih jelas tentang program bantuan ✓ Meningkatkan akses UMKM terhadap fasilitas bisnis dan pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pemerintah perlu memperbaiki sistem informasi mengenai UMKM seperti Satu Pintu Layanan UMKM untuk memudahkan akses informasi dan perizinan ✓ Portal Informasi UMKM Kota Mataram untuk mengakses program bantuan dan pelatihan <p>Tambunan (2019); Rahmawati (2022)</p>
Harapan dan Prospek Pengembangan UMKM	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Digitalisasi bisnis ✓ Akses permodalan lebih mudah ✓ Peningkatan fasilitas pemasaran 	UMKM optimis terhadap prospek bisnis mereka jika mendapatkan dukungan lebih besar dalam bentuk modal, pelatihan dan pemasaran digital	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing ✓ Penguatan ekosistem bisnis UMKM dengan kolaborasi antar pelaku usaha ✓ Mendorong inovasi dalam produk dan layanan UMKM 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diperlukan kebijakan yang mendukung transformasi digital bagi UMKM seperti “Program UMKM Naik Kelas” yang menghubungkan UMKM dengan mentor bisnis ✓ Pemerintah dan swasta perlu berkolaborasi dalam meningkatkan akses pasar bagi UMKM seperti kolaborasi UMKM dengan perusahaan besar untuk menjadi



				mitra dalam rantai pasok Kusuma & Wibowo (2021); Supriyanto, dkk. (2023)
--	--	--	--	--

KESIMPULAN

Enam aspek utama yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Kota Mataram adalah faktor pendukung, kendala akses modal, pemanfaatan teknologi, peran pemerintah serta harapan dan prodpek UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang mendorong perkembangan UMKM adalah akses permodalan, lokasi strategis, serta partisipasi dalam event-event dan bazar. Namun, UMKM masih menghadapi kendala seperti rendahnya literasi keuangan, keterbatasan pemasaran digital serta sulitnya akses terhadap modal usaha akibat persyaratan pinjaman yang kompleks. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan program pelatihan dan pendampingan seperti “UMKM *Go Digital*” serta program pendampingan manajemen usaha. Selain itu akses modal masih menjadi tantangan karena persyaratan pinjaman yang sulit dipenuhi sehingga pemerintah perlu menyediakan skema Kredit Tanpa Agunan (KTA) UMKM yang lebih fleksibel serta Layanan Konsultasi Keuangan Gratis. Selain itu, pemanfaatan teknologi dalam operasional bisnis UMKM juga masih minim sehingga diperlukan pelatihan pemasaran digital dan penggunaan aplikasi keuangan seperti BukuKas atau aplikasi lainnya perlu dioptimalkan. Pemerintah juga memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM, akan tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa program bantuan dan kebijakan yang ada masih sulit diakses oleh pelaku usaha sehingga masih kurang efektif terutama terkait penyebaran informasi dan akses terhadap program bantuan. Oleh karena itu, disarankan untuk membentuk Satu Pintu Layanan UMKM serta Portal Informasi UMKM Kota Mataram untuk meningkatkan keterjangkauan program dan akses terhadap informasi dan bantuan lebih mudah dan merata. Di masa depan, digitalisasi dan inovasi menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing UMKM yang dapat didukung melalui program UMKM Naik Kelas yang menghubungkan UMKM dengan mentor bisnis, serta kemitraan dengan perusahaan besar dalam rantai pasok sehingga dapat menjadi strategi yang efektif dalam mempercepat pertumbuhan UMKM di Kota Mataram. Secara keseluruhan penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi antara UMKM, pemerintah, sektor swasta dan akademisi dan pihak terkait dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kondusif dan berkelanjutan. Dengan penerapan strategi yang tepat, UMKM dapat berkembang lebih kompetitif, berdaya saing, serta memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Mataram.

DAFTAR PUSTAKA

- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40.
- Creswell, J. W. . (2003). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.



- Dewi, B., Andiana, L., Fatma, L., Ningsih, Y., Ariwijaya, T., Sayuti, M., Suhendri, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Al-Azhar, I. (2023). COVIDABLE: PELATIHAN KEPEMILIKAN USAHA KECIL UNTUK PEREMPUAN PENYANDANG DISABILITAS. *Community Development Journal*, 4(Juni).
- Dewi, B., Andiana, L., Hurriati, L., & Fathurrahman, F. (2021). *Adoption of Digital Marketing in Strengthening Micro, Small and Medium Enterprises in Mataram City during The Covid 19 Pandemic*.
- Godwin, G., Junaedi, S. R. P., Hardini, M., & Purnama, S. (2024). Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(2), 41–47. <https://doi.org/10.34306/abdi.v5i2.1172>
- Hendrik, O. ., & Sihura, K. (2025). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN UMKM DI ERA DIGITAL. 13(1), 703–706. <https://doi.org/10.37081/ed.v13i1.6897>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Ilmiah Manajemen dan Bisnis, J., Berbagai Aspek Ekonomi Sri Maulida, D., & Yunani, A. (2017). *Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. 2(1). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Moore, J. F. (1996). *The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems*. Harper Business.
- Muttalib, A. (n.d.). *P-ISSN xxxx-xxxx Business Management 43 Pola Karakteristik Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Mataram* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/Bisnis/index>
- Nugraha Sugita, I. K. D., & Seri Ekayani, N. N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Akses Permodalan Terhadap Keberlanjutan UMKM Pada Bidang Fashion Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 118–126. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.845
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice* (4th ed.). Sage Publications.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. . The Free Press.
- Rizqi, H., Prasetyo, K., Sutrisna, L. W., Widyaningrum, S., Liem, D., Sin, G., & Manajemen, P. S. (2024). *Pentingnya Pengembangan E-Commerce sebagai Strategi Digital Marketing* (Vol. 4). www.context.id
- Salim A. (2018). PERANAN UMKM DALAM PEREKONOMIAN NASIONAL. *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 3(2), 23–32.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. . Alfabeta.
- Supardi, A., & Wijaya, G. (2023). Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Pendampingan Manajerial. In *Jurnal Peradaban Masyarakat* (Vol. 3, Issue 3). <https://journal-stiehidayatullah.ac.id/index.php/peradaban>
- Yin, R. K., Calvin, Y., & Mali, G. (n.d.). *61 A BOOK REVIEW: CASE STUDY Title: Case Study Research and Applications: Design and Methods (6 th ed.)*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1563>