

Analisis Faktor Strategi Pengembangan UMKM Kelurahan Pabuaran Kota Bogor

Nurvi Oktiani✉, Dhuha Safria

Universitas Bina Sarana Informatika

nurvi.nvk@bsi.ac.id

Abstract

The Improvement and Development of Micro, Small and Medium Enterprises are priority for making economic and sustainable development where that is one of Economic foundation especially in Indonesia, beside that the small, medium enterprises as a sector which have important role because consist of full activities and can make expand employment, however and must be understanding, because of covid -19 disease give impact and change for all aspects, especially for continuity developing micro, small and medium enterprises .The purpose of research analyze and explain factors for developing which can be implemented strategy micro, small and medium enterprises in Pabuaran, Bogor city. The research of Method uses quantitative Descriptive, the source of data has been obtained by questionnaire toward fifty respondent, the data analyze has been obtained by factor analysis with data processing by determining of Index KMO, measure of sampling adequate, communalities values, total variant explained, rotated component matrix, From the result can be obtained from twenty variable have been reduced become sixteen variable, and three Factors include of resources and capabilities or process technic capacity, market regulation and SME regulation, employee skill. From the three factors can be determinant that the dominant factors for making development micro, small and medium enterprises is Resources and capabilities process Technic Capacity.

Keywords: Analysis, factor, strategy, development, small and medium-sized enterprises.

Abstrak

Peningkatan dan pengembangan usaha mikro, kecil, menengah menjadi prioritas dalam upaya pembangunan ekonomi, dimana usaha mikro, kecil, menengah merupakan tonggak dari kegiatan perekonomian khususnya di Indonesia, selain itu sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian dikarenakan kegiatan UMKM meliputi kegiatan padat karya, dapat memperluas lapangan pekerjaan, namun perlu dipahami bahwa sejak terjadinya pandemic covid -19 maka banyaknya terjadi perubahan dalam berbagai macam aspek, dan memberikan pengaruh terhadap kelangsungan terutama dalam pengembangan UMKM, Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor strategi pengembangan UMKM dan menjelaskan faktor strategi dominan yang sebaiknya diterapkan kelurahan pabuaran kota bogor , metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif , data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada lima puluh (50) pelaku usaha UMKM kelurahan pabuaran kota bogor, analisis data yang digunakan melalui analisis faktor, serta melakukan penentuan nilai indeks KMO, measure of sampling adequate, nilai communalities, nilai total varians explained , rotated component matrix, dari hasil penelitian didapatkan bahwa melalui analisis faktor dan dari hasil faktor loading terdapat terdapat 20(dua puluh) variable yang direduksi menjadi enam belas(16) variable, selain itu diperoleh tiga faktor strategi yakni resources and capabilities dan Process Technic Capacity, Market Regulation dan SME regulation dan Employee Skill, dari tiga faktor diatas, faktor strategi dominan yang dapat mempengaruhi pengembangan UMKM pelaku usaha UMKM kelurahan Pabuaran kota Bogor adalah faktor resources and capabilities Process Technic Capacity.

Kata kunci: analisis, faktor, strategi, pengembangan UMKM.

Jurnal Ekobistek is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Peningkatan dan pengembangan usaha mikro kecil. Dan menengah merupakan salah satu prioritas dalam upaya pembangunan ekonomi. Hal ini dikarenakan usaha mikro dan kecil merupakan tonggak dari kegiatan perekonomian kerakyatan bagi yang ditujukan untuk mengurangi permasalahan kesenjangan perekonomian [1]. Keberadaan UMKM dalam kegiatan usaha memiliki peranan penting terutama dalam memperluas lapangan kerja serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas dan upaya peningkatan

pendapatan masyarakat [2]. Selain itu, sektor UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian, dikarenakan kegiatan UMKM meliputi berbagai usaha yang memiliki sifat padat karya dan melibatkan sejumlah besar tenaga kerja, serta membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat lainnya [3]. Peran UMKM sangatlah besar dalam menurunkan tingkat kemiskinan di Indonesia [4]. Dimana, dalam upaya ini pemerintah dapat melakukan implikasi diantaranya menyusun program kerja UMKM sehingga mampu mengembangkan kearifan lokal. Selain itu UMKM dapat dinyatakan mampu untuk memainkan peranan

penting khususnya bagi penerak pertumbuhan ekonomi daerah [5]. Jika dilihat dari jumlahnya yang mencapai 99% dari seluruh unit usaha. Dimana, UMKM memiliki kontribusi terhadap PDB (Product Domestic Bruto) dengan pencapaian kontribusi sama dengan 60.5% dan juga pengaruhnya terhadap penyerapan tenaga kerja yakni berkisar 96.9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional [6]. Namun, pada saat terjadinya pandemic Coronavirus Disease 2019 (Covid-19), UMKM di Indonesia telah membawa banyak perubahan dari berbagai macam aspek. Seperti krisis ekonomi akibat dari pandemic ini memberikan dampak terhadap kelangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Para pelaku UMKM pun memiliki kesulitan dalam mencapai target. Sementara sektor industry kecil dan menengah berpeluang untuk menciptakan lapangan kerja. Oleh sebab itu, sektor UMKM memerlukan perhatian yang lebih karena berada dalam garda terdepan dalam upaya pengentasan kemiskinan. Kebangkitan UMKM masih menyisakan permasalahan kesulitan untuk naik level, produktivitas masih tergolong rendah, dan masih rendahnya keterbatasan akses digital dan juga masih rendahnya partisipasi dalam rantai pasokan produksi. Selain itu, kendala lainnya dalam upaya peningkatan UMKM juga dapat dilihat dimana banyaknya UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam pemasaran dan akses pasar, permasalahan lainnya timbul dalam akses permodalan atau pembiayaan modal usaha. Dimana tercatat sekitar 74% UMKM belum mendapatkan akses pembiayaan sehingga sulit dalam mengembangkan skala produksi. Disisi lain, rendahnya kualitas dan kapabilitas SDM pun menjadi permasalahan dalam upaya peningkatan UMKM, dimana banyak pelaku UMKM yang masih sulit dalam mengembangkan pemasaran, kurang inovatif, serta sulit mengurus perizinan serta belum mengelola laporan keuangan [7].

Berkenaan dengan peran strategis yang dimiliki UMKM di Indonesia, maka sangat disayangkan jika sektor UMKM ini tidak dikembangkan ataupun tidak diberdayakan secara optimal karena akan mempengaruhi pengembangan UMKM. Sehingga, para pelaku UMKM sebaiknya dapat mengidentifikasi permasalahan atau kendala yang terjadi dan mempertimbangkan solusi atas permasalahan tersebut. Para pelaku UMKM sebaiknya berupaya dalam menerapkan suatu pola strategi yang nantinya dapat diterapkan oleh pelaku UMKM. Hal ini dapat dijadikan sebagai suatu pola untuk perencanaan aktivitas, penunjang pengembangan UMKM. Selain itu, upaya pengembangan merupakan usaha dalam mencapai hasil yang diperoleh suatu perusahaan atau usaha dimana usaha akan berupaya untuk menyelaraskan sistem pengukuran kinerja yang disesuaikan dengan tujuan strategik [8].

Pelaku usaha UMKM yang ada disekitar daerah desa Pabuaran Kota Bogor meliputi pelaku usaha produksi

tahu, kerupuk, kerajinan lampu lampion, kerajinan daur ulang plastic, peternakan bebek, lele dan ikan kerambah. Namun, Pandemi Covid-19 memberikan dampak besar pada banyak industri. UMKM Pabuaran Kota Bogor mengalami kebingungan karena terkendala dalam mengembangkan usahanya. Banyak pelaku usaha yang kesulitan dalam menghadapi persoalan tersebut. Oleh sebab itu, agar permasalahan tersebut dapat dihadapi oleh pelaku UMKM di daerah Pabuaran, maka diperlukan langkah ataupun strategi. Strategi bagi UMKM memiliki peranan sebagai faktor utama dalam proses pencapaian pengembangan kegiatan UMKM serta pemberdayaan masyarakat, dan juga sebagai suatu cara upaya untuk penciptaan inovasi UMKM. Perencanaan strategis merupakan landasan utama bagi para pelaku UMKM untuk bergerak dalam mengembangkan usahanya, sehingga dapat dikatakan bahwa strategi merupakan suatu konsep dalam usaha untuk mendesain pengembangan usaha yang mana diupayakan agar UMKM dapat naik tingkat [9]. Terdapat beberapa elemen strategi dalam meningkatkan kinerja UMKM diantaranya: 1) resources and capabilities or Process Technic Capacity mengacu kepada startegi dalam pengelolaan sumber daya dan juga kemampuan yang diarahkan untuk membantu pelaksanaan serta pengambilan keputusan, 2) Market Regulation and SME Regulation mengacu kepada kepada proses penentuan kebijakan-kebijakan pemerintah ataupun Usaha Mikro, kecil dan menengah dalam upaya peningkatan pengembangan UMKM tersebut, 3) Employee skill merupakan salah satu bentuk strategi yang dikembangkan untuk pemahaman kemampuan, keterampilan serta pengetahuan pelaku UMKM dalam mengidentifikasi dan menganalisis Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi UMKM.

Dibalik besarnya peranan UMKM, namun masih terdapat masalah yang sepenuhnya belum terselesaikan. Hal ini termasuk dalam kualitas sumber daya manusia, kurangnya pembinaan dan bimbingan pihak terkait dikarenakan dalam pengelolaan UMKM membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dan keahlian serta mampu berproduktifitas [10]. Upaya penguatan dalam pemberdayaan UMKM sebagai suatu sarana dalam peningkatan ekonomi strategis, sehingga membutuhkan arah kebijakan yang jelas diantaranya pendorongan serta penguatan kelembagaan UMKM serta peningkatan daya saing [11].

Dalam hal pengelolaan potensi UMKM dan kewirausahaan akan menjadi lebih tangguh apabila didukung oleh kebijakan nasional dalam pengembangannya sehingga dapat menghasilkan rekomendasi serta arah kebijakan nasional bagi pengembangan UMKM kedepan [12]. Orientasi kewirausahaan merupakan suatu gagasan yang multidimensi, sehingga setiap pelaku UMKM sebaiknya harus dapat memahami hubungan antara

orientasi kewirausahaan dan orientasi dari kinerja UMKM itu sendiri [13]. Jika diperhatikan kendala yang dihadapi oleh UMKM berkenaan dengan pengembangan kewirausahaan ini maka juga diperlukan pembelajaran secara kolektif bagi UMKM dan disertakan dengan penyesuaian yang diperlukan dengan memperbaharui keterampilan, pengetahuan serta kompetensi yang dimiliki oleh para pengelola UMKM [14]. Faktor lain yang menentukan proses pengembangan UMKM selain hal diatas juga berkenaan dengan kemampuan belajar dan beradaptasi dengan lingkungan yang juga merupakan hal penting untuk dapat bertahan hidup [15]. Selain itu, dalam beberapa upaya pengembangan perlindungan UMKM yang dilakukan pemerintah diantaranya (a) pemberian bantuan sosial kepada UMKM miskin dan rentan, (b) intensif pajak bagi pelaku UMKM, (c) relaksasi dan reskrukturisasi kredit bagi UMKM, (d) perluasan pembiayaan model kerja, (e) mendukung kebijakan pemerintah, dimana dengan menggunakan strategi baik strategi jangka pendek dan strategi jangka panjang [16]. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah dengan cara menjaga mutu serta peningkatan kreatifitas dan inovasi melalui serangkaian proses pengelolaan manajerialnya [17]. Strategi dalam pengembangan usaha atau UMKM seharusnya tetap dilakukan dimana agar dapat menjaga eksistensi usaha lebih dikenal oleh masyarakat serta dapat meningkatkan volume penjualan [18]. Semakin banyaknya persaingan akan menjadi bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi serta berusaha memenangkan persaingan dengan menerapkan beberapa strategi yang tepat untuk pencapaian pangsa pasar [19]. Strategi pengembangan usaha seharusnya berfokus kepada inovasi serta pengembangan ide dengan memahami kebutuhan pasar dan dimana menggunakan strategi pendekatan Bottom-Line dalam proses pengembangannya, selain itu perlunya menerapkan metode pengembangan usaha yang interaktif, pengembangan jaringan serta proses pengumpulan informasi [20].

Dalam proses pengembangan strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam hal ini menjadi suatu tantangan besar yang harus dihadapi agar dapat bertahan dalam lingkungan usaha yang dinamis. Maka, diperlukan suatu alternatif yang strategis agar nantinya memberikan solusi bagi pelaku usaha untuk dapat bertahan dalam menjalankan usahanya [21]. Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dijalankan pelaku usaha dalam pencapaian tujuan, dimana berhasilnya atau tidaknya suatu usaha sangat ditentukan oleh bagaimana cara yang dikembangkan oleh pengelola UMKM melalui penerapan strategi pengembangan yang efektif [22]. Hal lain yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha adalah bagaimana menempatkan strategi pengembangan UMKM serta menganalisis dampaknya dalam pertumbuhan UMKM oleh sebab itu pengelola UMKM harus mampu menerapkan serta merencanakan penerapan strategi

pengembangan UMKM yang terbaik [23]. Dalam pengembangan strategi UMKM ada beberapa elemen strategi yang dapat di kategorikan diantaranya (a) resources and capabilities or process technic capacity yang terdiri dari (penerapan teknologi baru, pengolahan sumber bahan baku, pendanaan atau permodalan, pengembangan dan pertambahan nilai asset UMKM, (b) Market regulation and SME Regulation yang terdiri dari (sosialisasi kebijakan pemerintah, arah sasaran pemasaran, visi dan misi UMKM, analisis kekuatan, kelemahan, dan peluang serta ancaman UMKM, kebijakan pengelolaan produktivitas, manajemen system produksi, (c) Employee Skill terdiri dari keahlian pelaku usaha dalam proses pengembangan usaha atau UMKM, proses adaptasi dan responsive terhadap lingkungan eksternal UMKM, motivasi kerja dan etos kerja, peningkatan kompetensi [24]. Intinya bahwa dalam usaha pengembangan strategi UMKM yang diperlukan adalah kreatifitas serta inovasi serta perencanaan agar Usaha yang dijalankan memiliki keunggulan bersaing [25]. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan serta factor pendukung strategi pengembangan UMKM khususnya Kelurahan Pabuaran Kota Bogor.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yang sesuai dengan permasalahan, sehingga diperoleh data yang relevan, dimana jenis penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menjelaskan dan mengidentifikasi faktor-faktor strategi peningkatan kinerja UMKM pada Kelurahan Pabuaran Kecamatan Bojong Gede, Adapun data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada lima puluh (50) pelaku UMKM kelurahan pabuaran kecamatan Bojong gede, Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan Factor Analysis (Analisis Faktor) dimana dalam analisis faktor ini dilakukan asumsi analisis faktor terutama ditujukan kepada strategi peningkatan kinerja UMKM, Penentuan Nilai Index KMO dan nilai measure of sampling Adequate, penentuan nilai communalities, penentuan nilai total varians explained dan juga penentuan nilai rotated component matrix dimana dalam penelitian ini akan menganalisis strategi pengembangan UMKM di Kelurahan Pabuaran Kecamatan Bojong Gede dimana strategi tersebut dikategorikan dalam beberapa elemen strategi yakni resources and capabilities or Process Technic Capacity, market Regulation and SME Regulation serta Employee skill.

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis Faktor didefinisikan sebagai suatu struktur suatu data matrik dan bertujuan untuk menganalisis struktur yang memiliki keterkaitan (korelasi) antar sejumlah besar variabel seperti test score, test items, serta jawaban kuesioner dimana dilakukan dengan cara mendefinisikan satu set kesamaan variabel ataupun

dimensi, dalam suatu analisis faktor peneliti dapat mendefinisikan dimensi suatu struktur dan kemudian menentukan sampai berapa jauh variabel dapat dijelaskan oleh setiap dimensi yang sering disebut dengan faktor, dalam kata lain analisis faktor merupakan suatu cara dalam meringkas informasi yang berada dalam variabel asli menjadi satu set dimensi atau variate.

3.1 Asumsi Analisis Faktor

Analisis deskripsi statistic digunakan untuk menjelaskan mengenai rata-rata dan standar deviasi dari atribut tingkat kinerja UMKM.

Tabel 1. Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N
Penerapan teknologi baru	4.36	.693	50
sosialisasi kebijakan pemerintah	4.34	.626	50
Pengolahan Sumber Bahan Baku	4.32	.741	50
Arah Sasaran Pemasaran	4.36	.693	50
Pendanaan(Permodalan)	4.52	.614	50
Keahlian pelaku usaha dalam proses	4.26	.751	50
Pengembangan UMKM	4.22	.790	50
Visi dan Misi UMKM	4.28	.701	50
Analisis Kekuatan, Kelemahan dan Peluang serta Ancaman UMKM			
Proses Adaptasi dan Responsive terhadap lingkungan eksternal UMKM	3.66	1.042	50
Pengelolaan Produktifitas Pengembangan dan Pertambahan Nilai Aset UMKM	4.26	.694	50
Motivasi kerja dan Etos Kerja	4.26	.828	50
Peningkatan Kompetensi Manajemen Sistem	4.12	.773	50
Produksi	4.14	.783	50
	4.00	.948	50

Dalam tabel Descriptive statistics dimana dapat dijelaskan dengan nilai rata – rata dan deviasi dari atribut maka dapat dijelaskan bahwa pendanaan (permodalan) merupakan atribut dengan nilai rata – rata yang paling tertinggi, sedangkan atribut yang terendah Proses Adaptasi dan Responsive terhadap lingkungan eksternal UMKM.

3.2 Nilai Index KMO dan Nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA)

Dalam analisis factor, matrix data memiliki korelasi yang cukup diatas 0.30 sehingga analisis faktor tidak dapat dilakukan. Cara lain untuk menentukan analisis faktor adalah dengan melakukan korelasi antar variabel digunakan uji Bartlett test of Sphericity, jika hasilnya signifikan maka matrik korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variabel. Uji lain yang dapat dilakukan untuk melihat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya analisis faktor dilakukan melalui measure of sampling adequacy (MSA) dimana

jika nilai MSA < 0,50 maka analisis faktor tidak dapat dilakukan [26].

Tabel 2.KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.666
	Approx. Chi-Square	429.
Bartlett's Test of Sphericity		433
	df	91
	Sig.	.000

Berdasarkan nilai hasil uji KMO (Kaiser-Meyer-Olkin), terdapat nilai diatas 0.5. Berarti, jika tabel diatas KMO measure of Sampling Adequacy sebesar 0.666 dengan tingkat signifikan 0.000, dimana angka 0,565 berada diatas 0.5 dan signifikansi 0.00 lebih kecil dari 0.05, sehingga tabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut dengan analisis faktor. Variabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut dengan ketentuan sebagai berikut : a) Jika probabilitas (Sig)< 0.05, maka variabel dapat dianalisis lebih lanjut, sedangkan b) jika probabilitas (sig) > 0.05, maka variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut:

Tabel 3. Anti-image Matrices

Variabel	Measures of Sampling Adequacy (MSA)	Variabel	Measures of Sampling Adequacy (MSA)
Penerapan teknologi baru	.511a	Analisis Kekuatan, Kelemahan dan Peluang serta Ancaman UMKM Adaptasi dan Responsive akan konsumen Pengelolaan Produktifitas Pengembangan dan Pertambahan Nilai Aset UMKM	.786a
sosialisasi kebijakan pemerintah	.558a	Motivasi kerja dan Etos Kerja	.617a
Pengolahan Sumber Bahan Baku	.686a	Peningkatan Kompetensi Manajemen Sistem Produksi	.739a
Arah Sasaran Pemasaran	.654a		
Pendanaan(Pemodalan)	.810a		
Proses Peningkatan UMKM	.584a		
Visi dan Misi UMKM	.559a		

Dari nilai anti Image, hasil analisis menunjukan nilai variabel seperti diatas seperti variabel penerapan teknologi baru : .511, sosialisasi kebijakan pemerintah : .558, menjaga sumber bahan baku : .686a, arah sasaran pemasaran : .654a, pendanaan (permodalan) : .810a, proses peningkatan UMKM : .584a, visi dan misi UMKM : .559a, analisis kekuatan, kelemahan dan peluang serta ancaman UMKM : .786a, adaptasi dan

responsive akan konsumen : .617a, pengelolaan produktifitas : .739a, pengembangan dan pertambahan nilai aset umkm: .770a, motivasi kerja dan etos kerja : .607a, peningkatan kompetensi : .630a, manajemen sistem produksi : .700a, dalam data diatas maka dapat dilihat besarnya nilai MSA > 0.05 maka variabel tersebut masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut.

Adapun untuk menunjukan nilai korelasi antara setiap variabel terhadap faktor yang terbentuk, nilai korelasi disebut faktor loading, pada output ini dimana terdapat dua puluh (20) variabel pada nilai faktor loading, dan direduksi menjadi enam belas (16) Variabel, setelah (Enam belas) variabel tersebut direduksi menjadi tiga (3) faktor yang terbentuk yang dapat dilihat pada tabel Rotated Component Matrix.

3.3 Communalities

Communalities menggambarkan besarnya varians yang dapat diterangkan oleh faktor yang terbentuk terhadap setiap variabel, berikut di gambarkan tabel Communalities:

Tabel 4. Communalities

	Initial	Extraction
Penerapan teknologi baru	1.000	.357
sosialisasi kebijakan pemerintah	1.000	.423
Pengolahan Sumber Bahan Baku	1.000	.739
Arah Sasaran Pemasaran	1.000	.565
Pendanaan(Permodalan)	1.000	.517
Keahlian pelaku usaha dalam proses	1.000	.714
Pengembangan UMKM	1.000	.764
Visi dan Misi UMKM	1.000	.757
Analisis Kekuatan, Kelemahan dan Peluang serta Ancaman UMKM	1.000	.757
Proses Adaptasi dan Responsive terhadap lingkungan eksternal UMKM	1.000	.207
Pengelolaan Produktifitas	1.000	.774
Pengembangan dan Pertambahan Nilai Aset UMKM	1.000	.802
Motivasi kerja dan Etos Kerja	1.000	.859
Peningkatan Kompetensi	1.000	.852
Manajemen Sistem Produksi	1.000	.794

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Dalam tabel nilai communalities untuk atribut motivasi kerja dan etos kerja adalah 0.859 artinya 85.9 % faktor yang terbentuk mampu menjelaskan varians dari atribut motivasi kerja dan etos kerja, dimana maksimum nilai communalities adalah 1 semakin besar dan mendekati nilai 1, semakin baik faktor tersebut menjelaskan varians dari variabelnya, dari tabel tersebut juga menjelaskan bahwa variabel proses adaptasi dan responsive terhadap lingkungan eksternal UMKM mempunyai nilai communalities yang terkecil (0.207).

3.4. Total Varians Explained

Dalam total varians Explained dimana memiliki fungsi dalam menerangkan berapa besar nilai persen dari varians yang dapat diterangkan oleh faktor yang terbentuk. Adapun nilainya didasarkan kepada nilai eigenvalue, dimana nilai eigenvalue menggambarkan kepentingan relative setiap faktor untuk menghitung varians dari ke empat belas variable yang dianalisis, Adapun nilai eigenvalue dilihat dari nilai total pada kolom (Extraction Sums of Squared Loadings).

Tabel 5.Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.137	36.692	36.692	5.137	36.692	36.692
2	2.696	19.259	55.951	2.696	19.259	55.951
3	1.291	9.221	65.172	1.291	9.221	65.172
4	.993	7.090	72.262			
5	.909	6.490	78.752			
6	.793	5.665	84.417			
7	.566	4.041	88.458			
8	.449	3.205	91.662			
9	.341	2.432	94.095			
10	.285	2.035	96.130			
11	.268	1.918	98.048			
12	.130	.927	98.975			
13	.093	.664	99.639			
14	.051	.361	100.000			

Pada nilai total variance explained dapat dijelaksna pada bagian extraction total dimana Faktor 1 bernilai (5,137), Faktor 2 (2,696) dan Faktor 3 (1,291). Besarnya varians yang mampu diterangkan oleh faktor baru yang terbentuk diantaranya untuk untuk Faktor pertama (1) 36.692%, kemudian faktor 2 (19.259%) dan faktor ketiga (3) sebesar 9.221% maka secara umum, banyaknya faktor yang harus diambil berdasarkan nilai eigenvalue sehingga terdapat 3 faktor dalam penelitian ini.

3.5. Rotated Component Matrix

Rotated component matrix merupakan nilai loading faktor yang berasal dari setiap variable loading faktor merupakan besarnya korelasi antara faktor score dan variable tersebut, dimana penentuan letak faktor ditentukan oleh nilai korelasi antara variabel, dimana misalkan nilai variabel tersebut besar dan terletak pada faktor tersebut maka variabel tersebut merupakan bagian dari faktor yang kita nyatakan, selanjutnya setelah menentukan banyak faktor Langkah selanjutnya adalah menentukan identitas setiap faktor yang terbentuk penjelasan selanjutnya berkenaan dengan identitas setiap faktor dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 6: Rotated Component Matrixa

	Component		
	1	2	3
Penerapan teknologi baru	-.173	.273	.503
sosialisasi kebijakan pemerintah	-.063	.637	.117
Pengolahan Sumber Bahan Baku	.044	.847	.139
Arah Sasaran Pemasaran	.221	.551	.460
Pendanaan(Permodalan)	.256	.360	.567
Keahlian pelaku usaha dalam upaya	.074	.054	.840
Pengembangan UMKM			
Visi dan Misi UMKM	.097	.848	.188
Analisis Kekuatan, Kelemahan dan	.183	.494	.692
Peluang serta Ancaman UMKM			
Adaptasi dan Responsive akan	.238	.099	.375
konsumen			
Pengelolaan Produktifitas	.879	.000	-.027
Pengembangan dan Pertambahan	.839	-.107	.295
Nilai Aset UMKM			
Motivasi kerja dan Etos Kerja	.855	.357	.015
Peningkatan Kompetensi	.906	.104	.142
Manajemen Sistem Produksi	.667	-.140	.574

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 5 iterations.

Dari hasil tabel diatas maka dapat digambarkan Pengelompokan elemen Faktor strategi dalam upaya peningkatan kinerja UMKM terdiri atas:

1. Resources and Capabilities or Process Technic Capacity merupakan sumber daya yang disiapkan serta kemampuan yang dapat ditingkatkan untuk melaksanakan strategi pemasaran berdasarkan output Rotated Component matrix diatas maka faktor strategi pemasaran dikelompokkan sebagai berikut upaya penerapan teknologi baru misalkan pemanfaatan digital marketing, pengelolaan teknik permodalan, proses produksi atau operasional peningkatan UMKM, Proses menganalisis Kekuatan, Kelemahan dan Peluang serta Ancaman UMKM, dan Proses Adaptasi dan Responsive terhadap lingkungan eksternal UMKM.

2. Market Regulation and SME Regulation dimana merupakan strategi dalam pertumbuhan dalam Usaha kecil dan menengah yang meliputi kebijakan – kebijakan dalam pengaturan perkembangan Usaha kecil dan menengah berdasarkan regulasi dari pemerintah dan kebijakan Usaha Kecil dan menengah diantaranya : Upaya mensosialisasikan kebijakan pemerintah berkenaan dengan pengaturan operasional pengembangan UMKM, Kebijakan pengolahan sumber Bahan Baku, kebijakan Arah Sasaran Pemasaran UMKM, kebijakan Visi dan Misi UMKM.

3. Employee Skill atau keahlian serta kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam upaya pengembangan UMKM diantaranya: Kemampuan Pelaku Usaha dalam upaya mengembangkan UMKM, Kemampuan pelaku usaha dalam pengelolaan dan Pengembangan dan Pertambahan Nilai Aset UMKM, peningkatan motivasi kerja dan etos kerja, peningkatan kompetensi pelaku UMKM dan Kemampuan Pengelolaan Manajerial Sistem Produksi.

4. Kesimpulan

Dalam penelitian ini menghasilkan beberapa temuan menggunakan analisis faktor strategi pengembangan berdasarkan pengolahan data maka di jelaskan kesimpulan bahwa dari hasil nilai korelasi (faktor loading) dapat dinyatakan bahwa nilai korelasi antara setiap variabel terhadap faktor yang terbentuk, terdapat dua puluh (20) variabel pada nilai faktor loading, dan direduksi menjadi enam belas (16) variable. Dari Hasil Rotated Component Matrix terbentuk tiga (3) Faktor strategi pengembangan UMKM. Faktor pertama adalah Resources and Capabilities or Process Technic capacity, mengacu kepada upaya strategi pengembangan dalam pengelolaan sumber daya dan juga kemampuan yang diarahkan untuk membantu pelaksanaan serta pengambilan keputusan sebagai berikut (penerapan teknologi baru, pengelolaan teknik permodalan, proses produksi atau operasional, proses menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman UMKM, dan proses adaptasi dan responsive terhadap lingkungan eksternal. Faktor kedua yakni market regulation and SME Regulation mengacu kepada kepada proses penentuan kebijakan-kebijakan pemerintah ataupun usaha mikro, kecil dan menengah dalam upaya peningkatan pengembangan UMKM, seperti sosialisasi kebijakan pemerintah, pengolahan sumber bahan baku, penentuan arah sasaran pemasaran UMKM, kebijakan visi dan misionis UMKM. Faktor ketiga mengacu kepada strategi dalam peningkatan keahlian serta kemampuan pelaku usaha mikro, kecil, menengah dalam upaya pengembangan UMKM agar dapat dilakukan melalui kemampuan pelaku usaha dalam upaya mengembangkan UMKM, kemampuan pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan asset UMKM, peningkatan motivasi kerja dan etos kerja, peningkatan kompetensi, dan kemampuan pengelolaan manajerial. Dari hasil total varians explained, dapat dijelaskan bahwa total Faktor pertama (1) 36.692%, kemudian faktor 2 (19.259%) dan faktor ketiga (3) sebesar 9.221%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor pertama memberikan kontribusi yang cukup besar dibandingkan faktor kedua (Market Regulation dan SME regulation) dan Faktor ketiga (Employee Skill) oleh sebab itu kedepannya dalam upaya strategi pengembangan UMKM khususnya dikelurahan pabuaran kota Bogor lebih ditekankan kepada faktor Resources and Capabilities or Process Technic Capacity, namun pelaku UMKM juga harus memperhatikan faktor market regulation and SME Regulation, serta employee skill.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kami ucapkan kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor dan para pelaku UMKM khususnya Kelurahan Pabuaran Kota Bogor.

Daftar Rujukan [APA Style]

- [1] Wiyadi, W., Nuryulia Praswati, A., Trisnawati, R., & Chuzaimah, C. (2021). Strategi Peningkatan Kinerja UKM. *Abdi Psikonomi*, 2(2), 78–85. <https://doi.org/10.23917/psikonomi.v2i2.338>
- [2] Hanim, L., & Noorman, M. (2018). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) dan Bentuk-Bentuk Usaha. http://research.unissula.ac.id/file/publikasi/210303041/6318U_MKM_dan_Bentuk_-_Bentuk_Usaha.pdf
- [3] Intan, N., & Muhammad, H. (2022, May). OJK Ungkap Tiga Masalah UMKM Belum Bisa Naik Kelas. *Republika.Co.Id*. <https://www.republika.co.id/berita/rcewou380/ojk-ungkap-tiga-masalah-umkm-belum-bisa-naik-kelas>
- [4] Jauhari, H. (2021). Economic Growth , Poverty , Urbanization , and the Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia : Analysis of Cointegration and Causality. 12(July), 143–150. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6573>
- [5] Melati, W. P. (2022). UMKM Mulai Menggeliat Pasca Pandemi Covid 19. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-lhokseumawe/baca-artikel/15474/UMKM-Mulai-Menggeliat-Pasca-Pandemic-Covid-19.html>
- [6] Juminawati, S., Hamid, A., Amalia, E., Mufraini, M. A., & Mulazid, A. S. (2021). The Effect of Micro , Small and Medium Enterprises on Economic Growth. *Budapest International Research and Critics Institute - Journal(BIRCI-Journal)*, 4(3), 5697–5704. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2368>
- [7] Nugraha, A., Sari, A. L., & Irwandi. (2022). Improvement of Small and Medium Businesses Through the Utilization of Good Human Resources Management. *ENDLESS: International Journal of Futures Studies Vol.*, 5(1), 153–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.54783/endlessjournal.v6i2>
- [8] Yanti, N. (2020). Faktor - Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Usaha Kecil dan Menengah Dikota Yogyakarta. *Maksipreneur*, VI(1), 24–36.
- [9] Butolo, I. (2022). Development of Micro , Small , and Medium Enterprises Through Geoproducts for Geopark Gorontalo. *Bina Praja*, 14(2), 251–262. <https://doi.org/10.21787/jbp.14.2022.251-262>
- [10] Porda, H., Putro, N., Rusmaniah, Jumriani, & Noor Handy, M. R. (2021). Business Development Strategies for Micro , Small and Medium Enterprises (UMKM) in Kampung Purun. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(September), 23–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/iis>
- [11] Andriani, F., Deviani, E., & Putri A.T, M. E. (2021). The Policy of Cooperative and Small and Medium Enterprises Office in Improving Cooperative Achievement in Lampung Province. *Administrative and Enviromental Law Review*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.25041/aclr.v2i1.2201>
- [12] Shepherd, D. A., Williams, T. A., & Patzelt, H. (2015). Thinking About Entrepreneurial Decision Making: Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 41(1), 11–46. <https://doi.org/10.1177/0149206314541153>
- [13] Suryanti, N., Utomo, S. H., & Haryono, A. (2021). Learning Model and the Development of Micro , Small , Medium Enterprises in Indonesia. *Pegem Journal of Education and Instruction*, 11(4), 138–147. <https://doi.org/10.47750/pegegog.11.04.13>
- [14] Khan, A. J., Tufail, M. S., & Ali, A. (2021). Factors Affecting Performance of Small & Medium Enterprises : The Mediating Role of Knowledge Management Factors Affecting Performance of Small & Medium Enterprises : The Mediating Role of Knowledge Management. *October*. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2021.0902.0129>
- [15] Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- [16] Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., Alimah, M., & Nurdiah. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47–65.
- [17] Jefri, U., & Ibrohim. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo Vol*, 7(1), 86–99. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
- [18] Porda, H., Putro, N., Rusmaniah, Jumriani, & Noor Handy, M. R. (2021). Business Development Strategies for Micro , Small and Medium Enterprises (UMKM) in Kampung Purun. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(September), 23–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/iis>
- [19] Hasanah, M., Jumriani, Juliana, N., & Kiranti, K. P. (2021). Digital Marketing a Marketing Strategy for UMKM Products in The Digital Era. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(October), 36–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/kss>
- [20] Harini, C., Java, C., & Review, T. (2020). Entrepreneurial Marketing for UMKM : a Literatur Review. *Jurnal Mantik*, 4(3), 2297–2302. <https://doi.org/https://doi.org/10.35335/mantik.Vol4.2020.1132.pp2297-2302>
- [21] Harianto, R. A., & Sari, P. N. (2021). Strategic Digitalization of UMKM Business as an Alternative to Survive the COVID-19 Pandemic. *Linguistics and Culture Review*, 5(July), 617–623. <https://doi.org/https://doi.org/10.37028/lingcure.v5nS1.1446>
- [22] Does, E., & Chairin, D. (2022). Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan Kinerja UMKM di Masyarakat Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat. *Maslahah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.56114/maslahah.v3i1.218>
- [23] Idayu, R., & Husni, M. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73–85. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- [24] Matwiejczuk, R. (2021). About the Relationship Between Resources , Capabilities and Competences – About The Relationship Between Resources , Capabilities And Competences – The Resource-Based Perspective. *Scientific Papers Of Silesian University Of Technology*, January, 136. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29119/1641-3466.2019.136.29>
- [25] Siregar, R. T., Silitonga, H. P., & Putri, J. A. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 6(2), 133–142. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3736>
- [26] Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro