

## PERAN MANAJEMEN STRATEGIK DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM DI INDONESIA

Rahmawati<sup>1</sup>, Dwi Astuti<sup>2</sup>  
Universitas Pelita Bangsa

[Rahmawatimahami03@gmail.com](mailto:Rahmawatimahami03@gmail.com), [dwiastuti@pelitabangsa.ac.id](mailto:dwiastuti@pelitabangsa.ac.id)

### Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in supporting Indonesia's economic growth. However, in facing increasingly intense competition in the current era of globalization and digitalization, many MSMEs have difficulty in maintaining and improving their competitive advantage. This study aims to evaluate the contribution of strategic management in building and maintaining the competitive advantage of MSMEs in Indonesia. The research method used is a literature study with a descriptive-qualitative approach, which examines various academic sources and recent reports on strategic management practices in the MSME sector. The results of this study indicate that the application of strategic management—through systematic planning, SWOT analysis, and optimization of internal strengths—can help MSMEs face market dynamics and create added value sustainably. The conclusion of this study confirms that strategic management is a key element in improving the competitiveness of MSMEs. Therefore, it is recommended that there be an increase in the managerial capacity of MSME actors and support for conducive government policies.

**Keywords:** Strategic management, MSMEs, competitive advantage, business strategy, competitiveness.

### Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang krusial dalam mendukung pertumbuhan perekonomian Indonesia. Meski demikian, dalam menghadapi persaingan yang semakin intens di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, banyak UMKM mengalami kesulitan dalam menjaga serta meningkatkan keunggulan bersaing mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kontribusi manajemen strategik dalam membangun dan menjaga keunggulan kompetitif UMKM di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, yang mengkaji berbagai sumber akademik dan laporan terkini mengenai praktik manajemen strategik di sektor UMKM. Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen strategik—melalui perencanaan yang sistematis, analisis SWOT, serta optimalisasi kekuatan internal—dapat membantu UMKM dalam menghadapi dinamika pasar dan menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa manajemen strategik merupakan elemen kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Oleh karena itu, disarankan adanya peningkatan kapasitas manajerial pelaku UMKM dan dukungan kebijakan dari pemerintah yang kondusif.

**Kata kunci:** Manajemen strategik, UMKM, keunggulan bersaing, strategi bisnis, daya saing.

### Article history

Received: Juli 2025  
Reviewed: Juli 2025  
Published: Juli 2025

Plagirism checker no 862  
Doi : prefix doi :  
10.8734/musyitari.v1i2.359  
**Copyright : author**  
**Publish by : musytari**



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan yang sangat vital dalam struktur perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sektor ini berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hampir 97% tenaga kerja. Walaupun kontribusinya signifikan, UKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan kelangsungan usaha dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif, baik di tingkat domestik maupun global.

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi digital, UKM dituntut untuk lebih fleksibel, adaptif, dan inovatif dalam menjalankan aktivitas usahanya. Di sinilah peran manajemen strategik menjadi sangat penting, karena dapat membantu pelaku UKM menentukan arah, tujuan, serta langkah-langkah strategis yang tepat untuk menghadapi dinamika pasar dan persaingan yang ada. Manajemen strategik tidak hanya berperan dalam merumuskan visi dan misi, tetapi juga dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari faktor eksternal, serta kekuatan dan kelemahan yang ada dalam lingkungan internal perusahaan.

Sayangnya, masih banyak UKM yang belum sepenuhnya memahami atau mengimplementasikan prinsip-prinsip manajemen strategik dengan cara yang sistematis. Kurangnya pengetahuan, keterbatasan sumber daya, serta akses terbatas terhadap informasi strategis menjadi sejumlah kendala utama dalam penerapan strategi yang efektif. Akibatnya, banyak UKM yang mengalami stagnasi atau bahkan kesulitan bersaing di pasar yang terus berkembang.

Melalui latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen strategik dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UKM di Indonesia. Dengan memahami hubungan antara strategi yang diterapkan dan keunggulan yang dicapai, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan UKM yang berkelanjutan serta memiliki daya saing yang tinggi

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Pengertian Manajemen Strategik

Manajemen strategik adalah rangkaian proses yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan strategis yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Menurut Wheelen dan Hunger (2015), manajemen strategik terdiri dari tiga tahapan utama: perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Proses ini bersifat dinamis dan harus disesuaikan dengan perubahan yang terjadi baik dalam lingkungan eksternal maupun internal organisasi.

### 2.2. Teori-teori Manajemen Strategik

Beberapa pendekatan dan teori penting dalam manajemen strategik antara lain:

- **Analisis SWOT:** Merupakan alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats). Alat ini membantu organisasi dalam mengambil keputusan berdasarkan analisis terhadap kondisi internal dan eksternal.
- **Porter's Generic Strategies (Porter, 1985):** Mengemukakan tiga strategi utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif, yaitu cost leadership, differentiation, dan focus strategy.

- **Resource-Based View (RBV):** Pendekatan ini berfokus pada pemanfaatan sumber daya dan kapabilitas internal perusahaan sebagai dasar untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Barney, 1991).

Ketiga teori ini sangat relevan untuk diterapkan dalam konteks UKM yang meskipun memiliki keterbatasan sumber daya, dapat tetap unggul melalui diferensiasi, inovasi, atau pemanfaatan keunikan lokal.

### 2.3. UKM (Usaha Kecil dan Menengah)

UKM adalah jenis usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha, dengan kriteria tertentu berdasarkan aset dan omzet tahunan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, UKM dibagi berdasarkan ukuran aset dan pendapatan. Ciri-ciri utama UKM adalah fleksibilitas yang tinggi, keterbatasan modal, manajemen yang relatif sederhana, serta kedekatan dengan komunitas lokal.

### 2.4. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif (competitive advantage) adalah posisi strategis yang memungkinkan organisasi memiliki nilai unik yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Menurut Porter (1985), keunggulan kompetitif bisa dicapai melalui efisiensi biaya, diferensiasi produk, atau fokus pada pasar tertentu. Dalam konteks UKM, keunggulan kompetitif dapat diwujudkan melalui kecepatan inovasi, pelayanan pelanggan yang lebih personal, serta kemampuan beradaptasi dengan kebutuhan pasar lokal.

### 2.5. Hubungan Manajemen Strategik dan Keunggulan Kompetitif pada UKM

Penerapan manajemen strategik di kalangan UKM memungkinkan para pelaku usaha untuk lebih fokus dalam menghadapi tantangan eksternal dan mengelola sumber daya yang terbatas secara lebih efisien. Dengan penerapan strategi yang tepat, UKM tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga bersaing dengan efektif terhadap perusahaan-perusahaan besar. Keberhasilan strategi UKM sangat bergantung pada perencanaan berbasis data, orientasi pasar yang jelas, serta kepekaan terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar.

## 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi pustaka (literature review) untuk menganalisis peran manajemen strategik dalam memperkuat keunggulan kompetitif UKM di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena cocok untuk menggali pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti berdasarkan sumber-sumber tertulis yang relevan.

### 3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan memahami fenomena tertentu berdasarkan data yang dikumpulkan dari berbagai sumber tertulis. Penelitian ini tidak berfokus pada pengukuran variabel secara kuantitatif, melainkan lebih kepada pemahaman konteks dan hubungan antara konsep-konsep yang ada.

### 3.2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui studi literatur dari berbagai sumber sekunder, antara lain:

- Buku teks ilmiah mengenai manajemen strategik dan UKM
- Artikel-artikel jurnal nasional dan internasional
- Laporan resmi dari Kementerian Koperasi dan UKM RI
- Publikasi dari lembaga riset dan organisasi non-pemerintah terkait dengan UKM

### 3.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui pencarian dan pengumpulan dokumen-dokumen yang relevan, dengan cara:

- Mencari artikel jurnal melalui database seperti Google Scholar, ResearchGate, dan DOAJ
- Mengakses dokumen resmi yang diterbitkan oleh situs pemerintah dan institusi akademik
- Melakukan telaah literatur dari buku-buku referensi yang terpercaya dan relevan

### 3.4. Teknik Analisis Data

Untuk analisis data, pendekatan yang digunakan adalah analisis isi (content analysis). Peneliti membaca dan menganalisis isi dari sumber literatur yang telah dikumpulkan untuk mengidentifikasi konsep-konsep utama yang terkait dengan manajemen strategik, keunggulan kompetitif, dan karakteristik UKM. Setelah itu, dilakukan sintesis informasi untuk menarik kesimpulan mengenai hubungan antara konsep-konsep tersebut.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Kondisi Umum UKM di Indonesia

UKM memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), lebih dari 64 juta unit usaha tercatat sebagai UKM. Sektor ini berkontribusi sekitar 61% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Namun, sebagian besar UKM di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, akses terbatas terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, dan perencanaan strategik yang masih lemah.

### 4.2. Minimnya Penerapan Manajemen Strategik

Sebagian besar pelaku UKM belum menerapkan manajemen strategik secara terstruktur. Banyak keputusan bisnis yang diambil secara reaktif dan berdasarkan intuisi, bukan melalui analisis lingkungan yang mendalam atau perencanaan jangka panjang. Kondisi ini menjadikan UKM rentan terhadap perubahan pasar, terutama di tengah disruptivitas digital. Selain itu, kurangnya pengetahuan dan pelatihan manajerial menjadi salah satu faktor utama rendahnya penerapan strategi formal dalam pengelolaan usaha kecil.

### 4.3. Dampak Manajemen Strategik terhadap Keunggulan Kompetitif

Penerapan manajemen strategik terbukti dapat meningkatkan keunggulan kompetitif UKM dalam beberapa aspek penting, antara lain:

#### 1. Perencanaan Jangka Panjang

Strategi yang dirancang dengan pendekatan analisis SWOT membantu UKM untuk mengenali kekuatan dan peluang yang ada, serta mengantisipasi ancaman yang mungkin muncul. Perencanaan jangka panjang membuat UKM lebih siap menghadapi perubahan eksternal yang terjadi.

## 2. Pengembangan Kapabilitas Internal

Pendekatan Resource-Based View (RBV) mengedepankan pentingnya pengembangan sumber daya internal seperti SDM, teknologi, dan jaringan distribusi. UKM yang fokus pada penguatan aset internal dapat menciptakan keunggulan yang lebih sulit ditiru oleh pesaing.

## 3. Adaptasi terhadap Perubahan Pasar

UKM yang menerapkan strategi berbasis pasar (market-oriented strategy) lebih mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren konsumen. Fleksibilitas dalam menyesuaikan produk, harga, dan promosi akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar.

### 4.4. Studi Kasus: UKM Berbasis Digital

Beberapa UKM di sektor makanan dan minuman (F&B) serta kerajinan lokal yang mulai memanfaatkan platform digital (seperti Tokopedia, Shopee, Instagram) menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kinerja mereka. Strategi diferensiasi produk lokal dengan sentuhan modern serta promosi digital terbukti efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Contohnya, sebuah UKM yang bergerak di bidang makanan tradisional dari Yogyakarta telah menerapkan manajemen strategik dengan cara melakukan analisis pasar, memperbaiki kemasan produk, dan memanfaatkan media sosial untuk promosi. Sebagai hasilnya, omset UKM tersebut meningkat hingga 40% dalam satu tahun.

### 4.5. Tantangan dan Rekomendasi

Meskipun memiliki potensi besar, penerapan manajemen strategik di kalangan UKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti:

- Kurangnya pelatihan dalam manajemen
- Akses terbatas terhadap data pasar
- Minimnya pendampingan dari lembaga pendukung

#### Rekomendasi:

- Pemerintah dan lembaga pendidikan sebaiknya menyediakan pelatihan manajemen strategik secara berkala untuk para pelaku UKM.
- Kolaborasi antara UKM dengan perguruan tinggi atau konsultan bisnis diperlukan untuk merancang strategi jangka panjang yang lebih efektif.
- Digitalisasi perlu didorong lebih lanjut melalui penyediaan akses internet murah dan platform edukasi daring yang mendukung pelatihan keterampilan manajerial dan pemasaran digital.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1. Kesimpulan

Manajemen strategik memainkan peran yang sangat krusial dalam memperkuat keunggulan kompetitif UKM di Indonesia. Di tengah perubahan pasar yang cepat, UKM tidak hanya diharuskan untuk fokus pada operasional sehari-hari, tetapi juga harus memiliki visi jangka panjang yang jelas dan terstruktur. Penerapan strategi bisnis yang tepat, seperti analisis SWOT,

pemanfaatan sumber daya internal (Resource-Based View), dan orientasi pasar, terbukti efektif dalam membantu UKM untuk mengembangkan kapabilitas, meningkatkan nilai tambah produk, serta memperluas pangsa pasar.

Namun, sebagian besar UKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkan manajemen strategik secara maksimal. Hambatan-hambatan seperti keterbatasan sumber daya manusia, akses informasi yang terbatas, dan kurangnya pendampingan menjadi faktor utama yang menghalangi penerapan strategi yang lebih efektif. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah, lembaga pendidikan, serta sektor swasta sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan strategi UKM secara komprehensif.

## 5.2. Saran

1. **Bagi pelaku UKM:** Diperlukan peningkatan pengetahuan dan kesadaran mengenai pentingnya manajemen strategik melalui berbagai bentuk pelatihan, literasi bisnis, serta benchmarking dengan usaha serupa yang telah berhasil.
2. **Bagi pemerintah dan pemangku kebijakan:** Pemerintah diharapkan untuk memperluas akses pelatihan manajemen strategik secara gratis atau dengan subsidi, serta menyediakan program pendampingan bisnis yang berkelanjutan untuk mendukung perkembangan UKM.
3. **Bagi akademisi dan peneliti:** Disarankan untuk terus memperdalam kajian mengenai penerapan strategi di berbagai sektor UKM, serta mengembangkan model-model strategi yang lebih praktis dan sesuai dengan konteks UKM di Indonesia.

## Daftar Pustaka

1. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
2. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). Statistik UKM Indonesia 2023. <https://www.depkop.go.id/statistik-ukm-2023>
3. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
4. Setiawan, A. (2019). *Manajemen strategik untuk UKM*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
5. Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2015). *Strategic management and business policy* (14th ed.). Pearson Education.