

# PENINGKATAN *COMPETITIVE ADVANTAGES* PADA UMKM MADU MONGSO KUDUS

Oleh:

Mira Meilia Marka SE MM

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor yang menentukan keunggulan bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) madu mongso di Kabupaten Kudus. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan model fenomenologi yang dianggap mampu memahami fenomena dan kedalaman tentang keunggulan bersaing UMKM. Data primer diperoleh dari informan kunci yang terdiri dari 15 UMKM madu mongso, pemerintah dan akademisi pengamat UMKM. Data sekunder diperoleh dari berbagai publikasi data seperti Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM, Industri dan Perdagangan, dan Badan Pusat Statistik (BPS). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa UMKM mengalami berbagai kendala pada aspek akses permodalan, pemasaran, kompetensi SDM dan teknologi produksi. Untuk membangun keunggulan bersaing UMKM dibutuhkan kerjasama dari berbagai pihak yaitu UMKM sendiri, pemerintah dan masyarakat.

Kata Kunci: akses permodalan, pemasaran, kompetensi SDM, teknologi produksi

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to analyze the factors that determine the competitive advantage of Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) madu mongso in Kudus. The method used is qualitative method with phenomenology model which is considered able to understand phenomenon and depth about competitive advantage of SMEs. Primary data were obtained from key informant consisting of 15 SMEs of madu mongso, government and academic observers of SMEs. Secondary data were obtained from various publications of data such as the Department of Labor Cooperatives and SMEs, Trade and Industry, and the Central Statistics Agency (BPS). The results showed that SMEs experienced various constraints on the aspect of access to capital, marketing, human resource competence and production technology. To build competitive advantage of SMEs required cooperation from various parties namely SMEs themselves, government and society.*

*Key Words: access to capital, marketing, human resource competence, production technology*

## PENDAHULUAN

### LATAR BELAKANG MASALAH

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan penggerak perekonomian daerah. UMKM menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyerapan sumber daya manusia dan pengembangan perdagangan daerah. Peningkatan UMKM merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Dengan adanya UMKM diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan melalui pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja (Sudiarta, 2014).

Kabupaten Kudus merupakan salah satu daerah yang berada di Provinsi Jawa

Tengah. Kabupaten Kudus terdiri dari 9 Kecamatan, 123 Desa serta 9 Kelurahan. Kecamatan Bae adalah salah satu kecamatan yang sebagian besar penduduknya bekerja di bidang industri pengolahan dengan persentase sebesar 36,81 persen atau sepertiga dari jumlah penduduk yang bekerja (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus, 2016).

Kecamatan Bae memiliki pondasi utama perekonomian daerah pada sektor industri. Di daerah ini berkembang UMKM madu mongso yang menjadi salah satu *icon* makanan khas masyarakat kudus saat lebaran dan perayaan acara tertentu. Makanan ini hampir mirip dengan jenang atau dodol hanya saja bahan baku ketan yang digunakan dalam proses produksi masih utuh bukan digiling.

UMKM madu mongso berlokasi di desa Ngembalrejo Kecamatan Bae. Masyarakat Ngembalrejo mengembangkan industri ini sejak kondisi perekonomian desa menurun. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah masyarakat yang kehilangan pekerjaan akibat tidak beroperasinya salah satu perusahaan rokok di daerah tersebut.

Hejazziey (2009) mengemukakan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM antara lain: (1) Kesulitan dalam akses tambahan modal, (2) Kelemahan mendapatkan peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. (3) Minimnya pemanfaatan akses dan penguasaan teknologi, (4) Kualitas SDM yang masih rendah meliputi aspek kompetensi, keterampilan, etos kerja, karakter, kesadaran akan pentingnya konsisten mutu dan standarisasi produk dan jasa, serta wawasan kewirausahaan. Kondisi inilah yang dialami sebagian besar para pelaku UMKM madu mongso di Desa Ngembalrejo.

Berdasarkan literatur dan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji secara mendalam pada UMKM Madu Mongso Desa Ngembalrejo agar dapat mengetahui kondisi akses permodalan, pemasaran, kompetensi SDM, teknologi produksi UMKM Madu Mongso dalam peningkatan keunggulan bersaing.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: bagaimana meningkatkan keunggulan bersaing UMKM madu mongso Desa Ngembalrejo melalui akses permodalan, pemasaran, kompetensi SDM dan teknologi produksi.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini :

1. Menganalisis kondisi UMKM madu mongso Desa Ngembalrejo dari aspek permodalan, pemasaran, kompetensi SDM dan teknologi produksi.
2. Meningkatkan keunggulan bersaing UMKM madu mongso Desa Ngembalrejo melalui akses permodalan akses permodalan, pemasaran, kompetensi SDM dan teknologi produksi.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### ***Competitive Advantages (Keunggulan Bersaing)***

Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa (Barney, 2010).

Dengan Keunggulan bersaing usaha yang dijalankan diharapkan mampu mencapai omset penjualan dan keuntungan sesuai dengan target, pangsa pasar, kepuasan konsumen dan menjaga eksistensi usahanya (Saiman, 2014).

### **Akses Permodalan**

Permodalan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha sehingga dibutuhkan kemudahan dalam memperoleh modal usaha dengan tingkat suku bunga yang dapat dijangkau oleh pelaku UMKM seperti kredit usaha rakyat (KUR) dan kredit usaha kecil (KUK) melalui sejumlah bank tanpa agunan (Purwanti, 2012).

Peran pemerintah dalam meningkatkan kinerja UMKM terbukti dari pemberian kredit lunak kepada pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan kapabilitas mereka dalam meningkatkan kinerja usaha, namun program tersebut dinilai masih kurang merata, terkait besarnya jumlah UMKM yang ada di Indonesia. Kecenderungan pemberian kredit adalah pada pengusaha besar daripada pengusaha kecil dan menengah karena alasan kelemahan manajerial pemasaran (Sugiarto, 2008).

### **Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh UMKM saat ini. (Kiran *et al*, 2012). Pemasaran menjadi ujung tombak dalam peningkatan usaha. Pemasaran yang efektif dapat dicapai dengan promosi dan membentuk jaringan usaha yang dapat memudahkan penyebaran informasi mengenai program pemerintahan. (Situmorang, 2008)

Seiring dengan berkembangnya teknologi pemasaran, para pelaku UMKM hendaknya menangkap peluang ini dengan mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital atau *online*. Menurut Kiran *et al*. (2012) UMKM dapat menerapkan beberapa metode pemasaran inovatif, seperti internet dan *digital advertising* sebagai alat promosi yang efisien untuk mengenalkan produk, pendekatan kluster industri untuk membentuk jaringan usaha sehingga dapat menjangkau pasar potensial,

serta fokus terhadap inovasi untuk membangun reputasi UMKM.

### **Kompetensi SDM**

Salah satu kendala serius bagi banyak UMKM adalah minimnya kompetensi SDM dalam aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi data *processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Keahlian ini diperlukan untuk meningkatkan atau mempertahankan kualitas produk, mencapai efisiensi dan produktivitas, meningkatkan pangsa pasar dan menembus pasar barang (Hubeis, 2009).

Santoso, Imam et all (2015) menyatakan bahwa faktor utama kualitas SDM adalah kemampuan teknis dalam mengoperasikan proses produksi. Aspek kerjasama dan disiplin dalam UMKM belum menjadi prioritas utama. Selain itu, pembagian tugas yang tidak tetap menyebabkan beberapa karyawan tidak dapat menyelesaikan pekerjaan tepat waktu.

Menurut Tambunan (2009), permasalahan dalam SDM yang harus ditangani adalah kemampuan untuk menghasilkan kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas, serta memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru.

### **Teknologi Produksi**

Kegiatan produksi memiliki peran penting dalam perkembangan UMKM, proses produksi ini menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan penyaluran produk hingga ke konsumen. Jika proses produksi terganggu maka produk yang dihasilkan mengalami hambatan untuk memenuhi permintaan pasar.

Sektor industri dapat meningkatkan daya saing dengan upaya transformasi keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif melalui peningkatan produktivitas. Maka arah pengembangan industri adalah meningkatkan penerapan iptek, baik dalam proses maupun produk. Implementasi secara makro adalah mentransformasikan dari ekonomi berbasis pertanian ke basis industri, lalu meningkat lagi ke ekonomi berbasis teknologi (Djamhari, 2006)

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan model fenomenologi. Model ini berusaha memahami secara mendalam arti dari suatu peristiwa yang terjadi karena adanya hubungan dari pihak-pihak yang terlibat, pihak-pihak tersebut memiliki pemahaman sesuai sudut pandang masing-masing (intersubjektif) terhadap setiap peristiwa yang akan menentukan tindakannya.

### **Setting Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di desa Ngembalrejo kecamatan Bae. Penentuan lokasi dilakukan dengan *purposive sampling* dimana sektor industri dan UMKM menjadi sektor penggerak perekonomian di Kabupaten Kudus, salah satu diantaranya adalah UMKM produk jajanan khas Kudus yaitu madu mongso.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli (Kuncoro,2009). Data primer dalam penelitian ini bersumber dari hasil wawancara dengan pelaku UMKM madu mongso di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kab. Kudus, dan akademisi. Sedangkan data sekunder yang mendukung penelitian ini adalah literatur, publikasi ilmiah yang berkaitan dengan UMKM serta dari instansi terkait seperti dinas Koperasi dan UMKM serta Badan Pusat Statistik (BPS).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan berbagai data dan informasi dilakukan melalui *interview*, *Participant Observation* dan *Document Record* terhadap sumber data yang diperlukan.

### **Analisis Data**

Menurut Chariri (2009) langkah analisis dapat dilakukan sebagai berikut:

#### *a. Data Reduction*

Data reduction dilakukan dengan mengurangi data yang tidak penting. Dalam penelitian kualitatif, data yang diperoleh dapat berupa simbol, *statement*, kejadian, dan lainnya. Data reduction meliputi :

- 1) Organisasi Data: Menentukan Kategori, Konsep, Tema dan Pola (*Pattern*)
  - 2) *Coding Data*
- b. Pemahaman (*understanding*) dan Pengujian
- Berdasarkan *coding*, peneliti dapat memulai memahami data secara detail dan terperinci. Proses ini dapat berupa pemotongan data hasil interview dan dimasukkan ke dalam *folder* khusus sesuai dengan tema yang ada. Hasil observasi dan analisis dokumen dapat dimasukkan ke dalam *folder* yang sama. Kemudian data diinterpretasi berdasarkan pada koherensi antara temuan *interview*, observasi dan analisis dokumen.
- c. Interpretasi
- Hasil interpretasi dikaitkan dengan teori yang ada agar hasil interpretasi tidak bersifat bias.

### Keabsahan Data

Peneliti menggunakan teknik keabsahan data berupa triangulasi sumber. Triangulasi sumber digunakan untuk membuktikan kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh ke beberapa sumber (Sugiyono, 2005)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Informan Penelitian

Informan kunci dalam penelitian ini adalah pengusaha produk madu mongso di Desa Ngembalrejo Kecamatan Bae Kabupaten Kudus, pihak akademisi pengamat UMKM dan Dinas Tenaga kerja, Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kab. Kudus.

**Tabel 1**  
**Informan Penelitian**

| No. | Nama     | Institusi   |
|-----|----------|---|
| 1.  | Dalia    | Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kab. Kudus |
| 2.  | Gufron   | Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kab. Kudus |
| 3.  | Fina     | Universitas Muria Kudus   |
| 4.  | Pratiwi  | Universitas Semarang  |
| 5.  | Dirman   | Pelaku UMKM Madu Mongso   |
| 6.  | Lina     | Pelaku UMKM Madu Mongso   |
| 7.  | Herni    | Pelaku UMKM Madu Mongso   |
| 8.  | Sutrimah | Pelaku UMKM Madu Mongso   |

|     |          |                         |
|-----|----------|-------------------------|
| 9.  | Jumiatun | Pelaku UMKM Madu Mongso |
| 10. | Ratmi    | Pelaku UMKM Madu Mongso |
| 11. | Umi      | Pelaku UMKM Madu Mongso |
| 12. | Siti     | Pelaku UMKM Madu Mongso |
| 13. | Sri      | Pelaku UMKM Madu Mongso |
| 14. | Yati     | Pelaku UMKM Madu Mongso |
| 15. | Ngatini  | Pelaku UMKM Madu Mongso |

Catatan: nama informan bukanlah nama sebenarnya

### Hasil Penelitian

#### Akses Permodalan

Modal merupakan salah satu aspek yang berperan penting dalam pengembangan UMKM. Modal dihimpun dari modal pemilik serta modal lain yang diperoleh dari pinjaman. Pinjaman modal ini bersumber dari lembaga keuangan bank ataupun lembaga keuangan non bank seperti koperasi. Sebagian besar para pelaku usaha produk madu mongso di Desa Ngembalrejo belum dapat mengembangkan usahanya secara optimal karena terbentur akses permodalan. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor diantaranya adalah adanya berbagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam pengajuan pinjaman ke bank. Dirman yang merupakan salah satu pelaku UMKM mengungkapkan:

*“ pernah pake bank, tapi sekarang paling pinjem sodara, sekarang macem – macem syaratnya kalo pinjem di bank”*

Herni menambahkan :

*“modal dapat dari hutang siapa saja yang mau membantu, adik – adik saya, paman, sanak saudara terdekat yang nggak pakai bunga sehingga terkumpul tambahan modal. Masalahnya kalau nggak bikin madu mongso sejak awal saat ada pembeli datang ke rumah stoknya kurang. Padahal nanti kalau bikin stok di rumah modal mandek, kalau modal mandek nggak bisa belanja”*

Lina selaku produsen madu mongso juga mengungkapkan :

*“Saya pake modal sendiri, seadanya yang saya punya buat modal, saya takut kalau punya utang”*

Pernyataan dari berbagai informan menunjukkan bahwa para pengusaha menyadari pentingnya modal dalam pengembangan usaha, namun di sisi lain produsen madu mongso mengalami kesulitan dalam mengakses tambahan modal dari bank.

Kondisi tersebut menyebabkan para pelaku UMKM madu mongso hanya terbatas menggunakan modal sendiri dan sebagian lainnya mencari alternatif dalam memperoleh modal tambahan yakni dengan meminjam dana dari kerabat ataupun sanak saudara yang dinilai tidak memberatkan mereka karena tanpa bunga. Menanggapi kondisi tersebut, Dahlia selaku staf Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kab. Kudus mengungkapkan :

*“Permodalan kita ada KUR, kredit mitra Jateng 02 dan 25. Kedua program mitra tersebut merupakan program yang digalakkan Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo. Pengusaha dapat melakukan pengajuan KUR di sini, kami akan membantu”*

### **Pemasaran**

Pemasaran produk dapat dilakukan melalui berbagai media promosi yaitu media *online* dan *offline*. Produk madu mongso di Desa Ngembalrejo selama ini masih belum memanfaatkan media promosi secara maksimal, sebagian besar pengusaha UMKM melakukan promosi melalui getok tular (*word of mouth*) dan penjualan langsung. Umi mengungkapkan :

*“memang tidak dipasarkan kemana - mana, cuma di rumah saja. Orang yang membutuhkan biasanya datang ke rumah atau telepon dulu sebelumnya kalau dari luar kota”*

Siti menuturkan :

*“dulu madu mongso dijual langsung ke Jepara dan Pati, diantar ke sana naik motor. Sekarang sudah tidak lagi, hanya dititipkan di toko daerah Kudus dan warga sekitar yang memesan saat memiliki hajat”*

Ngatini menambahkan :

*“ kalau dulu itu dua toko besar ngambil, tapi sekarang nggak. Kita buka di sini dan disetor ke dua toko kecil di Kudus”*

Berdasarkan informasi dari berbagai informan, pelaku UMKM madu mongso belum memanfaatkan berbagai media pemasaran untuk mengembangkan usahanya. Para pelaku usaha masih menggunakan promosi mulut ke mulut dan penjualan langsung dalam menjalankan usahanya. Kemajuan teknologi begitu pesat, namun para pelaku usaha belum memanfaatkan media berbasis teknologi dalam pemasaran.

Fiana yang merupakan akademisi pengamat UMKM juga menuturkan peran promosi dengan media online bagi produk UMKM sangat besar :

*“Pemasaran bisa diperluas tidak hanya dipasarkan ke toko – toko tersebut, tetapi dapat dipasarkan secara online. Jika pemasaran bisa dijangkau dengan baik dan semakin luasnya pasar maka permintaan meningkat “*

Kondisi inilah yang dialami oleh para pelaku UMKM madu mongso, belum adanya pemanfaatan media online dalam promosi mengakibatkan usaha madu mongso belum mengalami kemajuan yang signifikan. Selain faktor tersebut, para produsen madu mongso sebagian besar tidak memiliki outlet sendiri sehingga konsumen tidak dapat melihat secara langsung produk yang dihasilkan.

### **Kompetensi SDM**

Kompetensi SDM merupakan salah satu hambatan dalam pengembangan UMKM di Indonesia, Kompetensi tersebut dibangun dari aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk dan pengendalian kualitas produk. Para pengusaha madu mongso masih merasakan terbatasnya tenaga kerja. Dalam proses produksi madu mongso dibutuhkan SDM yang memiliki karakter telaten dan sabar dalam proses pembuatan karena membutuhkan proses pengerjaan yang lama, saat ini tenaga kerja masih didominasi oleh para ibu rumah tangga.

Kondisi ini disampaikan oleh Yati :

*“pasar madu mongso masih terbuka, kita terpancang dengan yang bikin, kita yang masak dua orang perempuan. Masalahnya madu mongso masaknya sekitar lima sampai enam jam. Pertama – tama nggak berat tapi jam ke lima enam sudah berat, sudah nggak cair lagi. Beratnya di situ, tapi malah kuat kalau ibu - ibu”*

Sutrimah menambahkan :

*“Pembuatan madu mongso itu rumit, dari beras ketan hitam asli yang dimasak terus dilanjutkan proses peragian selama 3 hari, pengadukan 6 jam, apinya harus kecil dan panas. Butuh waktu seminggu baru jadi. Tenaga kerja yang masak di sini satu orang, yang membungkus sekitar 3 orang dari saudara sendiri”*

Dari berbagai penuturan informan, masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM madu mongso adalah minimnya tenaga kerja

terampil dan belum adanya regenerasi sehingga menjadi ancaman bagi *existensi* usaha madu mongso. Tenaga kerja yang dibutuhkan dalam proses pembuatan madu mongso dari pemilihan bahan hingga sebelum proses pengemasan biasanya dua orang atau bahkan satu orang sekaligus. Mereka mengaduk adonan madu mongso selama lima hingga enam jam. Proses selanjutnya adalah pendinginan, pemotongan dan pengemasan, proses tersebut dilakukan secara manual. Untuk mengerjakan proses tersebut dibutuhkan tenaga kerja yang memiliki keterampilan serta ketelatenan yang tinggi dan kesabaran dalam proses pembuatan.

### **Teknologi Produksi**

Pengembangan teknologi UMKM dipengaruhi berbagai faktor antara lain kemampuan SDM untuk mengembangkan peralatan teknologi produksi dan mudahnya akses untuk mendapatkan modal dalam pengadaan teknologi. Para pelaku UMKM madu mongso selama ini masih menggunakan peralatan yang sederhana dalam proses produksi. Dirman mengungkapkan harapannya terkait penggunaan peralatan yang berbasis teknologi:

*“Memang kalo kita nanti nggak mikir ke situ lama – lama juga kalau nggak ada regenerasi pekerja juga repot. Proses manual, untuk parut kelapa kita kerjasama dengan pedagang kelapa. Pembakaran masih pakai kayu”*

Ratmi menambahkan :

*“Kelapa untuk santan diparut di luar. Alat parut harganya murah tapi saya nggak mau memiliki, kalau diparut diluar tidak kesulitan memarut sendiri dan praktis, di rumah tinggal masak”*

Berdasarkan pernyataan informan yang merupakan pengusaha madu mongso masalah yang dihadapi mereka adalah belum ditemukannya mesin pengaduk yang memiliki kemampuan menghasilkan produk madu mongso dengan kualitas yang menyamai hasil dari proses pengerjaan madu mongso secara manual, sehingga mereka masih bertahan dengan proses yang lama. Masalah penggunaan peralatan produksi yang masih sederhana juga menjadi penghambat bagi mereka dalam melakukan proses produksi yang berdampak pada kapasitas produksi yang mereka hasilkan. Tahapan yang dilakukan dalam proses produksi madu mongso setelah mencampur semua bahan

menjadi satu adalah pengadukan yang dilakukan dengan menggunakan panci dan pengaduk biasa. Langkah awal ini masih dilakukan dengan peralatan yang sederhana, namun pada saat penyiapan bahan yang dibutuhkan yaitu kelapa menjadi parutan kelapa para pengusaha sudah menggunakan jasa mesin penggiling kelapa dari luar.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Keunggulan bersaing UMKM dapat dibangun dari berbagai faktor yaitu akses permodalan, pemasaran, kompetensi SDM dan teknologi produksi. Peluang untuk mencapai keunggulan bersaing UMKM madu mongso masih terbuka, namun tujuan tersebut belum dapat dicapai karena berbagai kendala yang dihadapi UMKM madu mongso antara lain :

- a. Media pemasaran yang digunakan pengusaha UMKM masih minim dan produksi mengandalkan pesanan dari masyarakat sekitar.
- b. Pelaku UMKM kesulitan dalam memperoleh tambahan modal yang disebabkan oleh kurangnya informasi tentang akses modal dari pemerintah dan tingginya kekhawatiran pengusaha dalam pengembalian modal dari luar.
- c. Keterbatasan SDM dalam proses produksi madu mongso karena masih bergantung pada tenaga kerja yang sama selama beberapa tahun.
- d. Sebagian besar pelaku UMKM ragu jika madu mongso yang diproduksi dengan teknologi mesin dapat memiliki kualitas yang sama dengan proses manual.
- e. Belum adanya terobosan baru dalam peralatan produksi.
- f. Proses pembuatan madu mongso membutuhkan waktu yang panjang sehingga kapasitas produksi terbatas.

Dengan adanya kondisi tersebut untuk menciptakan peningkatan usaha UMKM ini, dibutuhkan kerjasama antara pelaku UMKM dan pemerintah dalam hal ini adalah Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kabupaten Kudus.

### **Saran**

1. Para pelaku UMKM madu mongso dapat mengikuti pelatihan peningkatan pengetahuan dan penerapan media pemasaran yang diselenggarakan oleh Dinas

- Tenaga Kerja Perindustrian Koperasi dan UMKM.
2. Para pelaku UMKM dapat mengakses permodalan melalui program KUR (Kredit Usaha Rakyat), kredit mitra Jateng 02 dan kredit mitra Jateng 25.
  3. Para pelaku UMKM hendaknya semakin aktif dalam mengakses informasi terkini dan mengadakan komunikasi dengan Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Koperasi dan UMKM.
  4. Untuk memudahkan komunikasi antar pengusaha serta memudahkan pemerintah dalam memantau peningkatan usaha perlu dibentuk sentra industri bagi para pelaku UMKM madu mongso.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. 2016. Statistik Daerah Kecamatan Bae. Diperoleh 20 Juni 2017 dari <http://kuduskab.bps.go.id/>
- Barney, J.B. 2010. *Gaining and Sustaining Competitive Advantage, Fourth Edition*. Addison-Wesley, Massachusetts.
- Chariri, A. (2009). Landasan Filsafat dan Metode Penelitian Kualitatif. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Djamhari, DR. Choirul. 2006. Faktor – faktor yang mempengaruhi perkembangan sentra UKM menjadi Klaster Dinamis. Infokop No 29
- Hejazziey, Djawahir. 2009. Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil Dan menengah (UMKM) Melalui Lembaga Keuangan Syariah (Lks) Untuk mengentaskan Kemiskinan Dan Pengurangan Pengangguran Al-Iqtishad: Vol. I, No. 1
- Kiran et all. 2012. *Innovative Marketing Strategies for Micro, Small and Medium Enterprises*. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business 4(2): 1059–1066.
- Purwanti, E. 2012. Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti* 5(9): 13– 28.
- Santoso, Imam et all. 2015. Pengaruh Kredit Dan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja UMKM agroindustri Dengan Pemasaran Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 12 No. 3
- Situmorang, Jannes. 2008. Strategi Umkm dalam Menghadapi Iklim Usaha yang Tidak Kondusif. *Infokop*, Vol. 16 - September 2008 : 87-101.
- Sudiarta, I Putu Lanang Eka dkk. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bangli. e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen Vol 2.
- Tambunan T. 2009. *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia