

---

## Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) Yang Berdaya Saing Pada Saat Covid-19 di Kota Pekanbaru

Rendra Wasnury<sup>1</sup>, Anggia Paramitha<sup>2</sup> dan Rika Promalessy<sup>3</sup>

Universitas Riau

rendrawasnury@gmail.com<sup>1</sup>, anggia.paramitha@lecturer.unri.ac.id<sup>2</sup>,  
rika.promalessy@lecturer.unri.ac.id<sup>3</sup>

### Abstract

*The objective of this study is to analyze the main issues that inhibit the development of IKM competitiveness in Pekanbaru City at the time of COVID-19 by identifying the development status of IKM in Pekanbaru City today and the persemade strategy in the midst of the Covid-19 pandemic and the development of IKM competitiveness in Pekanbaru city at the time of covid. According to the data provided by Pekanbaru City Industrial and Trade Bank, the population in this study are all IKMs operating in Pekanbaru City. The IKM that becomes the subject of this study is the IKM of manufacturing or IKM which manufactures products that are able to be competitive in the broad market and become a substitute for consumers in Pekanbaru City. The data analysis used in the IKM study is a descriptive analysis using the SWOT analysis method.*

*The results showed the development of the IKM competitiveness in Pekanbaru city at the time of COVID-19 that was in the 2nd quadrant position. For that, the IKM development model is consistent with the forward, backward and horizontal integration strategy, that is, by strengthening business relationships with upstream and downstream industries, and increasing control over competitors through cooperation and company acquisitions. As for the market penetration strategy or by determining the market's ability to absorb the resulting product. Also, the product development strategy is to develop products with offer value (value proposition) combined with services to enhance the uniqueness of the product, which can help IKM improve marketing performance and market expansion. And keep the market satisfied by opening up new market shares resulting from market development strategies.*

**Keywords:** Covid-19, Competitiveness, IKM

### Pendahuluan

Industri Kecil dan Menengah (IKM) memegang peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Industri Kecil dan Menengah (IKM) mempunyai peran yang sangat penting dalam memperkuat perekonomian nasional. Industri Kecil dan Menengah (IKM) mampu menyediakan lapangan kerja, sehingga IKM menjadi sumber pendapatan primer maupun skunder bagi banyak rumah tangga. Sektor ini dapat mengatasi permasalahan pemerataan dalam distribusi pendapatan antar wilayah. Hal ini menjadikan Industri Kecil dan Menengah (IKM) sebagai salah satu potensi penopang perekonomian Indonesia Khususnya Kota Pekanbaru.

Kota Pekanbaru termasuk salah satu kota yang mengalami perkembangan pesat di Provinsi Riau. Perkembangan Kota Pekanbaru didukung oleh posisi strategis Kota Pekanbaru sebagai Ibukota Provinsi Riau menjadikan kota ini sebagai pusat ekonomi dan pemerintahan. Visi jangka panjang Kota Pekanbaru adalah *“Terwujudnya Kota Pekanbaru sebagai Pusat Perdagangan dan Jasa, Pendidikan serta Pusat Kebudayaan Melayu, Menuju Masyarakat Sejahtera Berlandaskan Iman dan Taqwa”*. Pada pembangunan jangka menengah 2017-2022, Kota Pekanbaru memiliki Visi *“Terwujudnya Pekanbaru Sebagai Smart City Madani”*. Salah satu misi yang dijalankan dalam mewujudkan visi tersebut adalah mewujudkan pembangunan

---

ekonomi berbasis ekonomi kerakyatan dan ekonomi padat modal, pada tiga sektor unggulan, yaitu sektor jasa, sektor perdagangan dan sektor industri olahan dan industri yang mendorong kegiatan-kegiatan *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE).

Data dari BPS Kota Pekanbaru menunjukkan struktur perekonomian Kota Pekanbaru ditentukan oleh tiga sektor dominan, yaitu sektor konstruksi dengan kontribusi terhadap PDRB sebesar 30,17%, lalu diikuti oleh sektor perdagangan besar dan eceran memiliki kontribusi sebesar 29,23% dan sektor industri pengolahan dengan kontribusi sebesar 20,78%. Sedangkan kontribusi sektor lainnya dibawah 3% terhadap PDRB Kota Pekanbaru.

Untuk itu, karakteristik perekonomian Kota Pekanbaru didominasi oleh sektor industri pengolahan dan perdagangan. Dengan demikian, sektor industri dan perdagangan merupakan sektor penting dalam perekonomian dan sebagai penggerak roda perekonomian dan sumber penghidupan dan pembangunan masyarakat. Salah satu penopang terbesar sektor PDRB Industri Pengolahan adalah kontribusi IKM di Kota Pekanbaru.

Jumlah pelaku usaha berdasarkan sektor usaha (KBLI) yang terdaftar dalam database Perindustrian kota Pekanbaru berjumlah 589 usaha dengan total tenaga kerja berjumlah 4.793 orang. Database ini merupakan akumulasi dari jumlah pelaku usaha yang mendaftar selama lima tahun terakhir. Adapun jumlah total produksi pertahun pada tahun 2020 sebesar Rp. 338.243.064.486.

Adapun pada sisi pertumbuhan, sektor industri pengolahan pada tahun 2020 turun signifikan menjadi 1,15% akibat Wabah Covid 19 yang melanda Kota Pekanbaru. Serangan pandemi COVID-19 telah memicu sentimen negatif terhadap berbagai lini bisnis khususnya bisnis IKM di Kota Pekanbaru.

Dampak covid-19 menyebabkan sektor usaha mengalami perlambatan hal ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh

Damuri dan Hirawan (2020); Satila *et al* (2021); Nalini (2021); Utami (2021); Frihatni *et al* (2022). Adapun pelemahan disebabkan oleh perlambatan daya beli masyarakat berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yuniati dan Amini (2020); Suyarti, Wibowo dan Amini (2021); Machasin *et al* (2021); Rahmانيar *et al* (2021) yang menyatakan terjadi pelemahan daya beli masyarakat sebagai akibat penurunan pendapatan serta kebijakan PSBB pada saat covid-19 diberbagai daerah.

Dampak negatif akibat pandemi COVID-19 ini telah menghambat pertumbuhan IKM, bukan hanya pada aspek produksi dan pendapatan saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dan lain-lain. IKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi pandemi COVID-19 ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis.

Selain itu kelemahan daya saing sektor industri, khususnya industri kecil dan menengah (IKM) disebabkan oleh implementasi strategi industri yang dikembangkan lebih menonjolkan pada aspek ekonomi, tanpa mempersoalkan apakah industri tersebut menciptakan import bahan baku, barang modal dan import jasa. Ketergantungan industri pada komponen impor, baik bahan baku maupun bahan penunjang lainnya mendorong terjadinya ketergantungan industri domestik pada komponen impor. Dalam situasi ekonomi yang tidak menguntungkan sebagai akibat dampak Covid 19 akan mendorong krisis ekonomi di dalam negeri. Kenyataan ini perlu pemikiran untuk menyusun strategi pengembangan industri, khususnya Industri Kecil dan Menengah (IKM) agar dapat bangkit, lebih survive dalam menghadapi pandemi Covid 19 dan tumbuh dengan potensi lokal untuk meraih peluang pasar global yang semakin terbuka. Dengan demikian, strategi pengembangan industri yang berdaya saing setara tahan terhadap pandemi Covid 19 dan krisis ekonomi

---

harus merujuk pada penciptaan kompetensi inti (*core competence*) industri lokal baik dalam hal harga (*price*), kualitas (*quality*), teknologi (*technology*), maupun fleksibilitas biaya produksi (*flexibility cost*).

Maka dari itu dalam rangka mengembangkan dan memberdayakan industri kecil dan menengah yang mampu bertahan pada saat kondisi pandemi Covid 19 dan krisis ekonomi serta yang berdaya saing dalam era globalisasi ini, perlu dilakukan pembenahan terhadap industri kecil dan menengah melalui pembuatan penelitian dengan judul “*Strategi Pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang Berdayasaing pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru*”.

Adapun tujuan penelitian Strategi pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang Berdayasaing pada saat Covid di Kota Pekanbaru ini adalah: (1) Menganalisa permasalahan utama yang menghambat pengembangan daya saing IKM pada saat Covid di Kota Pekanbaru dengan cara : mengidentifikasi kondisi perkembangan IKM di Kota Pekanbaru pada saat Covid-19; (2) Menyusun strategi bertahan dimasa pandemi Covid 19 dan pola/model pembinaan/ pengembangan Pengembangan IKM pada saat Covid yang berdaya saing nasional di Kota Pekanbaru.

### **Metode Penelitian**

Lokasi penelitian adalah Kota Pekanbaru, dengan waktu penelitian dilakukan selama 3 bulan yang berlangsung pada bulan September hingga November 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh IKM yang beroperasi di Kota Pekanbaru berdasarkan data yang disediakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru. IKM yang menjadi obyek penelitian ini adalah IKM sektor manufaktur atau IKM yang menghasilkan produk yang memungkinkan memiliki daya saing untuk dipasarkan secara luas dan menjadi barang substitusi bagi konsumen di Kota Pekanbaru. IKM yang beroperasi pada bidang jasa industri tidak termasuk sebagai objek penelitian ini, namun

IKM yang diperkirakan dapat menjadi penggerak dan penentu pertumbuhan ekonomi daerah dimungkinkan menjadi objek pada penelitian ini. Objek IKM yang akan dikaji adalah IKM yang beroperasi di wilayah Kota Pekanbaru, yang tersebar pada beberapa kecamatan. Pemilihan sampel IKM pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel IKM dengan kriteria atau ciri-ciri yang telah ditentukan. IKM yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah IKM yang terkategori IKM sesuai dengan Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 64/M-IND/PER/7/2016 tentang Besaran Jumlah Tenaga Kerja dan Nilai Investasi untuk Klasifikasi Usaha Industri. Kriteria selanjutnya adalah usaha industri yang memproduksi barang dan merupakan industri manufaktur di Kota Pekanbaru, tidak termasuk jasa industri. Produk atau barang yang dihasilkan IKM sampel berpotensi untuk menjadi produk berdaya saing nasional atau menjadi barang substitusi bagi konsumen di Kota Pekanbaru.

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil pengisian kuisioner yang dilakukan oleh peneliti dan mewawancarai pihak-pihak terkait, serta data lain yang ada hubungannya dengan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah hasil survei terhadap IKM serta FGD yang dilakukan dengan pihak-pihak terkait seperti akademisi, pelaku usaha dan pemangku kebijakan. FGD ini dilakukan untuk menyusun model pengembangan IKM yang berdaya saing dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian IKM ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan metode SWOT untuk melihat aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta menyusun strategi IKM

### **Hasil dan Pembahasan**

#### ***Matrik Faktor Strategi Internal IKM***

Pada analisis lingkungan internal IKM dapat diketahui faktor-faktor strategis internal

perusahaan yang meliputi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Hasil strategi internal IKM dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. Strategi Internal**

No	Key Internal Factors	Weight	Rating	Weighted Score
A	Strengths			
1	IKM memiliki kapabilitas keuangan	0,13	4	0,52
2	Operasionalisasi IKM	0,16	4	0,64
3	IKM memiliki kapabilitas SDM Manajemen dan Pekerja	0,13	3	0,39
4	Pengusaha IKM memiliki karakteristik	0,13	3	0,39
B	Weaknesses			
5	IKM belum memiliki strategi pengembangan jangka panjang	0,13	1	0,13
6	IKM belum memiliki kapabilitas inovasi dan teknologi	0,16	2	0,32
7	Kinerja pasar IKM masih lemah (perluasan pasar)	0,16	2	0,32
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>2,71</b>

Sumber: Data Olahan, 2021

Faktor kekuatan IKM pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru terdiri dari 4 yaitu (1) IKM memiliki kapabilitas keuangan; (2) Operasionalisasi IKM; (3) IKM memiliki kapabilitas SDM manajemen dan pekerja; (4) Pengusaha IKM memiliki karakteristik. Adapun Faktor kelemahan IKM pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru terdiri dari 3 faktor yaitu (1) IKM belum memiliki strategi pengembangan jangka panjang; (2) IKM belum memiliki kapabilitas inovasi dan teknologi; (3) Kinerja pasar IKM masih lemah (perluasan pasar).

#### **Matrik Faktor Strategi Eksternal**

Faktor-faktor strategi eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Dari hasil identifikasi faktor-faktor strategis eksternal diperoleh 4 faktor peluang dan 4 faktor ancaman. Faktor-faktor peluang dan ancaman tersebut kemudian diberi rating dan bobot serta dihitung total skor untuk melihat prioritas dari peluang dan ancaman yang dimiliki oleh IKM. Hasil strategi eksternal IKM dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. Strategi Eksternal**

No	Key External Factors	Weight	Rating	Weighted Score
A	Opportunities			
1	Dukungan kebijakan dan politik terhadap perkembangan IKM	0,10	4	0,40
2	Dukungan sosial dan budaya terhadap perkembangan IKM	0,10	3	0,30
3	Dukungan kondisi hukum terhadap perkembangan IKM	0,20	3	0,60
4	Lingkungan pendukung terhadap perkembangan IKM	0,05	3	0,15

B	Threats			
5	Besarnya kondisi persaingan dan pendatang baru yang dihadapi IKM	0,05	3	0,15
6	Kondisi pembeli dan permintaan produk yang dihasilkan IKM masih lemah	0,10	4	0,40
7	Terbatasnya kondisi pemasok (supplier) bahan baku dan bahan penolong terhadap operasional IKM	0,20	3	0,60
8	Lemahnya dukungan lingkungan ekonomi terhadap perkembangna IKM	0,20	4	0,80
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>3,40</b>

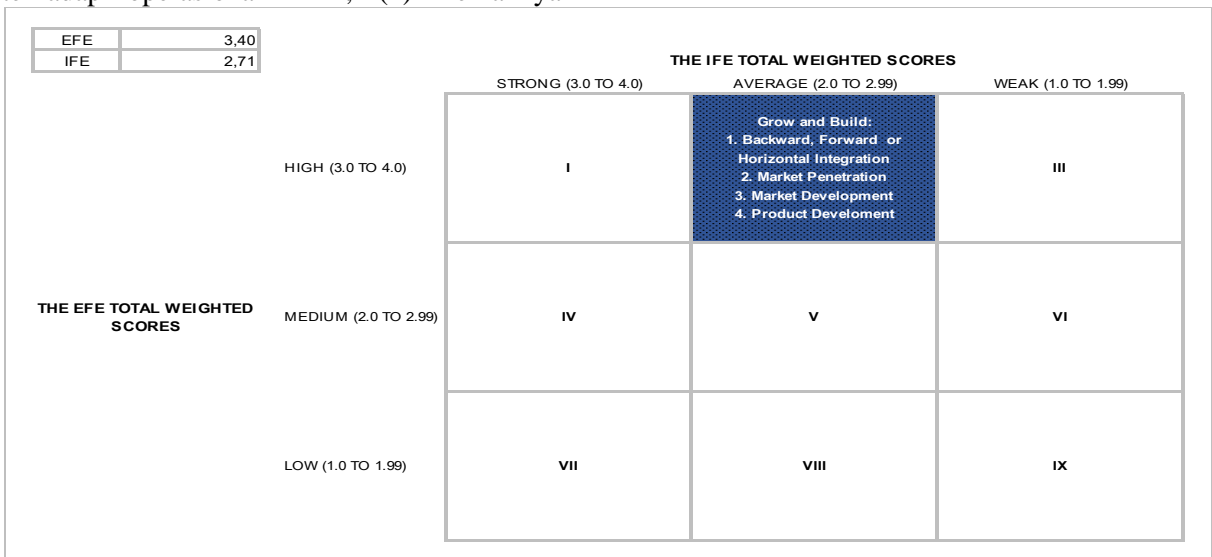
Sumber: Data Olahan, 2021

Faktor peluang IKM pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru terdiri dari 4 faktor peluang yaitu (1) Dukungan kebijakan dan politik terhadap perkembangan IKM; (2) Dukungan sosial dan budaya terhadap perkembangan IKM; (3) Dukungan kondisi hukum terhadap perkembangan IKM; (4) Lingkungan pendukung terhadap perkembangan IKM. Adapun Faktor ancaman IKM pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru terdiri dari 4 faktor ancaman yaitu (1) Besarnya kondisi persaingan dan pendatang baru yang dihadapi IKM; (2) Kondisi pembeli dan permintaan produk yang dihasilkan IKM masih lemah; (3) Terbatasnya kondisi pemasok (supplier) bahan baku dan bahan penolong terhadap operasional IKM; (4) Lemahnya

dukungan lingkungan ekonomi terhadap perkembangna IKM.

**Model Pengembangan IKM yang Berdaya Saing pada saat Covid-19**

Berdasarkan pembobotan dan pengelompokan terhadap faktor-faktor *business attractiveness* dan *business strength* IKM, maka dapat ditentukan posisi IKM pada matriks space. Secara umum IKM di Kota Pekanbaru memiliki kekuatan internal, namun dihadapkan pada ancaman eksternal yang melemahkan daya saing IKM pada saat Covid-19. Berikut adalah matriks space model pengembangan IKM pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru:



Sumber: Data Olahan, 2021

**Gambar 1. Matriks Space Model Pengembangan IKM Berdayasaing**

Hasil matriks space model pengembangan IKM berdaya saing pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru yaitu berada pada posisi kuadran ke-2. Untuk itu, model pengembangan IKM difokuskan, yaitu:

1. Strategi *forward*, *backward* dan horizontal *integration* yaitu melalui penguatan keterkaitan usaha dengan industri hulu yaitu pemasok bahan baku, bahan penolong dan peralatan produksi dan penguatan keterkaitan usaha dengan industri hilir yaitu distributor atau gerai-gerai retail, pasar, transportasi dan lain-lain yang terkait dengan penjualan produk. Selain itu meningkatkan kontrol terhadap pesaing melalui kerjasama maupun akuisisi usaha;
2. Strategi *market penetration* atau melalui identifikasi daya serap pasar terhadap produk yang dihasilkan. *Market penetration* dimaksudkan untuk menjaga agar tidak terjadi persaingan usaha yang semakin ketat pada IKM dengan produk sejenis, pesaing besar dari luar daerah yaitu perubahan perilaku konsumen pada saat dan pasca berakhirnya Covid-19 yaitu dengan melakukan strategi pemasaran yang agresif seperti strategi harga dan iklan serta optimalisasi penggunaan digital marketing;

3. Strategi *product development* yaitu pengembangan produk yang memiliki nilai-nilai proposisi (*value proposition*) yang dikombinasikan dengan layanan serta meningkatkan *uniqueness* dari produk dapat membantu IKM dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan perluasan pasar. *Product development* dapat dilakukan melalui diversifikasi dan difrensiasi produk untuk memberikan pilihan produk yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen;

4. Strategi *market development* dengan membuka pangsa pasar baru untuk menjaga terjadinya kejenuhan pasar terhadap produk yang dihasilkan. Mengikuti sertakan IKM dalam expo dan pameran produk dapat menjadi pilihan untuk meningkatkan kemampuan IKM dalam melakukan pengembangan pasar. Dalam era digital sekarang ini, pilihan IKM masuk dalam *marketplace* yaitu kerjasama IKM dengan pihak ketiga yang menyediakan tempat penjualan dan pembayaran online merupakan teknis perluasan pasar yang paling potensial.

Dari matriks space model pengembangan IKM berdayasaing pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru maka disusun strategi pengembangan IKM berdayasaing pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru, yaitu:

**Tabel 3. Strategi Pengembangan IKM yang Berdaya Saing**

IFE	INTERNAL FACTORS	
	STRENGTHS (+)	WEAKNESSES (-)
EFE	(S1) IKM memiliki kapabilitas keuangan	(W1) IKM belum memiliki strategi pengembangan jangka panjang
	(S2) Operasionalisasi IKM	(W2) IKM belum memiliki kapabilitas inovasi dan teknologi
	(S3) IKM memiliki kapabilitas SDM Manajemen dan Pekerja	(W3) Kinerja pasar IKM masih lemah (perluasan pasar)
	(S4) Pengusaha IKM memiliki karakteristik	
EXTERNAL FACTORS		
OPPORTUNITIES (+)	STRENGTHS (+) / OPPORTUNITIES (+) STRATEGY	WEAKNESSES (-) / OPPORTUNITIES (+) STRATEGY
(O1) Dukungan kebijakan dan politik terhadap perkembangan IKM	Memfaatkan dukungan kebijakan dan politik untuk meningkatkan pemasok dalam daerah (S1, S4, O1, O2, O3, O4)	Menyusun rencana jangka panjang untuk pengembangan produk IKM melalui peningkatan kapasitas inovasi dan teknologi (W1, W2, W3, O1, O3, O4)
(O2) Dukungan sosial dan budaya terhadap perkembangan IKM	Memfaatkan dukungan kebijakan dan politik untuk meningkatkan kualitas produk dan pencarian market-market baru (S1, S2, S3, S4,	Memfaatkan dukungan pemerintah melalui peningkatan kapabilitas inovasi dan teknologi (W1, W2, W3, O1, O3)

	O1, O2, O3, O4)	
(O3) Dukungan kondisi hukum terhadap perkembangan IKM	Memanfaatkan dukungan kebijakan dan politik untuk meningkatkan kontrol terhadap pesaing dari daerah maupun luar negeri yang melakukan praktek perdagangan yang dilarang misalnya dumping (S1, S4, O1, O2, O3)	Strategi pemasaran produk yang mempunyai nilai-nilai kearifian lokal (W3, O2, O4)
(O4) Lingkungan pendukung terhadap perkembangan IKM		Memanfaat kebijakan, politik dan hukum untuk mendorong ekspor IKM (W3, O1, O3)
<b>THREATS (-)</b>	<b>STRENGTHS (+) / THREATS (-) STRATEGY</b>	<b>WEAKNESSES (-) / THREATS (-) STRATEGY</b>
(T1) Besarnya kondisi persaingan dan pendatang baru yang dihadapi IKM	Melakukan kerjasama dengan pemasok dengan harga yang lebih kompetitif dan kualitas bahan baku yang lebih baik (S1, S2,S3, S4, T3, T4)	Produk development melalui diversifikasi produk secara berkala dan berbeda dengan pesaing (W1, W2, T1, T2, T4)
(T2) Kondisi pembeli dan permintaan produk yang dihasilkan IKM masih lemah	Melakukan perluasan jaringan distribusi melalui kerja sama dengan retail ataupun e-commerce (S1, S2,S3, S4, T1, T2, T4)	Melakukan digitalisasi pada aspek pemasaran dan pelayanan terhadap konsumen untuk menjangkau market yang lebih luas (W1, W3, T1, T2, T4)
(T3) Terbatasnya kondisi pemasok (supplier) bahan baku dan bahan penolong terhadap operasional IKM	Malakukan akusisi pada usaha sejenis pada luar daerah yang dekat dengan bahan baku atau pun market-market potensial (S1, S2,S3, S4, T1, T4)	Melakukan pembinaan kepada pemasok lokal khususnya bahan baku untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi (W1, W3, T3)
(T4) Lemahnya dukungan lingkungan ekonomi terhadap perkembangna IKM		

Sumber: Data Olahan, 2021

## Kesimpulan

1. Faktor kekuatan IKM pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru terdiri dari 4 yaitu IKM memiliki kapabilitas keuangan, Operasionalisasi IKM, IKM memiliki kapabilitas SDM manajemen dan pekerja dan pengusaha IKM memiliki karakteristik.
2. Faktor kelemahan IKM pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru terdiri dari 3 faktor yaitu IKM belum memiliki strategi pengembangan jangka panjang, IKM belum memiliki kapabilitas inovasi dan teknologi dan Kinerja pasar IKM masih lemah (perluasan pasar).
3. Faktor peluang IKM pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru terdiri dari 4 faktor peluang yaitu dukungan kebijakan dan politik terhadap perkembangan IKM, dukungan sosial dan budaya terhadap perkembangan IKM, dukungan kondisi hukum terhadap perkembangan IKM dan lingkungan pendukung terhadap perkembangan IKM.
4. Faktor ancaman IKM pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru terdiri dari 4 faktor ancaman yaitu besarnya kondisi persaingan dan pendatang baru yang dihadapi IKM, kondisi pembeli dan permintaan produk yang dihasilkan IKM masih lemah, terbatasnya kondisi pemasok (supplier) bahan baku dan bahan penolong terhadap operasional IKM dan lemahnya dukungan lingkungan ekonomi terhadap perkembangna IKM.
5. Hasil matriks space model pengembangan IKM berdaya saing pada saat Covid-19 di Kota Pekanbaru yaitu berada pada posisi kuadran ke-2. Untuk itu, model pengembangan IKM difokuskan strategi *forward*, *backward* dan *horizontal integration* yaitu melalui penguatan keterkaitan usaha dengan industri hulu dengan industri hilir dan meningkatkan kontrol terhadap pesaing melalui kerjasama maupun akuisisi usaha. Adapun strategi *market penetration* atau melalui identifikasi daya serap pasar terhadap produk yang dihasilkan. Selain itu strategi *product development* yaitu pengembangan produk yang memiliki nilai-nilai proposition (*value proposition*) yang dikombinasikan dengan layanan serta meningkatkan *uniqueness* dari produk dapat membantu IKM dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan perluasan pasar. Dan strategi *market development* dengan membuka pangsa

---

pasar baru untuk menjaga terjadinya kejenuhan pasar terhadap produk yang dihasilkan.

#### Daftar Pustaka

- Damuri, Yose Rizal dan Fajar B. Hirawan .(2020). Mengukur Dampak COVID-19 pada Pertumbuhan Ekonomi dan Perdagangan Indonesia 2020. *CSIS Commentaries DMRU-015*, 1-8
- Frihatni, Andi Ayu, Irmayanti Sudirman dan Frengky Mandacan. (2022). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Kinerja UMKM dan Strategi Bisnisnya: Studi Kasus UMKM Irrenuang Parepare di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(2), 777-781
- Machasin *et al.* (2021). Consumers Behavior During and Post Covid-19 in Pekanbaru. *GIS Business*. 16 (2), 84-96.
- Nalini, Siti Nuzul Laila. (2021). Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 4(1), 662-669.
- Rahmaniar, Amanda *et al.* (2021). Marketing Outlook 2021: The Key Insights Post COVID 19. *Inventure*, 1-45.
- Selani Satila *et al.* (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Industri Kecil dan Menengah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Rekayasa Sistem dan Industri*, 8(1), 21-27.
- Suryati, Desi, Sujatmiko Wibowo dan Rohmiati Amini. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Produksi dan Daya Beli Masyarakat di Kota Mataram. *Jurnal Media Bina*, 16(5), 6827-6836.
- Utami, Betty Silfia Ayu .(2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 1-7
- Yuniati, Musniasih dan Rohmiati Amini. (2020). Analisis Dampak Covid-19 terhadap Daya Beli Masyarakat NTB. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 362-368.