



ANALISIS KOMPARATIF KUALITAS PRODUK DAN DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH: STUDI KASUS KOTA BATU, JAWA TIMUR DAN KOTA PALU, SULAWESI TENGAH

Rendy Kurniawan

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Anang Ma'ruf

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Yorensia Resti

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Siti Nurfadila

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Novita Sari

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Nadia I Tala'a

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Miftah Amalia

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Mastang

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Nuraisyah

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Andi Maman

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Fachrul Reza

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Alamat: Jln. Soekarno Hatta No. KM. 9. Tondo, Kec. Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah. Korespondensi penulis: rendywawan23@gmail.com

Abstrak: This study aims to analyze and compare the product quality and competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Batu City, East Java, and Palu City, Central Sulawesi. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through documentation studies, observations, and in-depth interviews with MSME actors, stakeholders, and relevant agencies in both regions. The results show that MSMEs in Batu City have advantages in terms of marketing access, tourism infrastructure support, and more established cross-sector collaboration. In contrast, MSMEs in Palu City demonstrate resilience in local product innovation and the potential for post-disaster tourism-based development. Both regions face similar challenges in terms of access to capital, digital technology adoption, and improving the quality of human resources. This study recommends the importance of strengthening the MSME ecosystem through improving product quality, expanding digital market access, and strategic collaboration between the government, business actors, and academics to increase MSME competitiveness at the national and global levels.

Keywords: Analysis, Comparison, Business

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan kualitas produk serta daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Batu, Jawa Timur dan Kota Palu, Sulawesi Tengah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui

studi dokumentasi, observasi, dan wawancara mendalam terhadap pelaku UMKM, pemangku kepentingan, dan instansi terkait di kedua wilayah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Kota Batu memiliki keunggulan dalam hal akses pemasaran, dukungan infrastruktur pariwisata, dan kolaborasi lintas sektor yang lebih mapan. Sebaliknya, UMKM di Kota Palu menunjukkan ketangguhan dalam inovasi produk lokal dan potensi pengembangan berbasis wisata pascabencana. Kedua wilayah menghadapi tantangan serupa dalam hal akses permodalan, adopsi teknologi digital, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya penguatan ekosistem UMKM melalui peningkatan kualitas produk, perluasan akses pasar digital, dan kolaborasi strategis antara pemerintah, pelaku usaha, dan akademisi untuk meningkatkan daya saing UMKM di tingkat nasional maupun global.

Kata Kunci: Analisis, Perbandingan, Usaha

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia, baik sebagai penyerap tenaga kerja maupun kontributor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 65 juta UMKM beroperasi di Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Namun demikian, UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan kualitas produk dan daya saing, terutama di era globalisasi dan transformasi digital.

Kota Batu, Jawa Timur, yang dikenal sebagai kota wisata dengan sektor pariwisata yang berkembang pesat, memiliki populasi UMKM yang mencapai lebih dari 25.524 pelaku usaha bergerak di berbagai sektor seperti industri pengolahan, perdagangan, kuliner, dan akomodasi. Karakteristik geografis dan potensi wisata Kota Batu memberikan peluang besar bagi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata.

Di sisi lain, Kota Palu, Sulawesi Tengah, yang mengalami pemulihan pascabencana gempa dan tsunami tahun 2018, menunjukkan dinamika yang berbeda dalam pengembangan UMKM. Dengan dukungan pemerintah daerah dan berbagai program pemberdayaan, UMKM di Kota Palu berupaya bangkit dan berkontribusi terhadap pemulihan ekonomi lokal. Kota Palu mencatat tingkat kunjungan wisatawan nusantara tertinggi di Sulawesi Tengah, yang membuka peluang pengembangan UMKM berbasis wisata.

Perbedaan konteks geografis, kondisi sosial-ekonomi, dan dukungan kebijakan di kedua wilayah menjadikan studi komparatif ini relevan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk dan daya saing UMKM. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan UMKM yang berkelanjutan di kedua wilayah.

KAJIAN TEORITIS

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teori yang mendasari terkait analisis komparatif kualitas produk dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dengan studi kasus di Kota Batu, Jawa Timur dan Kota Palu, Sulawesi Tengah, serta teori-teori relevan dari para ahli.

Analisis SWOT merupakan salah satu metode analisis situasional yang menitikberatkan pada identifikasi beberapa faktor secara sistematis untuk merumuskan

strategi perusahaan, organisasi, atau lembaga. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan, organisasi, atau lembaga tersebut dalam kondisi yang ada pada saat ini.

Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (Strength) dan kelemahan (weakness) intern perusahaan serta peluang (opportunities) dan ancaman (threat) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Swot terdiri dari: kekuatan (strengthness) yaitu melihat apa saja hal-hal yang menjadi kekuatan sebagai modal yang dapat diandalkan, kelemahan (weakness) yaitu melihat hal-hal yang dipandang menjadi kelemahan sehingga membentuk prioritas untuk mengatasi kelemahan tersebut, peluang (opportunities) yaitu peluang apa saja yang mungkin dapat diraih untuk mengatasi kelemahan dan mendukung kekuatan dan tantangan atau ancaman (treaths) yaitu hal-hal yang dapat menjadi tantangan baik dilihat dari hal yang positif maupun yang negatif sehingga dapat dijadikan sebagai pemicu meningkatkan prestasi suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien

Kualitas Produk dalam UMKM

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atau karakteristik barang yang menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, termasuk aspek performa, fitur, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perbaikan, tampilan, dan persepsi kualitas. Kotler menekankan bahwa kualitas produk sangat berperan dalam keberlangsungan UMKM karena dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Manajemen kualitas produk yang baik akan menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomi dan daya tarik lebih dibanding pesaing. Dalam konteks UMKM, kualitas produk juga menjadi salah satu kekuatan utama yang harus dijaga untuk bersaing di pasar lokal maupun ekspor.

Teori-teori Relevan

1. Kotler tentang manajemen kualitas produk, yang mencakup aspek performa, kesesuaian, dan persepsi kualitas.
2. Porter Diamond sebagai kerangka untuk analisis daya saing usaha dengan melihat faktor-faktor lingkungan usaha, kebijakan, teknologi, dan kemitraan.
3. Teori manajemen kualitas total (Total Quality Management) yang menekankan pentingnya pengelolaan kualitas secara menyeluruh dari bahan baku hingga produk akhir untuk meningkatkan nilai dan daya saing produk UMKM.
4. Konsep keunikan produk sebagai strategi diferensiasi yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan menambah nilai ekonomi produk UMKM.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus komparatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam, holistik, dan kontekstual. Studi kasus komparatif memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan karakteristik UMKM di Kota Batu dan Kota Palu.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di dua lokasi:

1. Kota Palu, Sulawesi Tengah - dipilih karena merupakan kota pascabencana dengan dinamika pemulihan ekonomi yang unik, adapun tempat yang kami kunjungi yaitu Taman Walikota, UMKM Tondo dan dilaksanakan selama sehari pada tanggal 16 November 2025.
2. Kota Batu, Jawa Timur - dipilih karena merupakan kota wisata dengan perkembangan UMKM yang pesat dan beragam adapun tempat yang kami kunjungi yaitu Bromo, Santerra, Museum Angkut, dan dilaksanakan selama 2 hari pada tanggal 21-22 November 2025.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Data Primer, Dengan teknik pengumpulan data menggunakan Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Jumlah informan sebanyak 9 orang Informan meliputi pelaku UMKM dan masyarakat setempat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif, permasalahan digambarkan berdasarkan fakta-fakta yang ada dan dihubungkan antara fakta yang satu dengan fakta yang lainnya, setelah itu dilakukan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk UMKM di kedua wilayah dipengaruhi oleh konteks lokal yang berbeda. UMKM di Kota Batu memiliki keunggulan dalam hal akses terhadap bahan baku berkualitas tinggi, terutama dari sektor pertanian dan hortikultura. Posisi Kota Batu sebagai sentra produksi apel dan sayuran memberikan keunggulan komparatif dalam pengembangan produk olahan.

Sebaliknya, UMKM di Kota Palu menunjukkan kekuatan dalam mempertahankan identitas produk lokal yang khas. Produk seperti Bagea telah menjadi ikon kuliner Sulawesi Tengah yang memiliki nilai budaya tinggi. Inovasi dalam mengembangkan varian Bagea (Bagea Kelor, Bagea Coklat) menunjukkan kreativitas pelaku UMKM dalam mempertahankan tradisi sekaligus mengikuti tren pasar.

Perbedaan dalam tingkat sertifikasi dan standarisasi produk antara kedua wilayah mencerminkan perbedaan dalam akses terhadap sumber daya dan informasi. UMKM di Kota Batu cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap program sertifikasi, didukung oleh ekosistem yang lebih mapan dan kolaborasi dengan berbagai stakeholder.

Infrastruktur dan Akses Pasar

Kota Batu memiliki keunggulan signifikan dalam hal infrastruktur pariwisata yang terintegrasi dengan UMKM. Keberadaan fasilitas seperti Co-Working Space UMKM, Kampung Ekonomi Kreatif, dan berbagai destinasi wisata menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM. Kolaborasi dengan sektor perhotelan dan restoran (PHRI) membuka akses pasar yang lebih luas.

Kota Palu, meskipun menghadapi tantangan pascabencana, menunjukkan potensi besar dalam pengembangan wisata alternatif. Proyek elevated road yang akan dikembangkan menjadi kawasan UMKM menunjukkan visi pemerintah daerah dalam mengintegrasikan UMKM dengan sektor pariwisata.

Digitalisasi dan Pemasaran

Kedua wilayah menunjukkan upaya dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemasaran. Kota Batu memiliki keunggulan dengan adanya aplikasi yang terkoneksi dengan Poin Jatim, memfasilitasi transaksi dan pemasaran produk UMKM. Namun, adopsi digital di Kota Palu masih terbatas, dengan hanya sebagian kecil UMKM yang memanfaatkan platform e-commerce secara optimal.

Penelitian ini memperkaya literatur tentang daya saing UMKM dengan menunjukkan bahwa konteks lokal sangat menentukan strategi pengembangan yang efektif. Teori Porter's Diamond yang menekankan pada kondisi faktor produksi, permintaan, industri terkait, dan strategi perusahaan terbukti relevan dalam konteks UMKM Indonesia, namun perlu diperkaya dengan dimensi kontekstual seperti resiliensi pascabencana dan integrasi dengan sektor pariwisata.

Studi ini juga menunjukkan pentingnya pendekatan kolaboratif multi-stakeholder (hexahelix) dalam menciptakan ekosistem UMKM yang berkelanjutan. Kolaborasi tidak hanya sebatas pemerintah dan pelaku usaha, tetapi melibatkan akademisi, media, dan komunitas dalam menciptakan sinergi yang komprehensif.

Bagi pelaku UMKM di kedua wilayah, penelitian ini memberikan panduan tentang pentingnya inovasi produk, peningkatan kualitas, dan adopsi teknologi digital sebagai kunci daya saing di era modern.

KESIMPULAN

Bagi pelaku UMKM di kedua wilayah, penelitian ini memberikan panduan tentang pentingnya inovasi produk, peningkatan kualitas, dan adopsi teknologi digital sebagai kunci daya saing di era modern. UMKM di Kota Batu memiliki keunggulan dalam hal inovasi produk, kemasan, dan sertifikasi. Produk berbasis apel dan hortikultura menunjukkan kualitas yang konsisten dengan standarisasi yang relatif baik. Adapun UMKM di Kota Palu memiliki produk dengan ciri khas lokal yang kuat, namun masih menghadapi tantangan dalam hal sertifikasi, kemasan, dan standarisasi. Kreativitas dalam mengembangkan varian produk tradisional menunjukkan potensi yang besar.

Kota Batu memiliki daya saing yang lebih tinggi dalam hal akses pasar, infrastruktur, ekosistem digital, dan kolaborasi stakeholder. Model hexahelix yang diterapkan menciptakan sinergi yang komprehensif. Begitupun Kota Palu menunjukkan ketangguhan dan resiliensi yang tinggi pascabencana, namun masih menghadapi tantangan dalam hal infrastruktur, akses permodalan, dan penetrasi pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk UMKM di kedua wilayah dipengaruhi oleh konteks lokal yang berbeda. UMKM di Kota Batu memiliki keunggulan dalam hal akses terhadap bahan baku berkualitas tinggi, terutama dari sektor pertanian dan hortikultura. Posisi Kota Batu sebagai sentra produksi apel dan sayuran memberikan keunggulan komparatif dalam pengembangan produk olahan.

Sebaliknya, UMKM di Kota Palu menunjukkan kekuatan dalam mempertahankan identitas produk lokal yang khas. Produk seperti Bagea telah menjadi ikon kuliner Sulawesi Tengah yang memiliki nilai budaya tinggi. Inovasi dalam mengembangkan varian Bagea (Bagea Kelor, Bagea Coklat) menunjukkan kreativitas pelaku UMKM dalam mempertahankan tradisi sekaligus mengikuti tren pasar.

Perbedaan dalam tingkat sertifikasi dan standarisasi produk antara kedua wilayah mencerminkan perbedaan dalam akses terhadap sumber daya dan informasi. UMKM di Kota Batu cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap program sertifikasi, didukung oleh ekosistem yang lebih mapan dan kolaborasi dengan berbagai stakeholder.

DAFTAR PUSTAKA

- Laksmiana, P. E., Setyaningrum, I., & Ariani, M. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Kota Batu Jawa Timur Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(2), 569-585.
- Rafi, M. (2022). Strategi Pemasaran Produk Khas Daerah oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kota Palu dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi Bisnis Islam (JIEBI)*, 6(1). (Relevan untuk memahami produk khas daerah dan strategi pemasaran Palu).
- Renda, R. A. I., Suprojo, A., & Purwatiningsih, A. (2023). EFEKTIFITAS IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PERATURAN PEMERINTAH DALAM PENGELOLAAN IJIN USAHA UMKM KOTA BATU. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 3(3), 375-384.
- Ahmad Mukhlisin, Mansyur Hidayat Pasaribu *Invention: Journal Research and Education Studies* 1 (1), 33-44, 2020
- Anazila Anazila Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, 2024 Analisis SWOT Dalam Pengembangan Produk Olahan Kelor (Studi Pada PT Kelor Organik Indonesia Kelurahan Tipo Kecamatan Ulujadi Kota Palu) <http://repository.uindatokarama.ac.id/id/eprint/2577/>
- Jaya, N., Sasmito, C., & Wulandary, R. M. C. (2021). Implementasi program pemberdayaan masyarakat melalui program usaha mikro kecil menengah (UMKM) pada Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Batu (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang). <https://share.google/7aN7gRilVLmZwbFYw>

- Armand, F. (2003). Social Marketing Models for Product-Based Reproductive Health Programs: A Comparative Analysis. *Occasional Paper Series*. Washington, DC. Retrieved from www.cmsproject.com.
- Hawa, H. S. (2021). Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Palu No. 3 Tahun 2012 Tentang Pembinaan dan Penertiban Pedagang Kreatif Lapangan Dalam Perspektif Fiqh Siyasah (Studi Pasar Inpres Kota Palu) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu).