

**ANALISIS PRODUK UNGGULAN DAERAH KOTA SALATIGA
TAHUN 2020**

Teguh Pamuji Tri Nur H, Is Solikhatun

Universitas Sultan Fatah Kab. Demak

ujuk@unisfat.ac.id

ABSTARCT

This research were aims to see what commodities can become regional superiors in Salatiga Regency, so that they are able to make a high contribution to the economy of Salatiga Regency. It is hoped that by knowing the superior potential, the right policies for regional economic development can be identified based on regional potentials. The results of this study, which became the leading commodities were: enting gepuk, lung chips, brown rice and black rice drinks, upcycle tire crafts, D-9 cassava cheese, Plumpungan Batik, Selotigo Batik, handicrafts from flour (clay), and education station.

Key Word: Regional Leading Potential

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk melihat komoditas apa yang bisa menjadi unggulan daerah di Kota salatiga, sehingga mampu memberikan kontribusi yang tinggi terhadap perekonomian Kota Salatiga. Harapannya dengan mengetahui potensi unggulan tersebut, bisa diketahui kebijakan yang tepat untuk pengembangan ekonomi daerah berdasarkan potnsi daerah. Hasil dari penelitian ini, yang menjadi komoditas unggulan adalah : enting-enting gepuk, kripik paru, minuman beras merah dan beras hitam, kerajinan ban upcycle, singkong keju D-9, Batik Plumpungan, Batik Selotigo, handicraft dari tepung (clay), dan stasiun edukasi.

Kata Kunci: Potensi Unggulan Daerah

PENDAHULUAN

Pembangunan perekonomian suatu daerah saat ini masih belum mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara signifikan. Hal tersebut disebabkan karena pola pengembangan ekonomi daerah/lokal yang sedang dan telah dilaksanakan oleh daerah terkesan kurang sistimatik. Faktor-faktor tersebut menjadi penyebab dari kurang berkembangnya potensi ekonomi daerah dan berakibat rendahnya daya saing ekonomi daerah. Rendahnya daya saing daerah tersebut pada akhirnya menyebabkan arus masuknya investasi menjadi kurang signifikan, untuk itulah pengembangan ekonomi daerah dapat berhasil dan berdaya guna, maka perlu diupayakan pengembangan potensi ekonomi daerah melalui pengembangan produk unggulan daerah (PUD).

Pendekatan produk unggulan daerah berfokus kepada pemanfaatan dan optimalisasi sumber daya serta kompetensi lokal dalam mengerakkan perekonomian daerah untuk mengatasi

persoalan kemiskinan, pengangguran dan menciptakan pembangunan yang berkelanjutan. Strategi pengembangan unggulan daerah, berfokus kepada sumberdaya yang dikuasai daerah, memiliki nilai ekonomis, berdaya saing tinggi, memiliki kompetensi inti, serapan kerja tinggi, dengan kelayakan teknis (baik bahan baku dan pasar) yang merupakan talenta dan memiliki kelembagaan masyarakat setempat (sumber daya manusia, teknologi, dukungan infrastruktur sosial dan budaya lokal).

Produk unggulan di Kota Salatiga adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia lokal yang berorientasi pasar dan ramah lingkungan sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global. Produk unggulan apapun yang ada tentunya diperlukan pengelolaan dan pengembangan serta pemasaran yang sinergis agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian yang penting adalah bagaimana mengidentifikasi produk yang menjadi unggulan daerah serta apa yang perlu dilakukan agar produk unggulan daerah bisa menjadi primadona daerah. Berdasarkan hal tersebut maka kajian ini secara khusus bertujuan mendapatkan gambaran menyeluruh tentang potensi produk unggulan yang terdapat di Kota Salatiga, sehingga dapat memberikan panduan bagi instansi terkait untuk memaksimalkan potensi ekonomi lokal untuk bersaing dipasar nasional dan internasional. Adapun secara umum kajian ini bertujuan: 1) Menggali seluruh potensi ekonomi Kota Salatiga, 2) Menetapkan sektor unggulan dan produk unggulan Kota Salatiga, serta 3) Merumuskan strategi peningkatan dan pengembangan sektor dan produk unggulan Kota Salatiga.

TINJAUAN TEORITIS

Sektor Unggulan Daerah

Sektor unggulan biasanya berkaitan dengan suatu perbandingan, baik itu perbandingan berskala regional, nasional maupun internasional. Pada lingkup internasional, suatu sektor dikatakan unggulan jika sektor tersebut mampu bersaing dengan sektor yang sama dengan negara lain. Sedangkan pada lingkup nasional, suatu sektor dapat dikategorikan sebagai sektor unggulan apabila sektor di wilayah tertentu mampu bersaing dengan sektor yang sama yang dihasilkan oleh wilayah lain, baik di pasar nasional ataupun domestik (Tambunan, 2001:83). Suatu daerah akan mempunyai sektor unggulan apabila daerah tersebut dapat memenangkan persaingan pada sektor yang sama dengan daerah lain sehingga dapat menghasilkan ekspor (Suyatno, 2000:144-159).

Sektor unggulan menurut Tumenggung (1996:43) adalah sektor yang memiliki keunggulan komperatif dan keunggulan kompetitif dengan produk sektor sejenis dari daerah lain serta memberikan nilai manfaat yang besar. Sektor unggulan juga memberikan nilai tambah dan produksi yang besar, memiliki *multiplier effect* yang besar terhadap perekonomian lain, serta memiliki permintaan yang tinggi baik pasar lokal maupun pasar ekspor (Mawardi, 1997:10). Sektor unggulan dipastikan memiliki potensi lebih besar untuk tumbuh lebih cepat dibandingkan sektor lainnya dalam suatu daerah terutama adanya faktor pendukung terhadap sektor unggulan tersebut yaitu akumulasi modal, pertumbuhan tenaga kerja yang terserap, dan kemajuan

teknologi (*technological progress*). Penciptaan peluang investasi juga dapat dilakukan dengan memberdayakan potensi sektor unggulan yang dimiliki oleh daerah yang bersangkutan (Arifin & Rachbini, 2001:67).

Sektor unggulan di suatu daerah (wilayah) berhubungan erat dengan data PDRB dari daerah bersangkutan. Karena di dalam PDRB terkandung informasi yang sangat penting diantaranya untuk melihat output sektor ekonomi (kontribusi masing-masing sektor) dan tingkat pertumbuhan dalam suatu daerah baik daerah provinsi maupun kabupaten/kota.

Kriteria Penentuan Sektor Unggulan

Penentuan sektor unggulan menjadi hal yang penting sebagai dasar perencanaan pembangunan daerah sesuai era otonomi daerah saat ini, dimana daerah memiliki kesempatan serta kewenangan untuk membuat kebijakan yang sesuai dengan potensi daerah demi mempercepat pembangunan ekonomi daerah. Adapun kriteria sektor unggulan menurut Sambodo dalam Usya (2006:15) yaitu: pertama sektor unggulan memiliki laju pertumbuhan ekonomi yang tinggi, kedua sektor unggulan memiliki angka penyerapan tenaga kerja yang relatif besar, ketiga sektor unggulan memiliki keterkaitan antara sektor yang tinggi baik ke depan maupun ke belakang, dan keempat sektor yang mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi.

Menurut Arifin & Rachbini (2001:45) ada empat syarat agar suatu sektor tertentu menjadi sektor prioritas, yaitu :

1. Sektor tersebut harus menghasilkan produk yang mempunyai permintaan yang cukup besar sehingga laju pertumbuhan berkembang cepat akibat dari efek permintaan tersebut.
2. Karena ada perubahan teknologi yang teradopsi secara kreatif maka fungsi produksi baru bergeser dengan pengembangan kapasitas yang lebih luas.
3. Harus terjadi peningkatan investasi kembali dari hasil-hasil produksi sektor yang menjadi prioritas tersebut, baik swasta maupun pemerintah.
4. Sektor tersebut harus berkembang sehingga mampu memberi pengaruh terhadap sektor-sektor lainnya.

Menurut Ambardi dan Prihawantoro (2002:29), kriteria komoditas unggulan suatu daerah, diantaranya:

1. Komoditas unggulan harus mampu menjadi penggerak utama pembangunan perekonomian. Artinya, komoditas unggulan dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada peningkatan produksi, pendapatan, maupun pengeluaran.
2. Komoditas unggulan mempunyai keterkaitan ke depan dan ke belakang yang kuat, baik sesama komoditas unggulan maupun komoditas lainnya.
3. Komoditas unggulan mampu bersaing dengan produk sejenis dari wilayah lain di pasar nasional dan pasar internasional, baik dalam harga produk, biaya produksi, kualitas pelayanan, maupun aspek-aspek lainnya.
4. Komoditas unggulan daerah memiliki keterkaitan dengan daerah lain, baik dalam hal pasar (konsumen) maupun pemasokan bahan baku (jika bahan baku di daerah sendiri tidak mencukupi atau tidak tersedia sama sekali).

5. Komoditas unggulan memiliki status teknologi yang terus meningkat, terutama melalui inovasi teknologi.
6. Komoditas unggulan mampu menyerap tenaga kerja berkualitas secara optimal sesuai dengan skala produksinya.
7. Komoditas unggulan bisa bertahan dalam jangka waktu tertentu, mulai dari fase kelahiran, pertumbuhan, puncak hingga penurunan. Di saat komoditas unggulan yang satu memasuki tahap penurunan, maka komoditas unggulan lainnya harus mampu menggantikannya.
8. Komoditas unggulan tidak rentan terhadap gejolak eksternal dan internal.
9. Pengembangan komoditas unggulan harus mendapatkan berbagai bentuk dukungan. Misalnya, dukungan keamanan, sosial, budaya, informasi dan peluang pasar, kelembagaan, fasilitas insentif/disinsentif, dan lain-lain.
10. Pengembangan komoditas unggulan berorientasi pada kelestarian sumber daya dan lingkungan.

Produk Unggulan Daerah

Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan suatu barang atau jasa yang dimiliki dan dikuasai oleh suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan teknis (bahan baku dan pasar), talenta masyarakat dan kelembagaan (penguasaan teknologi, kemampuan sumberdaya manusia, dukungan infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat) yang berkembang di lokasi tertentu. Pengembangan ekonomi lokal merupakan proses membangun dialog dan kemitraan aksi para pihak yang meliputi pemerintah daerah, para pengusaha, dan organisasi-organisasi masyarakat lokal. Pilar-pilar pokok strateginya adalah meningkatkan daya tarik, daya tahan, dan daya saing ekonomi lokal. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan pertumbuhan yang tinggi dan pembangunan berkelanjutan yang bermanfaat bagi semua pihak di daerah dalam rangka meningkatkan kesempatan kerja baru, peningkatan dan pengurangan kemiskinan secara signifikan.

Konsep tentang potensi unggulan daerah sudah lama muncul dan banyak dilakukan oleh pemerintah daerah dengan tujuan untuk lebih menggali potensi daerah sekaligus mengoptimalkan seluruh potensi yang ada, sehingga tidak jarang beberapa kabupaten/kota memiliki beberapa potensi unggulan. Pemerintah daerah akan senantiasa menampilkan ciri khas dan keunggulan yang tidak dimiliki oleh kabupaten/ kota yang lain. Pengembangan produk unggulan daerah diharapkan mampu membangun citra positif sebuah kabupaten/kota sehingga perlahan-lahan dapat menjadi ikon/symbol daerah dan secara tidak langsung dapat mempromosikan keunggulan-keunggulan lain yang belum terekspos. Produk unggulan daerah dapat dihasilkan melalui serangkaian proses mulai dari penciptaan nilai, pemanfaatan seluruh potensi sumber daya secara optimal, menghasilkan nilai lebih bagi peningkatan perekonomian daerah dan masyarakat serta memiliki peluang yang luas terhadap masuknya investasi dari luar daerah. Proses penciptaan produk unggulan daerah dapat dimulai dengan melakukan identifikasi produk-produk yang berasal dari sektor usaha kecil dan menengah sehingga hal ini dapat menjadi sebuah upaya untuk mengembangkan sumber daya lokal dan optimalisasi seluruh potensi daerah.

Sebuah produk dapat dikatakan unggulan jika memiliki daya saing yang tinggi di pasaran dan harus memiliki banyak keunggulan yang menyebabkan perbedaan dengan produk lainnya. Produk unggulan daerah adalah unggulan daerah yang memiliki ciri khas dan keunikan yang tidak dimiliki daerah lain serta berdaya saing handal dan dapat memberikan peluang kesempatan kerja kepada masyarakat lokal (Ahmadjayadi, 2011). Produk unggulan apapun yang ada tentunya diperlukan pengelolaan dan pengembangan serta pemasaran yang sinergis. Agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumberdaya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkal produk pesaing di pasar domestik dan /atau menembus pasar ekspor (Sudarsono, 2001). Produk unggulan adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan SDA dan SDM lokal yang berorientasi pasar dan ramah lingkungan, sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global (Kementerian Koperasi &UKM). Produk Unggulan atau Komoditi unggulan:

1. Mempunyai daya saing yang tinggi di pasaran (keunikan/ciri spesifik, kualitas bagus, harga murah);
2. Memanfaatkan potensi sumber daya lokal yang potensial dapat dikembangkan;
3. Mempunyai nilai tambah tinggi bagi masyarakat perdesaan;
4. Secara ekonomi menguntungkan dan bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan kemampuan sumberdaya manusia;
5. Layak didukung oleh modal bantuan atau kredit.

METODE PENELITIAN

Teknik Analisis

Dalam kajian ini menggunakan Analisis UAP (unggulan, Andalan dan Potensial). Kriteria yang digunakan dalam penentuan produk unggulan, andalan dan potensial daerah adalah:

1. Bahan Baku

Bahan baku diberi bobot sebesar 40, untuk pembobotan bahan baku ini dibagi dalam dua kelompok yaitu asal bahan baku (bobot 20) dan kuantitas bahan baku (bobot 20).

2. Asal Bahan Baku

Asal bahan baku diberi bobot sebesar 20. Bahan baku berasal dari lokal (skor 10). Bahan baku yang berasal dari lokal dan daerah lain di sekitar wilayah Jawa Tengah (skor 5), Bahan baku yang berasal dari lokal dan daerah lain di wilayah Indonesia/nasional (skor 3). Bahan baku Impor (skor 2).

3. Ketersediaan Bahan Baku

Ketersediaan bahan baku diberi bobot 20. Penentuan skoring bahan baku berdasarkan jumlah ketersediaannya dibagi dalam 4 (empat) strata/kategori.

- a. Tidak ada (skor 0): apabila bahan baku yang digunakan dalam proses produksi tidak tersedia.

- b. Kurang (skor 3): apabila ketersediaan bahan baku tidak mampu (kurang) mencukupi kebutuhan akan bahan baku tersebut.
 - c. Cukup (skor 7): apabila jumlah ketersediaan bahan baku sesuai dengan tingkat permintaan terhadap bahan baku tersebut.
 - d. Banyak (skor 10): apabila jumlah ketersediaan bahan baku sedikit melebihi kebutuhan bahan baku tersebut.
4. Aspek Tenaga Kerja
- Aspek tenaga kerja yaitu kemampuan unit usaha produksi dari setiap jenis komoditas daerah untuk mempekerjakan tenaga kerja terutama tenaga kerja asli daerah (pekerja lokal). Aspek tenaga kerja diberi bobot penilaian sebesar 20. Semakin banyak tenaga kerja yang diserap untuk menghasilkan suatu produk, skornya akan semakin tinggi pula. Aspek tenaga kerja ini dilihat dari jumlah kelompok. Penentuan skor ini dilakukan dengan metode interval yang dibagi dalam 4 strata.
5. Aspek Pemasaran/jangkauan pasar
- Yaitu keluasan jumlah dan wilayah pemasaran suatu komoditas. Jangkauan pasar diberi bobot 20 dan dibagi dalam lima strata yaitu, lokal (skor 1), regional (skor 2), nasional (skor 3), ekspor (skor 4), ekspor dan lokal (skor 10).
6. Aspek Omset/pemasaran
- Dari aspek ini dapat untuk mengetahui potensi dana yang dapat dihasilkan oleh suatu komoditas. Aspek omset mendapat bobot tertinggi yaitu 20. Aspek omset dibagi dalam 5 (lima) strata dengan penetapan skoringnya dilakukan dengan metode interval. Semakin tinggi omset suatu produk, akan mendapat skor atau nilai tinggi pula, demikian sebaliknya.

Penentuan komoditas unggulan, andalan dan potensial dengan penentuan skor sebagai berikut:

- 1. Unggulan : > 481
- 2. Andalan : $281 - 480$
- 3. Potensial : ≤ 280

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dimana sumber data yang diperlukan berasal dari :

- 1. Dinas/ Instansi Daerah yang menangani UMKM Kota Salatiga.
- 2. Pelaku usaha UMKM
- 3. Bappeda Kota Salatiga

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kriteria yang digunakan dalam penentuan produk unggulan, andalan dan potensial daerah adalah:

- 1. Bahan baku (40%)
 - a. Asal bahan baku (20%)
 - 1) Lokal (10)

- 2) Lokal dan daerah Jateng (5)
- 3) Lokal dan daerah Indonesia (3)
- 4) Impor (2)
- b. Ketersediaan (20%)
 - 1) Tidak ada (0)
 - 2) Kurang (3)
 - 3) Cukup (7)
 - 4) Banyak (10)
- 2. Tenaga Kerja (20%)
 - a. Tidak ada (1)
 - b. Sedikit (2)
 - c. Cukup (3)
 - d. Banyak (4)
- 3. Pemasaran (20%)
 - a. Lokal (1)
 - b. Regional (2)
 - c. Nasional (3)
 - d. Ekspor (4)
 - e. Lokal ekspor (5)
- 4. Omzet (20%)
 - a. Sedikit (1)
 - b. Cukup (2)
 - c. Cukup tinggi (3)
 - d. Tinggi (4)
 - e. Sangat tinggi (5)

Penentuan komoditas unggulan, andalan dan potensial dengan penentuan skor sebagai berikut:

- 1. Unggulan : ≥ 481
- 2. Andalan : 281 - 480
- 3. Potensial : < 280

Adapun hasil perhitungan dengan menggunakan Analisis UAP (unggulan, Andalan dan Potensial), UMKM yang bisa menjadi unggulan di Kota Salatiga :

- 1. Bidang Usaha Makanan
- 2. Bidang Usaha Laundry
- 3. Bidang Usaha Konveksi
- 4. Bidang Usaha makanan olahan
- 5. Bidang Usaha minuman
- 6. Bidang Usaha aneka snack
- 7. Bidang Usaha kuliner
- 8. Bidang Usaha catering

9. Bidang Usaha pertanian

10. Bidang Usaha jasa

Sedangkan hasil analisis produk UMKM yang ada di Kota Salatiga yang termasuk produk unggulan adalah :

Tabel 1

Hasil Analisis Produk UMKM & EKRAF Yang Termasuk Unggulan di Kota Salatiga

NO	PRODUK	KECAMATAN	ALAMAT
1	Singkong Keju D-9	Argomulyo	Jl. Argowiyoto No.8A, Ledok, Kec. Argomulyo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50732
2	Kripik Paru	Tingkir	Jl. Karang Rejo No.30, Gendongan, Kec. Tingkir, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50743
3	Enting-enting Agung Echo	Gepuk Sidorejo	Jl. Kartini No.20, RW.3, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50711
4	Enting-enting Pohon Kelapa	Gepuk 2 Tingkir	Jl. Tirtoyoso No.18/56, Kutowinangun Kidul, Kec. Tingkir, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50743
5	Enting-enting Holo & Klentheng	Gepuk 2 Tingkir	Jl. Kalibodri No.37, Kutowinangun Kidul, Kec. Tingkir, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50742
6	Enting-enting Mahal	Gepuk Taj Sidomukti	Jl. Janoko RT 01 RW 02, dukuh, Kec. Sidomukti, Kota Salatiga 50722
7	Enting-enting Gedung Batu	Gepuk Argomulyo	Jl. Karangkepoh RT 01 / RW 02 No. 17B, Tegalrejo, Kec. Argomulyo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50733
8	Minuman Beras dan Beras Hitam	Merah Argomulyo	Kel. Ledok, Kec. Argomulyo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50732
9	Batik Plumpungan	Sidorejo	Purisyatya Permai IV / 5 Sidorejo Lor, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50714
10	Batik Selotigo	Sidorejo	Jl. Patimura, Watu Rumpuk, Pabelan, Kauman Kidul, Kec. Sidorejo, Semarang, Jawa Tengah 50712
11	Stasiun Edukasi	Sidomukti	Jl. Imam Bonjol No.160, Rt.03 / 01, Kecandran, Kec. Sidomukti, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50723
12	Kerajinan ban bekas "Sapu Upcycle"	Argomulyo	Jl. Kenanga, Randuacir, Kec. Argomulyo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50735
13	Clay Craft Tepung	Sidorejo	Jl. Menur No.4, Sidorejo Lor, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50714

Berdasarkan Tabel 1, dapat dijelaskan produk unggulan UMKM berdasarkan Kecamatan, yaitu:

1. Kecamatan Argomulyo memiliki 4 produk unggulan UMKM yaitu: Singkong Keju D-9, Enting-enting Gepuk Gedung Batu, Minuman Beras Merah dan Beras Hitam, Kerajinan ban bekas "Sapu Upcycle"
2. Kecamatan Tingkir memiliki 3 produk unggulan UMKM yaitu : Kripik Paru, Enting-enting Gepuk 2 Pohon Kelapa, Enting-enting Gepuk 2 Holo & Klentheng.
3. Kecamatan Sidomukti memiliki 1 produk unggulan UMKM yaitu stasiun edukasi.

4. Kecamatan Sidorejo memiliki 4 produk unggulan UMKM yaitu: Enting-enting Gepuk Agung Echo, Batik Plumpungan, Batik Selotigo, Clay Craft Tepung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Produk unggulan UMKM sejumlah 12 berdasarkan Kecamatan, yaitu:

1. Kecamatan Argomulyo memiliki 4 produk unggulan UMKM yaitu: Singkong Keju D-9, Enting-enting Gepuk Gedung Batu, Minuman Beras Merah dan Beras Hitam, Kerajinan ban bekas "Sapu Upcycle"
2. Kecamatan Tingkir memiliki 3 produk unggulan UMKM yaitu : Kripik Paru, Enting-enting Gepuk 2 Pohon Kelapa, Enting-enting Gepuk 2 Holo & Klentheng.
3. Kecamatan Sidomukti memiliki 1 produk unggulan UMKM yaitu stasiun edukasi.
4. Kecamatan Sidorejo memiliki 4 produk unggulan UMKM yaitu: Enting-enting Gepuk Agung Echo, Batik Plumpungan, Batik Selotigo, Clay Craft Tepung.

Saran

Beberapa saran terkait dari hasil penelitian ini adalah :

1. Mengembangkan produk unggulan daerah, untuk bidang makanan olahan dan kuliner.
2. Pengembangan sarana pemasaran produk UMKM
 - a. Pendampingan Pemasaran lewat media social.
 - b. Pendampingan pemasaran lewat pameran di tingkat regional, Nasional dan Internasional.
3. Pembuatan tempat display sarana pameran UMKM di Kota Salatiga, yang menjadi tempat pameran dan pemasaran, sehingga bisa menjadi destinasi wisata oleh-oleh.
4. Penyelenggaraan Promosi Produk UMKM.
 - a. Kegiatan secara periodik pameran produk UMKM (setahun sekali/6 bulan sekali).
 - b. Adanya *product branding* unggulan UMKM Kota Salatiga
 - c. Pembangunan patung produk UMKM di tempat-tempat strategis Kota Salatiga, misal singkong, entig-enting dll.
5. Pengembangan Kebijakan dan Program Peningkatan Ekonomi Lokal.
 - a. Pembinaan produk unggulan berbahan baku lokal Salatiga, yang khas Salatiga. Misal : singkong keju, enting-nting gepuk, dendeng sapi dll.
 - b. Bantuan modal dan teknologi bagi pelaku usaha ekonomi lokal.
6. Pembangunan Gedung Pusat Pengembangan UMKM.
7. Pendataan dan Pembuatan Profil UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Endi, R., Suparta, I. W., & Husaini, M. (2015). Analisis Sektor Unggulan Dan Pengembangan Wilayah Di Kota Bandar Lampung 2000-2012. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol.4 No.1*, Hal: 107-134.

Jhingan, ML. 2000. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
Kusdiana, D, & Gunadi, A (2014) Pengembangan Produk Unggulan UMKM Kabupaten Sukabumi,
Trikonomika Vol.13 No 2, Hal 153-171

Peraturan Menteri Dalam Negeri No 9 Tahun 2014 Tentang Pedoman Pengembangan Produk
Unggulan Daerah

Sjafrizal. (2008). *Ekonomi Regional, Teori dan Aplikasi*. Padang: Baduouse Media, Cetakan Pertama,
Padang

Sukesti, Fatmawati dan Setia Iriyanto, (2011). Pengembangan UMKM Meningkatkan Komoditas
Unggulan Ekspor UKM Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Daerah (Studi Pada UKM
Jateng), Seminar Nasional Ilmu Ekonomi Terapan Fakultas Ekonomi UNIMUS, 2011