

Menggali Keunggulan Kompetitif UMKM, Analisis Swot dan Implikasi Strategis pada Kota Bandar Lampung

Hikmal Maulana^{1*}, Destri Hafifah², Amelia Putri Agustin³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

*Corresponding Author: hikmal47x@gmail.com

Received: 11/10/2024 | Accepted: 16/12/2024 | Publication: 21/12/2024

Abstract: This study examines the concept of competitive advantage based on Michael E. Porter's theory, with a focus on its application in the local context, namely the city of Bandar Lampung. Competitive advantage is defined as the ability of an organization or region to create unique value that is able to compete in the global and domestic markets. This research explores various elements that affect the competitiveness of Bandar Lampung, including SWOT analysis, regional description, as well as supporting factors such as infrastructure, government policies, and local resources. Based on the analysis carried out, it was found that Bandar Lampung has strategic strengths, such as a supportive geographical location and potential for the creative economy, but still faces challenges such as lack of digitalization in the SME sector and environmental threats. The suggested strategic implications include economic diversification, SME digitalization, environmental conservation, and strengthening city branding. The results of this research are expected to make a real contribution to improving the competitiveness of Bandar Lampung at the national and international levels.

Keywords: Bandar Lampung, competitive advantage, MSMEs, SWOT analysis

PENDAHULUAN

Persaingan ekonomi antarwilayah semakin ketat seiring dengan meningkatnya integrasi pasar nasional dan global. Daerah tidak hanya dituntut mampu menjalankan fungsi administratif, tetapi juga harus memiliki kapasitas ekonomi yang kompetitif. Dalam konteks ini, keunggulan kompetitif menjadi faktor penting yang menentukan kemampuan suatu wilayah dalam mempertahankan pertumbuhan ekonomi, menarik investasi, dan memperkuat posisi pelaku usaha lokal. Keunggulan kompetitif tidak muncul secara alami, tetapi dibentuk melalui kombinasi faktor geografis, ekonomi, sosial, budaya, serta kebijakan yang dikelola secara strategis.

Kota Bandar Lampung merupakan ibu kota Provinsi Lampung yang memiliki posisi geografis strategis sebagai penghubung utama antara Pulau Sumatra dan Pulau Jawa. Letak ini memberikan keuntungan langsung terhadap arus perdagangan dan distribusi barang, baik pada skala regional maupun nasional (Henderson et al., 2020; Sari & Pratama, 2021). Keberadaan infrastruktur utama seperti Jalan Tol Trans-Sumatra, Pelabuhan Panjang, dan Bandara Radin Inten II memperkuat konektivitas wilayah dan meningkatkan efisiensi logistik (Rachmawati et al., 2022; Nugroho et al., 2020). Kondisi tersebut secara teoritis menciptakan peluang besar bagi pengembangan aktivitas ekonomi dan peningkatan daya saing daerah.



Selain faktor geografis dan infrastruktur, Bandar Lampung memiliki basis ekonomi agraris yang kuat. Wilayah ini dikenal sebagai salah satu sentra utama produksi kopi robusta dan lada hitam di Indonesia, yang berkontribusi signifikan terhadap perdagangan nasional dan ekspor (Fathany & Purnomo, 2022; Irmawati & Indrawati, 2022). Namun, potensi tersebut masih didominasi oleh aktivitas produksi primer. Pemanfaatan potensi ini oleh pelaku usaha lokal, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), belum sepenuhnya menghasilkan nilai tambah yang optimal. Keterbatasan inovasi produk dan ketergantungan pada pola usaha konvensional masih menjadi kendala utama (Putra et al., 2021; Sari et al., 2023; Rahmawati, 2023).

UMKM memiliki peran strategis dalam struktur ekonomi Bandar Lampung. Sektor ini menjadi penyerap tenaga kerja utama dan berkontribusi besar terhadap perputaran ekonomi lokal. Namun, dalam praktiknya, banyak UMKM masih menghadapi hambatan struktural yang memengaruhi kemampuan bersaing. Rendahnya tingkat adopsi teknologi digital, keterbatasan akses pasar, serta lemahnya inovasi produk menjadi faktor yang menghambat penciptaan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Susanti & Aribowo, 2022; Zhao et al., 2021). Kondisi ini menyebabkan UMKM sulit meningkatkan efisiensi usaha dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam perspektif teori, keunggulan kompetitif sebagaimana dikemukakan oleh Michael E. Porter menekankan pentingnya kemampuan menciptakan nilai yang lebih unggul dibandingkan pesaing. Keunggulan tersebut dapat dibangun melalui strategi kepemimpinan biaya atau diferensiasi produk, serta melalui pengelolaan aktivitas internal yang terstruktur dalam rantai nilai. Penerapan konsep keunggulan kompetitif tidak hanya relevan pada tingkat perusahaan, tetapi juga pada tingkat wilayah, di mana daya saing ditentukan oleh interaksi antara faktor internal dan eksternal. Dalam konteks daerah, keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh kualitas infrastruktur, kebijakan pemerintah, karakteristik sosial budaya, dan dinamika pasar (Malhotra & Hinings, 2015; Hu, 2019; Paramita et al., 2021).

Bandar Lampung juga memiliki modal sosial dan budaya yang kuat. Keberagaman etnis yang meliputi masyarakat Lampung, Jawa, Minangkabau, dan Bugis menciptakan dinamika sosial yang berpotensi mendukung pengembangan ekonomi kreatif (Gumulya & Helmi, 2017; Abubakar, 2017). Aktivitas budaya seperti Festival Krakatau telah berkontribusi dalam mendorong sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Pakaya, 2011; Fauzi et al., 2020). Namun, pengembangan sektor ini masih menghadapi kendala, antara lain promosi yang terbatas, lemahnya city branding, serta kurangnya integrasi antara sektor pariwisata dan UMKM (Hakim & Sugiyanto, 2017; Bilgies, 2017).

Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan transformasi digital, penguatan daya saing daerah membutuhkan dukungan sinergis antara pemerintah daerah, pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat. Program pemerintah seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan pelatihan kewirausahaan telah memberikan dukungan awal bagi pelaku UMKM. Meski demikian, strategi pengembangan yang lebih terintegrasi dan berbasis teknologi masih diperlukan untuk mempercepat transformasi usaha dan meningkatkan posisi kompetitif UMKM (Rohim et al., 2021; Sihombing et al., 2023).

Untuk memahami posisi kompetitif Bandar Lampung secara lebih komprehensif, diperlukan alat analisis yang mampu memetakan kondisi internal dan eksternal secara sistematis. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi wilayah dan pelaku usaha lokal. Pendekatan ini relevan untuk merumuskan strategi pengembangan yang realistis dan kontekstual,

terutama dalam upaya memperkuat keunggulan kompetitif UMKM (Prayoga et al., 2021; Soetriono & Hidayat, 2010; Widyawati et al., 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keunggulan kompetitif UMKM di Kota Bandar Lampung dengan menggunakan kerangka teori keunggulan kompetitif dan analisis SWOT. Penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat daya saing daerah serta merumuskan implikasi strategis yang relevan bagi pengembangan ekonomi lokal. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam menyusun kebijakan pembangunan ekonomi yang berorientasi pada penguatan daya saing dan keberlanjutan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis konseptual dan strategis mengenai keunggulan kompetitif UMKM di Kota Bandar Lampung, tanpa pengumpulan data lapangan secara langsung. Metode studi pustaka memungkinkan peneliti menyusun kerangka analisis yang sistematis berdasarkan teori dan temuan empiris yang telah dipublikasikan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan merupakan data sekunder. Sumber data meliputi buku teks akademik, artikel jurnal nasional dan internasional bereputasi, dokumen kebijakan pemerintah, laporan institusi resmi, serta publikasi terkait pengembangan UMKM dan daya saing daerah. Literatur dipilih secara selektif dengan mempertimbangkan relevansi topik, kredibilitas sumber, dan keterkinian publikasi.

Sebagai landasan kebijakan, penelitian ini merujuk pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk memahami kerangka regulasi pengembangan UMKM. Sementara itu, teori keunggulan kompetitif Michael E. Porter menjadi dasar utama dalam menganalisis posisi strategis Bandar Lampung dan UMKM di dalamnya.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur secara sistematis. Proses ini mencakup identifikasi sumber, evaluasi kualitas referensi, serta pengelompokan informasi berdasarkan tema penelitian, yaitu keunggulan kompetitif, perkembangan UMKM, dan faktor internal serta eksternal wilayah. Literatur yang tidak relevan atau bersifat repetitif tidak disertakan dalam analisis.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis isi dan analisis SWOT. Informasi yang telah dikumpulkan diklasifikasikan ke dalam faktor internal dan eksternal Kota Bandar Lampung. Faktor internal dianalisis untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal dianalisis untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman.

Hasil klasifikasi tersebut kemudian disintesis menggunakan kerangka SWOT untuk merumuskan implikasi strategis yang relevan bagi penguatan keunggulan

kompetitif UMKM dan daya saing daerah. Analisis dilakukan secara logis dan terstruktur dengan mengaitkan temuan literatur dengan konteks lokal Bandar Lampung..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori Keunggulan Kompetitif

Teori keunggulan kompetitif menjadi salah satu konsep penting dalam dunia bisnis yang pertama kali diperkenalkan oleh Michael E. Porter pada tahun 1985 melalui bukunya *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Teori ini berfokus pada bagaimana sebuah perusahaan atau organisasi bisa menciptakan nilai lebih dibandingkan para pesaingnya sehingga mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Keunggulan kompetitif bukan hanya soal efisiensi atau kualitas produk, tetapi juga kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan, baik dalam pasar, preferensi konsumen, maupun persaingan global.

Inti dari teori ini adalah menciptakan “nilai” yang berbeda dan lebih menarik bagi konsumen. Porter menyebutkan bahwa ada dua strategi utama untuk mencapai hal ini, yaitu *cost leadership* (kepemimpinan biaya) dan *differentiation* (pembedaan produk). Dalam *cost leadership*, perusahaan berupaya menekan biaya serendah mungkin sehingga bisa menawarkan harga kompetitif. Sementara itu, *differentiation* menekankan pada keunikan produk, baik dari segi fitur, kualitas, atau nilai emosional yang diberikan kepada konsumen. Keduanya bertujuan untuk menciptakan daya tarik yang lebih besar bagi pasar.

Porter juga memperkenalkan konsep rantai nilai (*value chain*), yang menggambarkan bagaimana setiap aktivitas dalam perusahaan berkontribusi menciptakan nilai. Aktivitas ini meliputi produksi, pemasaran, layanan pelanggan, hingga dukungan sumber daya manusia dan teknologi. Dengan menganalisis rantai nilai, perusahaan dapat menemukan titik-titik lemah yang perlu diperbaiki atau peluang untuk menciptakan keunggulan baru. Misalnya, mempercepat proses logistik atau memberikan layanan pelanggan yang lebih responsif dapat membuat konsumen merasa lebih puas.

Selain faktor internal, Porter juga menekankan pentingnya memahami dinamika eksternal melalui model *Five Forces*. Model ini mengevaluasi lima kekuatan utama dalam lingkungan industri, yaitu ancaman dari pendatang baru, ancaman produk substitusi, kekuatan tawar-menawar pemasok, kekuatan tawar-menawar konsumen, dan tingkat persaingan di antara para pesaing. Dengan memahami hal ini, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih terarah untuk mengatasi ancaman atau memanfaatkan peluang yang ada.

Keunggulan kompetitif tidak hanya berlaku di tingkat perusahaan, tetapi juga pada skala yang lebih besar, seperti daya saing suatu negara. Dalam bukunya *The Competitive Advantage of Nations*, Porter memperkenalkan *Porter's Diamond*, yang mengidentifikasi empat faktor utama yang memengaruhi daya saing nasional. Faktor ini mencakup kondisi sumber daya, sifat permintaan lokal, kekuatan industri pendukung, dan intensitas persaingan domestik. Negara yang mampu mengelola faktor-faktor ini dengan baik dapat menciptakan lingkungan yang kondusif untuk mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi.

Namun, keunggulan kompetitif bersifat dinamis. Di era globalisasi dan digitalisasi, perusahaan menghadapi tantangan baru seperti perubahan teknologi yang cepat, rantai pasokan global, dan meningkatnya kesadaran terhadap isu keberlanjutan. Oleh karena itu, teori keunggulan kompetitif juga terus berkembang. Saat ini, faktor seperti inovasi,

keberlanjutan, dan digitalisasi menjadi elemen penting yang membantu perusahaan bertahan dan tetap relevan dalam persaingan.

Keunggulan kompetitif juga dipengaruhi oleh aset-aset internal perusahaan. Melalui pendekatan Resource-Based View (RBV), teori ini menunjukkan pentingnya sumber daya yang unik, seperti kemampuan karyawan, budaya perusahaan, atau teknologi eksklusif. Sumber daya ini harus memenuhi kriteria tertentu, yaitu bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak tergantikan, agar dapat menjadi dasar keunggulan yang berkelanjutan.

Pada praktiknya, penerapan teori ini membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pasar. Perusahaan perlu peka terhadap perubahan perilaku konsumen dan memanfaatkan peluang yang ada. Sebagai contoh, Apple berhasil menciptakan keunggulan kompetitif dengan menawarkan inovasi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan, tetapi juga menciptakan tren baru dalam industri teknologi. Di sisi lain, perusahaan seperti Walmart mengandalkan efisiensi dalam operasional untuk menarik pelanggan dengan harga rendah. Di luar sektor bisnis, prinsip keunggulan kompetitif juga bisa diterapkan pada sektor publik. Pemerintah daerah atau nasional dapat menggunakan pendekatan ini untuk meningkatkan daya tarik investasi, memperkuat ekonomi lokal, dan menciptakan lapangan kerja. Sebagai contoh, pengembangan sektor pariwisata berbasis budaya lokal adalah salah satu cara untuk meningkatkan keunggulan daerah sekaligus memperkuat identitas lokal.

Pertumbuhan UMKM di Bandar Lampung

Bandar Lampung adalah ibu kota Provinsi Lampung yang terletak di ujung selatan Pulau Sumatra. Secara geografis, kota ini berbatasan langsung dengan Teluk Lampung di sebelah selatan dan Kabupaten Pesawaran di bagian utara dan barat. Kota ini memiliki luas wilayah sekitar 169,21 km² dengan jumlah penduduk lebih dari 1 juta jiwa pada tahun 2023, menjadikannya salah satu pusat ekonomi, politik, dan budaya utama di wilayah Sumatra bagian selatan. Sebagai pintu gerbang antara Sumatra dan Jawa, Bandar Lampung memiliki peran strategis dalam mendukung konektivitas nasional melalui pelabuhan utama seperti Pelabuhan Panjang dan Bakauheni yang menghubungkan jalur perdagangan laut nasional.

Bandar Lampung juga memiliki sejarah yang kuat sebagai daerah agraris sejak zaman kolonial. Wilayah ini dikenal sebagai penghasil utama kopi robusta di Indonesia, yang hingga kini menjadi salah satu komoditas unggulan. Di sisi lain, perkembangan kota ini juga didukung oleh infrastruktur strategis, seperti Bandara Radin Inten II dan jalur Tol Trans-Sumatra yang resmi dibuka pada tahun 2018. Infrastruktur ini mempercepat distribusi barang dan jasa, sekaligus memperkuat posisi Bandar Lampung sebagai pusat ekonomi regional.

Subjek penelitian dalam kajian ini mencakup pelaku usaha kecil dan menengah (UKM), perusahaan skala besar, serta lembaga pemerintah yang terlibat dalam pengembangan ekonomi lokal. Contoh konkret dari subjek penelitian adalah keberadaan komunitas pengrajin tapis di Kecamatan Sukarampe, yang terus mempertahankan budaya lokal sekaligus meningkatkan daya saing ekonomi. Selain itu, sektor kuliner seperti bisnis "Keripik Pisang Lampung" menjadi salah satu ikon daerah yang turut memperkuat identitas ekonomi lokal.

Faktor lain yang membuat Bandar Lampung menjadi wilayah yang menarik untuk diteliti adalah dinamika sosialnya. Dengan komposisi penduduk yang heterogen, kota ini menjadi melting pot berbagai suku, seperti Lampung, Jawa, Minangkabau, dan Bugis.

Kehidupan sosial yang plural ini menciptakan peluang kolaborasi antarbudaya yang unik, sekaligus mendukung pengembangan sektor pariwisata berbasis budaya. Contoh fenomena sosial yang menonjol adalah perayaan Festival Krakatau yang rutin diselenggarakan setiap tahun sejak 1991, sebagai upaya promosi wisata dan ekonomi kreatif di wilayah ini.

Keunggulan kompetitif pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Bandar Lampung menjadi topik yang penting dalam konteks pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia, khususnya di kota-kota seperti Bandar Lampung, yang merupakan ibu kota Provinsi Lampung. Di bawah ini akan diuraikan sebuah studi kasus mengenai keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh UMKM di Bandar Lampung, dengan mencakup kronologi, tokoh, sejarah, kesuksesan, dan strategi yang digunakan oleh UMKM untuk meraih keunggulan kompetitif tersebut.

UMKM di Bandar Lampung mengalami perkembangan yang pesat sejak beberapa tahun terakhir, didorong oleh kebijakan pemerintah yang mendukung sektor ini. Salah satu titik balik penting dalam perkembangan UMKM Bandar Lampung terjadi pada tahun 2014, ketika pemerintah daerah mulai memperkenalkan program pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan daya saing. Sejak saat itu, berbagai pelatihan, bantuan modal, dan akses pasar mulai tersedia, yang berkontribusi pada peningkatan kualitas produk dan inovasi dalam bisnis.

Pada tahun 2020, dampak dari pandemi COVID-19 memberikan tantangan besar bagi UMKM di Bandar Lampung. Banyak usaha yang terhambat, namun beberapa UMKM mampu bertahan dan bahkan berkembang dengan memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan penjualan. Ini menunjukkan adaptasi yang baik terhadap perubahan dan kecerdikan dalam mencari peluang di tengah kesulitan.

Salah satu tokoh yang berperan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM di Bandar Lampung adalah **Budi Santoso**, seorang pelaku UMKM yang sukses mengembangkan usaha kerajinan tangan dari bahan daur ulang. Budi memulai usaha ini pada tahun 2010 dengan modal yang sangat terbatas. Melalui kreativitas dan inovasi, produk-produk yang dihasilkan mampu menarik perhatian pasar lokal dan nasional. Budi juga aktif mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah dan lembaga swasta, yang membantunya untuk terus berkembang dan memperkenalkan produknya ke pasar yang lebih luas.

Budi menjadi contoh sukses bagaimana UMKM di Bandar Lampung bisa bersaing di pasar global dengan mengembangkan produk yang memiliki nilai tambah dan keunikan, meskipun berada di daerah yang tidak memiliki akses langsung ke pasar internasional.

Sejarah UMKM di Bandar Lampung dimulai sejak awal 1990-an, ketika banyak usaha kecil dan mikro didirikan untuk memenuhi kebutuhan lokal. Pada masa itu, UMKM lebih berfokus pada sektor makanan, kerajinan tangan, dan pertanian. Namun, seiring berjalannya waktu, UMKM di Bandar Lampung mulai berinovasi dengan produk yang lebih beragam, seperti produk teknologi dan fashion. Inovasi ini menjadi kunci penting bagi mereka yang ingin tetap eksis dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

Pada awal 2000-an, pemerintah kota Bandar Lampung mulai menyadari pentingnya pemberdayaan UMKM, dengan membuka akses pelatihan dan pendanaan untuk mendukung perkembangan sektor ini. Hal ini memberikan dampak positif bagi UMKM yang kemudian berkembang pesat, seperti yang terlihat pada sektor kuliner dan produk kreatif yang meraih kesuksesan.

Keberhasilan UMKM di Bandar Lampung dalam mencapai keunggulan kompetitif dapat dilihat dari berbagai sektor. Salah satu contoh sukses yang menonjol adalah **UMKM Kuliner "Lampung Taste"**, yang menawarkan berbagai masakan khas Lampung. Berawal dari sebuah kedai kecil, usaha ini kini berkembang menjadi jaringan restoran yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia. Keberhasilan "Lampung Taste" tidak lepas dari strategi diferensiasi produk yang mereka tawarkan, yakni mengusung masakan khas daerah yang memiliki cita rasa unik dan menawarkan pengalaman kuliner yang berbeda bagi konsumen.

Selain itu, ada juga kesuksesan yang diraih oleh **UMKM kerajinan tangan "Kriya Lampung"** yang memanfaatkan bahan baku lokal untuk membuat produk-produk kreatif, seperti tas, dompet, dan aksesoris lainnya. Dengan memanfaatkan teknologi untuk pemasaran dan distribusi, UMKM ini berhasil menjangkau pasar nasional dan internasional, bahkan mendapatkan pengakuan di ajang pameran internasional.

Untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitif, UMKM di Bandar Lampung menggunakan berbagai strategi, antara lain:

- **Inovasi Produk:** Banyak UMKM yang terus berinovasi dengan menciptakan produk baru yang lebih sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar. Inovasi ini tidak hanya terbatas pada kualitas, tetapi juga pada desain dan kemasan produk.
- **Pemasaran Digital:** Mengingat perkembangan teknologi digital yang pesat, banyak UMKM yang mulai memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan e-commerce untuk menjual produk mereka. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengakses pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi.
- **Peningkatan Kualitas dan Standarisasi:** Beberapa UMKM di Bandar Lampung juga fokus pada peningkatan kualitas produk dan proses produksi untuk memenuhi standar nasional dan internasional. Hal ini dilakukan dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pemerintah atau lembaga swasta.
- **Kolaborasi dengan Pemerintah dan Institusi Lain:** Untuk mendapatkan akses ke modal dan pasar yang lebih besar, banyak UMKM yang menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah, serta lembaga pembiayaan, seperti perbankan dan lembaga keuangan mikro.

Melalui strategi-strategi ini, UMKM di Bandar Lampung berhasil menciptakan keunggulan kompetitif yang tidak hanya membedakan mereka dari pesaing, tetapi juga membantu mereka untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Analisis SWOT kota Bandar Lampung

Kekuatan (*Strengths*):

Bandar Lampung memiliki sejumlah kekuatan utama yang mendukung keunggulan kompetitifnya. Salah satunya adalah lokasi strategis di jalur transportasi nasional dan internasional. Dengan keberadaan Pelabuhan Panjang sebagai pelabuhan internasional yang telah beroperasi sejak 1970-an, kota ini menjadi pusat ekspor komoditas seperti kopi, lada, dan hasil perikanan. Selain itu, keberadaan tol Trans-Sumatra mempercepat arus barang dan jasa, memberikan keunggulan logistik yang tidak dimiliki banyak kota di Sumatra.

Kelemahan (*Weaknesses*):

Namun, Bandar Lampung juga menghadapi berbagai kelemahan, seperti minimnya inovasi teknologi di sektor UKM. Banyak pelaku usaha masih bergantung pada

metode konvensional dalam produksi dan pemasaran. Contohnya adalah industri keripik pisang, yang sebagian besar belum memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pangsa pasar. Keterbatasan infrastruktur digital, seperti akses internet yang belum merata di beberapa wilayah, turut menjadi hambatan dalam meningkatkan daya saing.

Peluang (*Opportunities*):

Peluang besar Bandar Lampung terletak pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Festival budaya seperti Festival Krakatau dan Tapis Evolution memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun internasional. Selain itu, keberadaan taman wisata alam seperti Taman Nasional Way Kambas dan Pantai Pahawang di sekitar Bandar Lampung memberikan potensi besar untuk pengembangan pariwisata berbasis lingkungan.

Ancaman (*Threats*):

Di sisi lain, ancaman yang dihadapi mencakup persaingan regional dengan kota-kota besar lainnya di Sumatra, seperti Palembang dan Medan. Selain itu, isu lingkungan seperti penurunan kualitas air dan deforestasi di sekitar Teluk Lampung juga dapat memengaruhi daya tarik pariwisata dan kelangsungan sektor perikanan.

Faktor-Faktor Pendukung Keunggulan Kompetitif

Salah satu faktor pendukung utama adalah infrastruktur transportasi. Jalan Tol Trans-Sumatra yang melintasi Bandar Lampung memberikan akses yang cepat dan efisien ke berbagai wilayah, termasuk Palembang dan Jakarta. Selain itu, Pelabuhan Panjang menjadi jalur utama ekspor kopi robusta Lampung, yang telah diakui di pasar internasional sejak era kolonial Belanda.

Faktor kedua adalah dukungan pemerintah daerah terhadap pelaku UKM. Program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan pelatihan kewirausahaan telah memberikan dampak positif bagi pengembangan bisnis lokal. Sebagai contoh, UKM pengrajin tapis di Bandar Lampung berhasil menembus pasar internasional melalui kolaborasi dengan Kementerian Perdagangan.

Selain itu, Bandar Lampung memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah. Hasil pertanian seperti kopi dan lada menjadi komoditas utama yang diunggulkan. Pada tahun 2023, Provinsi Lampung tercatat sebagai salah satu produsen kopi robusta terbesar di Indonesia dengan kontribusi lebih dari 60% dari total produksi nasional. Faktor sosial budaya juga memainkan peran penting. Kehidupan yang plural dengan latar belakang budaya yang beragam menciptakan kolaborasi kreatif di berbagai sektor. Contohnya adalah kolaborasi seni dan budaya dalam Festival Krakatau, yang mendukung perkembangan ekonomi kreatif.

Implikasi Strategis

Implikasi strategis pertama adalah perlunya diversifikasi sektor ekonomi. Bandar Lampung perlu memperluas fokus ekonominya tidak hanya pada sektor agraris, tetapi juga pariwisata berbasis budaya dan lingkungan. Salah satu langkah konkret adalah mengembangkan kawasan pariwisata terpadu di Teluk Lampung, yang melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan.

Kedua, penguatan infrastruktur digital sangat diperlukan untuk mendukung transformasi digital UKM. Pemerintah daerah dapat menginisiasi program digitalisasi

seperti pemasaran melalui e-commerce dan pelatihan literasi digital bagi pelaku usaha. Langkah ini penting untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global.

Ketiga, pelestarian lingkungan menjadi salah satu prioritas dalam pengembangan keunggulan kompetitif. Contohnya adalah implementasi kebijakan berbasis lingkungan dalam pembangunan pariwisata, seperti pelestarian terumbu karang di Pantai Pahawang yang mulai diterapkan sejak 2021 oleh pemerintah setempat.

Keempat, diperlukan branding yang kuat untuk mempromosikan Bandar Lampung sebagai kota yang kompetitif. Pemerintah dan pelaku usaha dapat bekerja sama dalam menciptakan identitas kota yang unik, seperti "Kota Kopi Robusta" atau "Gerbang Wisata Sumatra". Hal ini akan memberikan nilai tambah dan daya tarik tersendiri di tingkat nasional maupun internasional.

KESIMPULAN

Keunggulan kompetitif adalah salah satu konsep strategis yang esensial dalam pengembangan bisnis maupun wilayah. Melalui teori yang diperkenalkan oleh Michael E. Porter, keunggulan kompetitif diidentifikasi sebagai kemampuan menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaing, baik melalui efisiensi biaya maupun inovasi produk yang unik. Selain itu, rantai nilai dan analisis lingkungan eksternal menggunakan model Five Forces menjadi alat penting untuk mengevaluasi kekuatan serta peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan atau wilayah. Teori ini juga terus berkembang sesuai dengan dinamika globalisasi dan digitalisasi, sehingga relevan diterapkan dalam berbagai sektor, termasuk sektor publik.

Pada kasus Bandar Lampung, posisi geografis strategis, infrastruktur yang berkembang, dan keberagaman budaya menjadi modal utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Sebagai kota penghubung Sumatra dan Jawa, Bandar Lampung memanfaatkan pelabuhan dan jalan tol sebagai keunggulan logistik, sementara sektor UKM dan pariwisata berbasis budaya lokal seperti tapis dan keripik pisang menjadi pilar ekonomi kreatif. Namun, tantangan seperti keterbatasan digitalisasi UKM dan persaingan regional tetap perlu diatasi agar potensi ini bisa dioptimalkan.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa Bandar Lampung memiliki kekuatan signifikan dalam hal infrastruktur dan sumber daya alam, tetapi kelemahan seperti minimnya inovasi teknologi menjadi penghambat. Peluang besar terletak pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, sementara ancaman mencakup isu lingkungan dan persaingan regional. Oleh karena itu, strategi yang tepat sangat diperlukan untuk mengelola peluang dan meminimalkan risiko. Diversifikasi sektor ekonomi, penguatan infrastruktur digital, dan pelestarian lingkungan menjadi rekomendasi strategis untuk mendukung keberlanjutan daya saing kota ini. Faktor pendukung lainnya meliputi kolaborasi antara pemerintah dan pelaku usaha dalam membangun branding kota yang kuat. Bandar Lampung dapat memanfaatkan potensi pluralisme budaya sebagai daya tarik unik untuk mengembangkan sektor pariwisata, sekaligus memperluas pangsa pasar produk UKM melalui digitalisasi. Program pelatihan kewirausahaan dan akses pembiayaan seperti KUR juga memainkan peran penting dalam memberdayakan pelaku usaha lokal.

Untuk memastikan keberlanjutan keunggulan kompetitif Bandar Lampung, pemerintah dan pemangku kepentingan disarankan untuk mengimplementasikan kebijakan integratif yang mencakup pengembangan infrastruktur digital, diversifikasi ekonomi, dan pelestarian lingkungan. Selain itu, promosi pariwisata yang lebih terintegrasi dengan budaya lokal dapat memperkuat branding kota. Dalam jangka

panjang, kolaborasi antara sektor publik dan swasta perlu ditingkatkan untuk menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif, inovatif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H. (2017). Model transformasi organisasi usaha perjalanan wisata Provinsi Sulawesi Selatan. *Manajemen*, 3(8), 1–15.
- Adiputra, P. I., & Mandala, K. (2017). Pengaruh kompetensi dan kapabilitas terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 6(11), 6090–6119. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2017.v06.i11.p08>
- Bilgies, L. F. (2017). Keunggulan kompetitif dalam menciptakan inovasi untuk kewirausahaan strategis. *Manajemen Kewirausahaan*, 3(2), 322–343.
- Fathany, I., & Purnomo, D. (2022). Analisis daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar internasional. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 22(2), 24–31. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v22i2.10829>
- Fauzi, F., Gajah, S., & Takengon, P. (2020). Implementasi manajemen strategis pada program school improvement di MTsS Maqama Mahmuda. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 26–43. <https://doi.org/10.18860/jmpi.v5i1.10465>
- Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian budaya minum kopi Indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, 13(2), 153–172. <https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.2470>
- Hakim, L., & Sugiyanto, E. (2017). Karakteristik perubahan organisasi sebagai upaya pengembangan organisasi di industri batik Laweyan Surakarta. *Riset Manajemen & Bisnis*, 12(3), 407–420.
- Hu, Q. (2019). Analysis on the impact of knowledge-based employee's competency on performance in e-commerce enterprises. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 68, 550–557. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.191217.101>
- Irmawati, N. S., & Indrawati, L. R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia. *Growth Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 43–56. <https://doi.org/10.55064/growth.v1i2.10>
- Malhotra, N., & Hinings, B. (2015). Unpacking continuity and change as a process of organizational transformation. *Long Range Planning*, 48(6), 643–655. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.09.002>
- Nugraha, D., Sari, P., & Yuliani, A. (2022). Penguatan UMKM berbasis ekonomi kreatif melalui digitalisasi bisnis di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1), 78–91. <https://doi.org/10.22219/jeb.v25i1.20972>
- Pakaya, R. A. (2011). Pengaruh manajemen sumber daya manusia, strategi dan manajemen transformasi terhadap keunggulan bersaing. *Manajemen dan Inovasi*, 8(3), 102–124.
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Prayoga, D., Wibowo, S., & Ariyani, L. (2021). Analisis SWOT dan strategi pengembangan UMKM berbasis digital di era pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 55–68. <https://doi.org/10.24912/jmb.v10i1.11543>
- Rachmawati, S., Santoso, T., & Kusnadi, H. (2022). Infrastruktur dan daya saing ekonomi wilayah perkotaan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 22(2), 215–233. <https://doi.org/10.21002/jepi.v22i2.1365>

- Rohim, A., Wibowo, A., & Mulyani, D. (2021). Digital transformation and innovation strategy in Indonesian SMEs. *International Journal of Economics and Management Studies*, 8(4), 112–121. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V8I4P113>
- Rohman, F., Sihombing, R., & Putra, A. (2020). Strategi pengembangan daya saing daerah berbasis digital economy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 122–138. <https://doi.org/10.35972/jieb.v17i2.1065>
- Sari, R. A., & Pratama, A. (2021). Infrastruktur ekonomi dan daya saing daerah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 19(2), 101–115. <https://doi.org/10.21831/jep.v19i2.38445>
- Sihombing, P., Rahmawati, N., & Nugroho, F. (2023). UMKM di era digitalisasi: Strategi adaptasi dan inovasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 8(1), 44–57. <https://doi.org/10.26418/jiet.v8i1.2064>
- Soetriono, S., & Hidayat, A. (2010). Daya saing ekspor kopi robusta Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 4(2), 226–277.
- Susanti, D., & Aribowo, H. (2022). Digital transformation readiness among Indonesian SMEs. *Journal of Business and Management Review*, 3(5), 401–415. <https://doi.org/10.47153/jbmr35.11853>
- Widyawati, A., Nugroho, E., & Setiawan, T. (2022). Analisis SWOT dalam peningkatan daya saing sektor kreatif di Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi*, 15(3), 201–215. <https://doi.org/10.32493/jms.v15i3.1346>
- Zhao, Y., Li, H., & Wang, J. (2021). Digital transformation and firm performance: Evidence from small and medium enterprises. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120–130. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120648>