

BAB I

PENDAHULUAN

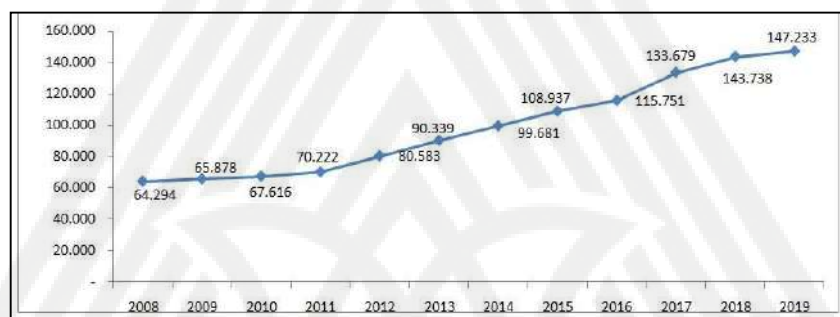
1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan ekonomi sangat diperlukan oleh setiap negara, sebab perkembangan ekonomi menunjukkan bahwa adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat dari negara tersebut. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) merupakan salah satu contoh yang ikut berkontribusi dalam perkembangan perekonomian negara Indonesia.

Saat ini banyak sekali bermunculan pelaku usaha baru atau pemilik usaha yang mengembangkan bisnis mereka menjadi lebih baik. Sehingga membuat ketatnya persaingan, ketatnya persaingan tersebut menyebabkan UMKM harus berkerja keras agar menjadi UMKM yang tangguh dan mandiri yang mampu bersaing dengan Usaha Besar. Usaha Kecil, Mikro dan, Menengah harus dikembangkan dengan kerja keras, inovasi, serta inisiatif yang dilakukan secara terus - menerus agar mampu menjadi UMKM yang tangguh dan mandiri.

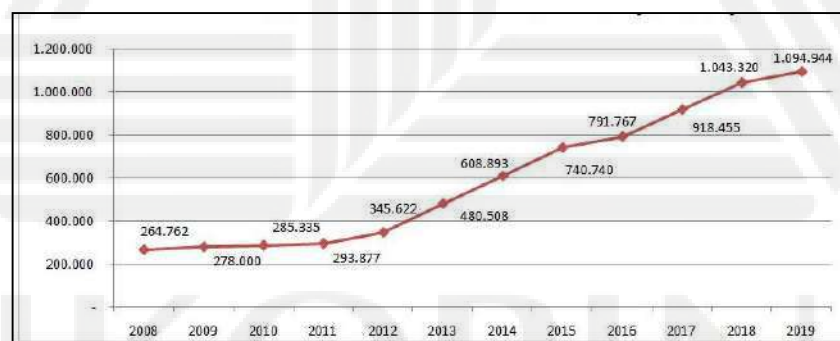
UMKM di Indonesia telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia, UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. (Nur & Miftahur, 2018).

UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Keberadaan UMKM di Jawa Tengah memiliki berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan penciptaan lapangan kerja baru bagi masyarakat Jawa Tengah. Sehingga peningkatan jumlah UMKM di Jawa Tengah akan memperbesar penyerapan tenaga kerjanya. Hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan grafik berikut :



Gambar 1. 1 Grafik Perkembangan Jumlah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah

Sumber: dinkop-umkm.jatengprov.go.id



Gambar 1. 2 Grafik Perkembangan Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah

Sumber: dinkop-umkm.jatengprov.go.id

Kementerian Koperasi dan UMKM RI (2017) menyebutkan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi dua

kelompok besar yaitu Pertanian dan Non-pertanian. Berdasarkan sensus Ekonomi BPS (2016), non-pertanian meliputi aktivitas jasa dan industri pengolahan yang sebagian besar termasuk dalam industri kreatif.

Industri kreatif merupakan industri yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Dalam hal ini model pengembangan ekonomi kreatif dikira sangat tepat untuk diterapkan dalam UMKM di Indonesia (Amin & Dwi 2017). Industri kreatif erat kaitannya dengan ekonomi kreatif, namun untuk ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif.

Ekonomi kreatif dapat dikelompokkan menjadi 16 subsektor yaitu aplikasi dan pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, *fashion*, film animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni rupa, televisi dan radio.

Direktur Riset dan Pengembangan Bekraf, Dr. Ir. Wawan Rusiawan, M.M., menyampaikan bahwa industri kuliner memiliki kontribusi besar terhadap PDB ekonomi kreatif. Sub sektor kuliner telah memberikan kontribusi sebesar 41% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di tahun 2017 (UGM¹). Berdasarkan pernyataan tersebut industri kuliner mempunyai potensi yang besar

¹ Universitas Gadjah Mada, "Industri Kuliner Jadi Penopang Terbesar Perekonomian Kreatif Indonesia" diakses dari <https://ugm.ac.id/id/berita/18389-industri-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia>, pada tanggal 8 Juni 2020 pukul 10.00. Tanggal terbit 4 September 2019

untuk berkembang, potensi yang besar ini dikarenakan adanya perubahan gaya hidup masyarakat, kekayaan budaya, dan lain-lain. Berkembangnya aktivitas pada industri kuliner memberikan dampak positif bagi perekonomian negara.

Di kota Semarang terdapat koperasi yang anggotanya adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di bidang industri kuliner, yaitu Koperasi Cipta Boga Mandiri. Koperasi Cipta Boga Mandiri adalah koperasi primer yang anggotanya adalah para pelaku UMKM dengan produk yang dijual berbahan dasar dari tepung terigu. Koperasi ini merupakan koperasi binaan PT. Sriboga Flourmill. Koperasi Cipta Boga Mandiri beralamat di Jalan Kinibalu I no.4 RT 01 RW 02, Kecamatan Tembalang, Semarang, dengan Badan Hukum nomor 014 /180.80/ BH / XIV.34 / IV / 2016.

Koperasi Cipta Boga Mandiri bergerak di bidang pengadaan bahan baku, yang sebelumnya juga bergerak di bidang Simpan Pinjam. Karena adanya kendala yang dihadapi pada bidang tersebut, akhirnya pengurus koperasi memutuskan untuk meniadakan bidang Simpan Pinjam. Namun dari aktivitas pengadaan bahan baku oleh koperasi, anggota Koperasi Cipta Boga Mandiri mengharapkan akan memperoleh manfaat-manfaat ekonomi sesuai dalam pengembangan usaha anggota. Apabila suatu koperasi ingin berkembang, maka harus dapat mengembangkan usaha anggotanya.

Setiap koperasi memiliki perannya masing-masing untuk berpartisipasi dalam pengembangan usaha anggotanya. Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri untuk mengembangkan usaha anggota adalah dengan melakukan pembinaan rutin kepada

para anggotanya, Koperasi Cipta Boga Mandiri sering mengadakan pelatihan-pelatihan tentang kewirausahaan. Koperasi Cipta Boga Mandiri dengan bidang usaha pengadaan bahan baku mampu menyediakan 19.375 Kg tepung terigu kepada anggotanya pada tahun 2019. Saat ini Koperasi Cipta Boga Mandiri memiliki 35 anggota yang semuanya adalah pelaku UMKM di bidang kuliner dengan bahan dasar tepung dari PT. Sriboga Flourmill. Berikut tabel pelaku usaha yang menjadi anggota Koperasi Cipta Boga Mandiri :

Tabel 1.1 Data anggota Koperasi Cipta Boga Mandiri tahun 2019

No	Nama Usaha	Produksi	No	Nama Usaha	Produksi
1.	Ratu Snack	Cookies & Snack	19.	Nurul Rosiah	Snack
2.	Ari Snack	Banana Cotton Cake	20.	Hantiq Snack	Snack, Tar, & Cookies
3.	Kedai Edenis	Zuppa Soup, Soes, Mancutel	21.	Kusuma	Cake & Bakery
4.	Risma	Cake & Cookies	22.	AB Frozen	Olahan Frozen
5.	Maidah	Cake & Bakery	23.	Ashraf	Aneka Snack, Puding, Tart
6.	Fida Snack	Snack	24.	Sandra Luckytowati	Snack
7.	Nano	Snack & Masakan Padang	25.	Az- Zahra	Pisang, Molen, Risol, Stik
8.	Sinok Ndut	Snack	26.	Aik Snack	Snack
9.	ENHA	Egg Roll	27.	Bilqis Snack	Bakpao & Donat
10.	Hermin Indrayati	Snack Basah	28.	Dian Bakery	Bolen, Roti Pisang, Bakpao
11.	Fanda Snack	Egg Roll, Stik, Cake, Snack	29.	Dinhar Snack	Chiffon
12.	Bilqis Brownies	Brownies	30.	Arofah & Mahkota Sari	Bolu Kukus, Brownies, Lumpia
13.	My Stick	Stick	31.	Tieks Snack	Kue Basah & Kue kering

14.	Joys Snack	Snack, Cookies, Bakery	32.	Tyan Cake	Tart, Brownies
15.	Andas Cake	Cake	33.	Debyana Snack	Snack & Bakery
16.	Riris Snack	Brownies	34.	OMMA UMMA	Bolu kukus & Snack
17.	Mega Snack	Aneka Snack	35.	Winston Snack	Snack & Catering
18.	Marinda	Snack & Catering			

Sumber : Data Kepengurusan dan Anggota UKM Cipta Boga Mandiri 2017-2021

Salah satu anggota Koperasi Cipta Boga Mandiri dengan bidang usaha roti dan kue adalah Debyana Snack, usaha ini berada di Kelurahan Pedurungan Kidul, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah. Debyana Snack sudah berdiri sejak tahun 2005. Pendiri usaha ini adalah Ibu Tri Handayani yang merupakan penduduk asli Semarang. Saat pertama kali didirikan Ibu Tri Handayani hanya dibantu oleh 2 orang karyawannya, yaitu adik ipar Ibu Tri Handayani dan satu karyawan biasa. Saat pertama kali didirikan, cara produksi roti dan kue Debyana Snack masih menggunakan peralatan yang sederhana. Dalam perjalanan mengembangkan usahanya, banyak rintangan yang telah dihadapi oleh UMKM Debyana Snack.

Debyana Snack yang bergerak pada bidang usaha produksi, distribusi dan penjualan berbagai macam roti dan kue, saat ini sudah mengalami perkembangan kearah yang lebih baik, terlihat pada penjualan roti dan kue Debyana Snack beberapa tahun terakhir ini selalu meningkat. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel penjualan roti dan kue berikut ini:

Tabel 1. 2 Perkembangan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Debyana Snack dari Tahun 2016 sampai 2019

Tahun	Total Penjualan per tahun (Rp)	Peningkatan (%)
2016	530.500.000	-
2017	575.321.300	8.5
2018	621.922.300	8.1
2019	676.651.400	8.8

Sumber: data dari pemilik

Berdasarkan Tabel 1.2 terlihat bahwa penjualan roti dan kue Debyana Snack selalu meningkat dari tahun 2016 sampai 2019, meskipun persentase peningkatannya naik turun. Rata-rata peningkatan penjualan UMKM Debyana Snack selama 4 tahun yaitu sebesar 8,4%. Seiring dengan peningkatan penjualan roti dan kue Debyana Snack, pasar Debyana Snack pun juga semakin meluas.

Saat ini wilayah pemasaran Debyana Snack mencakup 9 kecamatan dari 16 kecamatan yang ada di Kota Semarang. Dari 9 kecamatan tersebut perusahaan dengan produk sejenis dengan Debyana Snack pun sangat banyak. Jika melihat dari daftar anggota koperasi Cipta Boga Mandiri usaha sejenis yang berada di wilayah pemasaran UMKM Debyana Snack terdapat 21 perusahaan. Banyaknya pesaing menyebabkan persaingan yang dihadapi oleh Debyan Snack cukup ketat. Maka Debyana Snack perlu mengembangkan usahanya agar dapat menguasai pasar.

Sasaran konsumen dari UMKM Debyana Snack adalah konsumen akhir dan reseller. Debyana Snack sering menerima bermacam-macam pesanan dari pesanan snack untuk acara arisan ibu-ibu RT hingga acara-acara besar seperti acara wisuda universitas. Dalam satu minggu permintaan paling besar yang diterima oleh Debyana Snack adalah pada akhir minggu, hal ini terjadi karena umumnya

masyarakat menyelenggarakan acara atau perayaan saat akhir minggu. Namun di hari-hari kerja pun Debyana Snack selalu dibanjiri pesanan.

Permintaan pasar yang besar menyebabkan Debyana Snack menolak pesanan roti atau snack box dari konsumen beberapa kali. Berikut tabel dari pesanan-pesanan yang ditolak oleh Debyana Snack selama bulan Januari 2020:

Tabel 1. 3 Pesanan yang Ditolak oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Debyana Snack pada bulan Januari 2020 (bahan dasar tepung)

No.	Jenis makanan	Harga (Rp)	Banyaknya (unit)	Total (Rp)
1.	Roti Pisang	3.500	25	87.500
2.	Roti pisang	2.500	80	200.000
3.	Donat Crispy Ayam	3.000	35	105.000
4.	Risol Mayo	2.000	65	130.000
5.	Chiffon	2.500	55	137.500
6.	Pai Buah	2.000	45	90.000
7.	Pastel Sayur	2.000	45	90.000
8.	Stik bawang	1.000	35	35.000
9.	Roti Sobek	15.000	3	45.000
10.	Roti Zebra Utuh	30.000	2	60.000
11.	Roti Pizza	2.500	45	112.500
12.	Donat mesis	2.500	35	87.500
Total				1.180.000

Sumber: data dari pemilik

Tabel 1. 4 Pesanan yang Ditolak oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Debyana Snack pada bulan Januari 2020 (bahan dasar non-tepung)

	Jenis makanan	Harga (Rp)	Banyaknya (unit)	Total (Rp)
1.	Nogosari	2.000	40	80.000
2.	Tahu Bakso	2.000	50	100.000
3.	Rom Horn	2.500	30	75.000
4.	Arem-Arem	2.500	40	100.000
5.	Klepon	2.000	40	80.000
6.	Kroket	2.000	20	40.000
Total				475.000

Sumber: data dari pemilik

Berdasarkan Tabel 1.3 dan Tabel 1.4 pada bulan Januari 2020 Debyana Snack menolak pesanan yang berjumlah 65 snack box kecil, 95 snack box besar, 45 pcs roti pisang coklat besar dan kecil, 3 roti ring sobek, dan 2 roti zebra utuh. Maka pesanan yang ditolak Debyana Snack pada bulan Januari 2020 totalnya sebesar Rp 1.655.000,00. Sehingga dalam satu tahun totalnya mencapai Rp 19.860.000,00. Dengan kata lain bila Debyana Snack dapat memanfaatkan permintaan pasar yang besar tersebut maka usaha ini dapat meningkatkan penjualannya sebesar 2.93% dari total penjualan tahun 2019. Penolakan pesanan oleh UMKM Debyana Snack tersebut terjadi karena keterbatasan SDM yang dimiliki UMKM Debyana Snack sehingga kapasitas produksi pada hari tersebut sudah mencapai batas maksimum.

Kualitas produk Debyana Snack tidak kalah saing dibanding toko kue ternama di Kota Semarang. Jenis-jenis produk yang diproduksi ada bermacam-macam, yaitu roti pisang coklat, roti pizza, pastel, risoles, lempeng ayam, pai buah, stik bawang/keju dan masih banyak lagi. Harga yang ditawarkan pun masih terjangkau, untuk roti dan kue berukuran kecil harganya sekitar Rp 1.000,00 - Rp 3.500,00 dan untuk ukuran besar harganya sekitar Rp 15.000,00 - Rp 60.000,00. Kemasan yang digunakan masih menggunakan plastik biasa, namun untuk pesanan snack box, Debyana Snack memiliki box yang berlabel merk Debyana dengan berbagai ukuran menyesuaikan dengan jumlah roti atau kue yang dipesan per-boxnya. Untuk memproduksi produk-produk tersebut Debyana Snack memiliki peralatan-peralatan usaha yang mendukung. Berikut adalah tabel mesin yang digunakan dalam pembuatan roti dan kue:

Tabel 1.4 Kapasitas mesin yang digunakan dalam pembuatan roti dan kue Debyana Snack per hari (unit)

Nama Mesin	Kapasitas Tersedia	Kapasitas yang Digunakan	Kapasitas yang Tidak Digunakan
Oven Rotary	650	325	325
Oven manual	300	300	-
Mixer	945	630	315
Penggiling dan pemotong stik	300	150	150

Sumber: data dari pemilik

Mesin-mesin yang digunakan dalam bisnis roti ini adalah *oven rotary* dengan kapasitas yang tersedia sebanyak 650 pcs roti per hari, oven manual memiliki kapasitas 300 roti, mixer memiliki kapasitas 950 pcs roti per satu hari, dan mesin penggiling dan pemotong stik dengan kapasitas 300 bungkus stik per harinya. Mesin-mesin ini selain sebagai penunjang kualitas roti dan kue melainkan juga sebagai bentuk pengembangan usaha yang dilakukan oleh Debyana Snack, tetapi karena keterbatasan SDM mesin-mesin tersebut tidak dapat digunakan dengan maksimal.

Tetapi berdasarkan Tabel 1.3 kapasitas mesin yang digunakan dalam usaha roti dan kue Debyana Snack di atas, terlihat adanya kelebihan kapasitas yaitu pada *oven rotary* dan *mixer*. *Oven rotary* tersedia kapasitas sebanyak 650 pcs roti perhari, namun yang terpakai hanya sebesar 325 pcs dan kapasitas *mixer* yang tersedia sebesar 945 pcs roti, namun kapasitas yang digunakan hanya 630 pcs roti. Kemudian penggiling dan pemotong stik kapasitas yang tersedia yaitu 300 bungkus stik namun yang digunakan hanya 150 bungkus. Padahal mesin-mesin tersebut dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan keuntungan Debyana Snack.

Dari permasalahan di atas, usaha ini dirasa perlu adanya pengembangan dengan melihat peluang yang ada. Pengembangan perlu dilakukan karena UMKM Debyana Snack memiliki kelebihan kapasitas mesin terpasang yang tidak terpakai, permintaan konsumen yang tinggi, ketatnya persaingan serta UMKM Debyana Snack perlu memperluas wilayah pemasaran menjadi seluruh kecamatan di Kota Semarang. Berdasarkan hal tersebut, usaha ini diestimasikan dapat ditingkatkan sebesar 20% dari total penjualan.

Yang perlu dilakukan oleh UMKM Debyana Snack adalah mengambil langkah strategis untuk dapat mengembangkan usahanya sehingga permintaan konsumen dapat terpenuhi. Dengan melakukan pengkajian Studi Kelayakan Bisnis, menurut Kasmir dan Jakfar (2012:8) terdapat 7 aspek Studi Kelayakan Bisnis, antara lain: aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi sosial, dan aspek dampak lingkungan. Namun pada penelitian ini tidak akan meneliti aspek dampak lingkungan sebab UMKM Debyana Snack masih tergolong usaha kecil dan dirasa belum memberikan dampak lingkungan yang sangat berpengaruh pada lingkungan sekitar seperti pabrik atau perusahaan besar.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian **“Analisis Kelayakan Pengembangan Bisnis UMKM Debyana Snack dan Peran Koperasi Dalam Pengembangan Usaha Anggota”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan, untuk menjelaskan permasalahan lebih detail, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kelayakan pengembangan bisnis UMKM Debyana Snack dari aspek :
 - a. Hukum
 - b. Pasar dan pemasaran.
 - c. Teknis/operasi.
 - d. Manajemen dan organisasi.
 - e. Keuangan.
 - f. Ekonomi sosial
2. Bagaimana dampak pengembangan bisnis pada UMKM Debyana Snack sendiri.
3. Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri dalam turut serta mengembangkan usaha anggotanya.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, disusun untuk menganalisis atau mendeskripsikan tentang Analisis Kelayakan Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Debyana Snack. Adapun maksud dari penelitian ini untuk menganalisis dan menggambarkan tentang pengembangan bisnis pada Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Debyana Snack serta untuk menganalisis

peran Koperasi Cipta Boga Mandiri untuk anggotanya. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Kelayakan pengembangan bisnis ditinjau dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek keuangan, aspek dampak sosial dan ekonomi.
2. Dampak pengembangan bisnis kepada UMKM Debyana Snack sendiri.
3. Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri dalam turut serta mengembangkan usaha anggotanya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu dan informasi yang bermanfaat.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen Bisnis, bagi Ilmu Koperasi, dan bermanfaat bagi Ilmu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dapat menjadi referensi untuk penelitian sejenis lainnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi UMKM Debyana Snack dapat mengetahui keadaan sebenarnya di lapangan, dan juga dapat mengaplikasikan dan memberikan pemahaman tentang Kelayakan Pengembangan Bisnis kepada para pelaku UMKM sehingga dapat diterapkan dalam usahanya.

Untuk Koperasi, diharapkan dapat memberi manfaat berupa informasi kepada koperasi tentang peran koperasi Cipta Boga Mandiri dalam pengembangan usaha anggota dan peran apa yang belum diberikan koperasi kepada anggotanya.

