

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pasal 3 menyebutkan bahwa UMKM memiliki tujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Pada saat krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia beberapa tahun lalu, banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi hingga berhenti aktifitas. UMKM mampu *survive* menghadapi krisis tersebut. UMKM memiliki kemampuan dalam penyedia barang dan jasa bagi konsumen dan memberikan kontribusi besar dalam peningkatan devisa negara. Selain itu, adanya UMKM dapat juga menjadi salah satu solusi penurunan tingkat pengangguran di Indonesia. Sektor UMKM dapat menyediakan lapangan pekerjaan yang menyerap tenaga kerja potensial.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) memperlihatkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, namun meningkat terus, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada

tahun itu, jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, terdapat jumlah UMKM sebanyak 56.534.592 unit atau 99.99%. Sisanya, sekitar 0,01% atau 4.968 unit adalah usaha besar. Hasil yang telah diciptakan UMKM hingga saat ini mengindikasikan bahwa kontribusi UMKM terhadap negara ini sangat besar terutama dalam menyerap tenaga kerja serta pemulihan ekonomi nasional.

Menurut penuturan Erik Hidayat, Wakil Ketua Umum Kadin Bidang UMKM, Koperasi dan Ekonomi Kreatif dalam Rakernas Kadin bidang UMKM, Koperasi dan Ekonomi Kreatif di Hotel Sari Pan Pacific Jakarta Pusat pada Senin (21/11/2016), menuturkan bahwa PDB meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam 5 tahun terakhir. Serapan tenaga kerja pada sektor ini juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode yang sama. Kemudian pada tahun 2014, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai sekitar 57,9 juta. Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,34%. Sedangkan dari sisi serapan tenaga kerja, UMKM mampu menyerap tenaga kerja hingga 57,9 juta di berbagai daerah di Indonesia.

Di Provinsi Jawa Tengah sendiri, jumlah UMKM mengalami peningkatan rata-rata 8,5% per tahunnya. Hal tersebut dibuktikan dari data Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah yang menunjukkan adanya peningkatan jumlah UMKM dari tahun 2014 hingga Triwulan IV tahun 2017 pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Time Series Data UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah per Triwulan 2017

No	Jumlah UMKM	Satuan	Tahun			
			2014	2015	2016	2017
1	Produksi/Non Pertanian	Unit	34.309	38.084	39.799	45.963
2	Pertanian	Unit	17.738	19.010	19.335	22.329
3	Perdagangan	Unit	35.829	38.243	42.599	49.198
4	Jasa	Unit	11.805	13.600	14.018	16.189
	Jumlah	Unit	99.681	108.937	115.751	133.679

Sumber : Dinas UKM Provinsi Jawa Tengah

Semakin banyaknya UMKM yang muncul, maka tidak dapat dihindarkan tingkat persaingan antar UMKM juga semakin tinggi. Hal tersebut menyebabkan beberapa UMKM mengalami kesulitan untuk menumbuhkan bisnisnya. Pertumbuhan bisnis suatu UMKM dapat dilihat dari bertambahnya omset, aset, atau penyerapan tenaga kerjanya (Mc Pherson, 1992). Usaha Kecil Menengah harus terus dikembangkan agar mempunyai daya saing di depan usaha besar, sehingga tetap menjadi jantung perekonomian di Indonesia. Hal ini bukan merupakan tanggung jawab pemerintah, namun para pelaku usaha kecil menengah sendiri hendaknya juga mempunyai keinginan untuk mengembangkan usahanya.

Kabupaten Temanggung merupakan salah satu kota kecil yang berada di Provinsi Jawa Tengah mempunyai potensi pengembangan UMKM yang besar. Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Temanggung gencar dalam pemberdayaan pelaku Usaha Kecil Menengah, terbukti dengan adanya kegiatan Temanggung *Fair* yang dilaksanakan setiap tahunnya guna mendukung produk lokal agar dikenal luas oleh masyarakat. Kegiatan yang telah dilaksanakan pada tanggal 2-6 November 2017, peserta UKM yang turut ambil bagian dari

kegiatan Temanggung *Fair* mengalami kenaikan hingga 207 peserta (Suara Merdeka.com, 2/11/2017).

Salah satu UKM binaan Pemerintah Kabupaten Temanggung yaitu pada industri makanan ringan yang tergabung dalam kelompok usaha bersama/paguyuban dengan nama Paguyuban Persata Mandiri atau disingkat PAPERMA. PAPERMA terbentuk pada tahun 2013 dari adanya binaan dari PT. Sriboga Flour Mill dengan anggota berjumlah 19 pelaku industri rumah tangga penghasil makanan ringan (*snack*). Jumlah anggota PAPERMA hingga saat ini mengalami penambahan anggota menjadi 25 pelaku industri rumah tangga yang terdapat di 8 wilayah sentra industri makanan ringan yaitu: Desa Gesing, Desa Kemiri, Desa Gandulan, Desa Tlogorjo, Desa Walitelon, Kecamatan Bulu, Kecamatan Kranggan, dan Kota Temanggung.

Produk yang dihasilkan oleh anggota PAPERMA sebagian besar menggunakan bahan baku tepung terigu seperti kulit aroma untuk pembuatan produk pisang aroma, mie, roti kering dan roti basah. Namun terdapat pula pelaku industri rumah tangga yang tergabung tidak menggunakan bahan baku tepung terigu. Produk yang dihasilkan yaitu aneka makanan ringan (*snack*) seperti keripik pisang, keripik tempe, keripik talas, sale pisang, rempeyek, dan pengusaha otak-otak. Pembelian bahan baku yang digunakan oleh anggota PAPERMA tersedia pada anggota di masing-masing sentra industri makanan ringan.

Salah satu sentra industri yang terdapat di Desa Gesing, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah yaitu sentra industri pisang aroma. Masyarakat Desa Gesing merupakan pelaku usaha pisang aroma paling

banyak, salah satu sentra industri dengan perekrutan tenaga kerja terbanyak pula yang terdapat di Kabupaten Temanggung sehingga terkenal akan sentra industri pisang aroma sebagai pusat oleh-oleh khas Kabupaten Temanggung. Jumlah pengusaha pisang aroma yang terdapat di Desa Gesing sebanyak 18 pengusaha pisang aroma, namun hanya sebanyak 8 pengusaha pisang aroma yang tergabung dalam Paguyuban Persata Mandiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pesaing pengusaha pisang aroma yang tidak tergabung dalam anggota PAPERMA, alasan mereka tidak bergabung dikarenakan terjadinya persaingan harga penjualan serta pembelian bahan baku ditempat yang berbeda.

Produk yang dihasilkan oleh anggota PAPERMA dalam sentra industri pisang aroma Desa Gesing ini mempunyai beberapa keunggulan, selain usaha yang telah berdiri cukup lama, bahan baku yang digunakan berkualitas dengan pemakaian tepung terigu beruang putih untuk pembuatan kulit aroma, produk yang dihasilkan lebih renyah dikarenakan proses produksi yang masih tradisional, serta *small size* (ukuran pisang aroma yang kecil-kecil) sehingga memudahkan dalam menikmatinya. Namun dikarenakan proses produksi yang masih tradisional, daya tahan produk ini tidak dapat berlangsung lama dan hanya dapat bertahan maksimal 4 bulan di pasaran.

Untuk pasar sasaran produk pisang aroma anggota PAPERMA saat ini dapat dinikmati seluruh konsumen yang menyukai cemilan *crispy* dengan rasa gurih dan manis mulai dari usia anak-anak sampai usia tua. Dari segi harga, produk pisang aroma anggota PAPERMA ini dapat pula dijangkau oleh semua konsumen termasuk golongan konsumen menengah kebawah. Hal tersebut sesuai dengan

selera masyarakat daerah Temanggung yang menyukai cemilan manis gurih dan dengan harga yang murah sehingga peminat akan pisang aroma cukup banyak menjadikan produk pisang aroma terkenal sebagai produk unggulan atau makanan oleh-oleh Kabupaten Temanggung.

Berikut merupakan daftar pengusaha pisang aroma anggota PAPERMA beserta rata-rata produksi pisang aroma dan cara pemasarannya.

Tabel 1.2 Data Penjualan Pisang Aroma Pengusaha Pisang Aroma Anggota PAPERMA Beserta Cara Pemasarannya

No	Nama Pelaku usaha/UKM	Jumlah produksi/ bulan (kg)	Jumlah produksi/ hari (kg)	Cara Pemasaran
1	Wahyu	2.619	70	Toko oleh-oleh, pesanan
2	Ummi	927	60	Pesanan pasar
3	Sarinah	1.151	68	Pesanan pasar
4	Yuyah	2.401	75	Toko oleh-oleh, pesanan
5	Erni	2.920	80	Toko oleh-oleh, pesanan
6	Mulyati	3.339	102	Distributor, toko oleh-oleh, pesanan
7	Ngatinah	1.447	70	Toko oleh-oleh, pesanan
8	Yanto	2.467	75	Distributor, toko oleh-oleh, pesanan

Sumber: Hasil survey lapangan pada UKM penghasil pisang aroma anggota PAPERMA Desa Gesing tahun 2017

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha pisang aroma anggota PAPERMA, dapat diketahui proses pemasaran yang sebagian besar dilakukan oleh para pengusaha pisang aroma tersebut melalui penitipan pada toko oleh-oleh dan berdasarkan pesanan. Sedangkan pemasaran yang dilakukan melalui distributor/agen dilakukan hanya oleh 2 pelaku usaha saja. Proses produksi didasarkan pada jumlah pesanan yang ada dan terjadi kenaikan pesanan pada

musim-musim ramai tertentu seperti musim liburan, tahun baru, lebaran, dan sebagainya. Area pemasaran saat ini yang dilakukan terdapat di kota-kota di Jawa Tengah yaitu: Temanggung, Magelang, Semarang, Kebumen, Wonosobo dan Jogja. Para Pengusaha Pisang Aroma anggota PAPERMA saat ini masih melayani permintaan pada kota-kota tersebut, sementara produk pisang aroma memiliki peluang usaha yang besar apabila dapat memasarkan lebih luas lagi ataupun penambahan pada pasar yang telah ada saat ini.

Berikut merupakan total omzet penjualan per tahun dan per bulan oleh pengusaha pisang aroma anggota PAPERMA selama 3 tahun terakhir.

Tabel 1.3 Data Total Penjualan Pertahun Dan Perbulan Pengusaha Pisang Aroma Anggota Paguyuban Persata Mandiri

No	Nama Pelaku usaha/ UKM	2015		2016		2017	
		Total Penjualan per tahun (Rp dalam ribuan)	Rata-rata penjualan per bulan (Rp dalam ribuan)	Total Penjualan per tahun (Rp dalam ribuan)	Rata-rata penjualan per bulan (Rp dalam ribuan)	Total Penjualan per tahun (Rp dalam ribuan)	Rata-rata penjualan per bulan (Rp dalam ribuan)
1	Wahyu	376.350	31.362,5	376.700	31.392	377.130	31.427,5
2	Ummi	132.870	11.072,5	133.450	11.121	133.420	11.118
3	Sarinah	167.500	13.958	165.460	13.788	165.760	13.813
4	Yuyah	336.750	28.062,5	345.500	28.792	345.744	28.812
5	Erni	420.300	35.025	420.650	35.054	420.540	35.045
6	Mulyati	510.300	42.525	500.900	41.742	480.750	40.063
7	Ngatinah	211.600	17.633	208.250	17.354	208.430	17.369
8	Yanto	455.750	37.979	455.530	37.961	456.050	38.004
Total		2.611.420	217.618	2.606.440	217.204	2.587.824	215.651

Sumber: Hasil survey lapangan pada UKM penghasil pisang aroma anggota PAPERMA Desa Gesing

Berdasarkan data hasil penjualan selama 3 tahun tersebut, maka dapat terlihat bahwa penjualan pisang aroma oleh 8 anggota PAPERMA mengalami

kenaikan dan penurunan. Keadaan tersebut terjadi karena kondisi pasar yang kurang stabil dan banyak munculnya pesaing-pesaing industri pisang aroma yang baru. Hal yang mengakibatkan bertambahnya pesaing dikarenakan kemudahan dalam pembuatan produk dan perolehan bahan baku di daerah Kabupaten Temanggung. Bertambahnya pesaing dapat mengartikan banyaknya minat akan usaha pisang aroma ini. Selain itu, banyaknya pesaing tentunya juga memberikan pengaruh terhadap penjualan produk yang dihasilkan oleh pengusaha pisang aroma anggota PAPERMA.

Berdasarkan hasil wawancara kepada para pengusaha pisang aroma, para pelaku industri belum dapat menstabilkan penjualan sementara mempunyai peluang pasar yang luas, ditambah kemajuan teknologi saat ini yang dapat mempermudah suatu usaha/bisnis. Dalam pandangan penulis, para pelaku usaha pisang aroma di sentra industri pisang aroma Desa Gesing dapat lebih meningkatkan volume penjualan apabila dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan potensi pasar yang telah ada.

Pasar yang saat ini dimasuki oleh para pengusaha pisang aroma anggota PAPERMA meliputi 6 wilayah kota dari 35 kota yang terdapat di Jawa Tengah dengan sistem melalui distributor, penitipan pada pusat oleh-oleh maupun pesanan pasar. Pengusaha pisang aroma anggota PAPERMA dapat memaksimalkan pada potensi pasar saat ini dengan penambahan penjualan pada tempat/pusat oleh-oleh di Kota Wonosobo. Berdasarkan hasil wawancara dengan anggota PAPERMA, persaingan terbanyak terjadi di Kota Temanggung, sedangkan permintaan terbanyak terdapat di Kota Wonosobo karena sedikitnya persaingan dan produk

yang terdapat di kota tersebut. Dengan memperluas pangsa pasar, dapat dikatakan pula memperbesar bisnis/usaha. Hal ini dikarenakan jika pangsa pasar meningkat, maka tentu permintaan akan meningkat, kemudian jumlah produk yang dihasilkan juga harus meningkat, termasuk juga tenaga produksi akan meningkat.

Dari beberapa penjelasan tersebut, guna mengembangkan usaha para pengusaha pisang aroma anggota PAPERMA, penulis merencanakan menerapkan strategi bisnis yang tepat berdasarkan atas analisa situasi dan kondisi internal-eksternal. Selain itu perlunya suatu kajian yang mendalam yaitu studi kelayakan bisnis untuk mengetahui apakah pengembangan usaha pisang aroma layak atau tidak layak untuk dijalankan. Dalam studi kelayakan bisnis terdapat aspek-aspek yang akan dinilai dalam pengembangan usaha diantaranya aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, dan aspek keuangan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan memfokuskan pada judul **“Rencana Pengembangan Usaha Pada Pengusaha Pisang Aroma Anggota Paguyuban Persata Mandiri (PAPERMA) Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh para pengusaha pisang aroma yang tergabung dalam Paguyuban Persata Mandiri di sentra industri pisang aroma Desa Gesing
2. Apa saja peluang dan ancaman yang dihadapi para pengusaha pisang aroma yang tergabung dalam Paguyuban Persata Mandiri di sentra industri pisang aroma Desa Gesing
3. Bagaimana kelayakan pengembangan usaha pisang aroma dilihat dari aspek:
 - a. Pasar dan pemasaran
 - b. Teknis/Operasi
 - c. Manajemen dan Organisasi
 - d. Keuangan
4. Strategi apa yang harus dilakukan oleh para pengusaha pisang aroma yang tergabung dalam Paguyuban Persata Mandiri agar dapat mengembangkan usahanya dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis dan menggambarkan secara menyeluruh tentang rencana pengembangan para pengusaha pisang aroma dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal yang dikemukakan pada identifikasi masalah, yaitu :

1. Mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dan dihadapi oleh para pengusaha pisang aroma yang tergabung dalam Paguyuban Persata Mandiri.
2. Mengetahui faktor peluang dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh para pengusaha pisang aroma yang tergabung dalam Paguyuban Persata Mandiri.
3. Sejauh mana kelayakan pengembangan usaha pisang aroma di tinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknis/Operasi, Manajemen dan Organisasi, dan Aspek Keuangan.
4. Merumuskan strategi yang akan dilakukan oleh para pelaku usaha pisang aroma yang tergabung dalam Paguyuban Persata Mandiri dapat mengembangkan usahanya dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

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

1. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan
 - a. Peneliti sendiri, yaitu dapat memperoleh manfaat dengan bertambahnya ilmu dan pengetahuan pengembangan usaha terutama mengenai topik permasalahan yang diteliti sehingga wawasan yang bertambah ini dapat dipahami secara teoritis serta mampu diimplementasikan di masyarakat (praktis).

b. Peneliti lain, yaitu diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini, dapat memberikan manfaat berupa menambah informasi dan sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah keilmuan manajemen bisnis yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

2. Aspek Guna Laksana

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan masukan-masukan bagi pelaku UKM industri makanan ringan dalam mengembangkan usahanya dan bagi para pengusaha pisang aroma di sentra industri pisang aroma dalam mengembangkan usahanya



IKOPIN