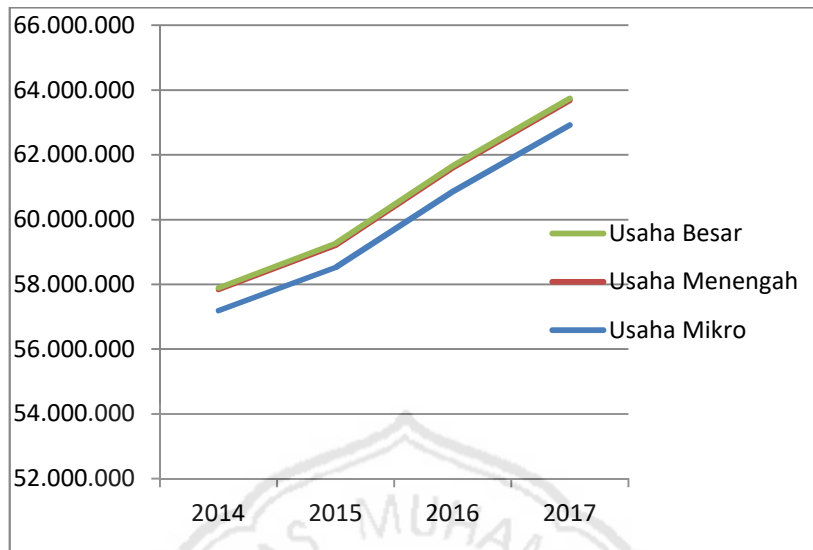


BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil – hasil pembangunan. Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit – unit usaha yang semakin bertambah baik usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Disisi lain persaingan perindustrian saat ini semakin ketat. Hal inilah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan industri. (Sumber data :Novianto, 2017). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) industri merupakan sebuah kesatuan unit usaha yang menjalankan suatu aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk menghasilkan barang maupun jasa yang berdomisili pada suatu tempat atau lokasi tertentu dan memiliki catatan administrasi masing – masing. Salah satu sektor industri yang menarik perhatian pemerintah adalah sektor industri kecil dan menengah (IKM) hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah unit usaha industri kecil di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Berikut ini data – data yang peningkatan UMKM tiap tahunnya :

Gambar 1.1 Perkiraan jumlah UMKM dari tahun 2014 – 2017



Sumber Data : Badan Pusat Statistik (BPS)

Pertumbuhan ekonomi nasional sangat ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah, sedangkan perekonomian daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah. Saat ini sekitar 90% pelaku ekonomi mayoritas adalah pelaku usaha UMKM yang terus tumbuh secara signifikan dan menjadi sektor usaha yang mampu menjadi penopang stabilitas perekonomian nasional (dppm.uui.ac.id). Industri kecil dan menengah merupakan sektor yang diharapkan dapat menciptakan kesempatan kerja karena pada sektor ini teknologi yang digunakan dalam proses produksinya lebih banyak menggunakan tenaga kerja manusia sehingga diharapkan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak. Industri kecil dan menengah juga memberikan dampak yang positif dalam perekonomian di Indonesia karena salah satu upaya dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Industri pengolahan terasi merupakan salah satu industri yang diminati oleh pelaku usaha karena pengerjaannya yang sederhana dan bahan baku yang mudah di dapat. Selain itu industri pengolahan terasi saat ini mampu menciptakan peluang bisnis baru bagi sebagian masyarakat di Indonesia baik masyarakat di perkotaan maupun masyarakat pedesaan. Industri pengolahan terasi saat ini juga banyak ditemui di berbagai wilayah. Salah satu daerah penghasil terasi di Indonesia yaitu Bangka, Cirebon, Lombok, Sidoarjo, Tuban, dan Madura (berada di wilayah Bangkalan dan Sumenep).

Rendahnya keterampilan teknis dari para pekerja berakibat pada sulitnya standarisasi produk. Begitu juga penggunaan teknologi produksi yang sederhana mengakibatkan mutu produk yang dihasilkan bervariasi. Nurmianto (2004) industri rumah tangga adalah industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari empat orang. Ciri industri ini memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya. Misalnya industri anyaman, industri kerajinan, industri tempe tahu, dan industri terasi. Indonesia merupakan negara yang strategis. Dilihat dari posisinya, negara Indonesia terletak antara dua samudera dan dua benua yang membuat Indonesia menjadi negara yang kaya akan sumber daya alamnya. Selain itu, Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar dengan luas lautan tiga per empat dari luas daratan. Hal tersebut membuat negara ini berpotensi untuk menghasilkan produk laut dalam jumlah yang besar. Menurut Departemen Perikanan dan Kelautan (2009) potensi lestari sumber daya udang di Indonesia mencapai 6,4 juta ton per tahun dengan tingkat pemanfaatannya baru 4,1 juta ton per tahun. Jika pemanfaatan udang meningkat hingga mencapai 6,4 juta ton per tahun, maka harus diimbangi dengan peningkatan baik dalam hal teknologi panganan maupun pengolahan pasca panen. Mengingat udang termasuk komoditi yang mudah busuk karena kandungan protein dan air yang cukup tinggi. Menurut Irawan (1995) udang hanya dapat bertahan 5-8 jam di udara terbuka sebelum mulai mengeluarkan bau busuk dan makin cepat membusuk bila tidak segera mendapat penanganan khusus sebagai tindakan pencegahan. Di daerah pesisir pengolahan udang dilakukan oleh industri rumah tangga sehingga tingkat produksi relatif kurang rendah dan kualitasnya kurang optimal. Hal ini tentu saja merupakan suatu masalah yang dapat mempengaruhi nilai produk yang dihasilkan. Istilah industri sendiri sering diidentikkan dengan kegiatan ekonomi manusia yang mengolah barang mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Dari definisi tersebut, istilah industri sering disebut sebagai kegiatan manufaktur (*manufacturing*). Padahal, pengertian industri sangatlah luas, yaitu menyangkut semua kegiatan manusia dalam bidang ekonomi yang sifatnya produktif dan komersial (Assauri, 2004).

Desa Puger Wetan merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Jember. Desa Puger Wetan merupakan desa yang jauh dari perkotaan. Jarak antara Kabupaten Jember dan Desa Puger Wetan dapat ditempuh dengan waktu sekitar 1 jam dengan perjalanan darat. Dapat dilihat dengan peta sebagai berikut :

Gambar 1.2 Jarak Kabupaten Jember dengan Kecamatan Puger



Desa Puger Wetan merupakan daerah penghasil terasi di Kabupaten Jember. Sebagai daerah yang terletak di pesisir pantai, sebagai besar desa Puger Wetan berprofesi sebagai nelayan. Salah satu hasil tangkapan nelayan yaitu udang. Udang merupakan udang yang berukuran kecil. Meskipun bentuknya sangat kecil hanya berukuran 2 sampai 3 sm dengan bening, namun udang memiliki kandungan gizi yang sangat baik untuk kesehatan. Beberapa kandungan gizi yang terdapat dalam udang diantaranya yakni protein, lemak, energi, karbohidrat, kalsium, fosfor, besi, vitamin A, dan vitamin B1. Udang bernilai ekonomis rendah. Di desa Puger Wetan untuk satu kilogram udangnya dihargai Rp. 2.500 –Rp. 5.000. Udang sendiri dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk membuat terasi. Rendahnya harga udang ini, merupakan peluang usaha pembuatan terasi bagi masyarakat Puger. Pembuatan terasi yang ada di Puger juga menggunakan cara tradisional. Cara tradisional sengaja dipertahankan guna untuk mempertahankan dari rasa terasi yang khas sehingga menjadi kekuatan bagi usaha industri terasi. Penduduk di desa Puger Wetan tiap tahunnya mengalami peningkatan sehingga menjadi peluang usaha bagi pengolahan

terasi. Dengan memanfaatkan penduduk di desa Puger Wetan yang tiap tahunnya mengalami peningkatan dapat menciptakan konsumen – konsumen baru bagi industri pengolahan terasi. Peningkatan penduduk di tiap tahunnya juga menjadi salah satu ancaman bagi pengolahan industri terasi. Dengan adanya peningkatan penduduk di tiap tahunnya menciptakan banyaknya pesaing – pesaing baru bermunculan. Mengingat pengolahan terasi mudah untuk ditiru, dan bahan baku yang mudah di dapat juga menjadi ancaman tersendiri bagi usaha industri pengolahan terasi. Berikut tabel data – data UMKM Terasi yang ada di desa Puger Wetan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data UMKM Terasi di desa Puger Wetan kabupaten Jember

No.	Nama Kompetitor	Alamat
1.	Terasi Sinar Terang	Jln. Pantai Puger, Jember
2.	Terasi Bu Bi'ah	Jln. Pantai Puger, Jember
3.	Terasi Bu Mita	Jln. Pantai Puger, Jember
4.	Terasi Bu Munah	Jln. Karto Sanjaya, Jember
5.	Terasi Bahari	Jln. Pantai Puger, Jember
6.	Terasi Al-Barakah	Jln. Karto Sanjaya, Jember
7.	Terasi Hj. Ariyatun	Jln. Suryonegoro, Jember

(Sumber data: UMKM Terasi di desa Puger Wetan , 2019)

Menjalankan suatu usaha tentunya mempunyai tujuan agar tetap mampu berkembang dan bersaing dengan kompetitornya sehingga penjualan dan pendapatan diharapkan selalu meningkat. Hal ini tidak terlepas dari pentingnya peran strategi bisnis yang diterapkan oleh setiap usaha termasuk industri pengolahan terasi. Dari aspek manajemen, dalam menjalankan usahanya masyarakat / mitra belum menerapkan manajemen usaha. Mitra belum membuat administrasi dan pembukuan usaha sehingga mitra tidak mengetahui apakah usaha yang dijalankan untung / rugi. Dari aspek pemasaran, masyarakat hanya mengandalkan komunikasi informal dari mulut ke mulut. Jangkauan pasar terbatas di pasar tradisional dan pesanan yang datang. Produk dipasarkan tanpa kemasan yang bagus. Pendistribusian produk ke konsumen hanya menggunakan kantong plastik kresek. Produk ditempatkan di tempat keranjang yang terbuka. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk terasi di desa Puger diperlukan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat pembuatan terasi agar

jangkauan pasar produk terbuka luas dan berdampak pada bertambahnya pendapatan masyarakat sehingga tingkat kesejahteraan masyarakat meningkat.

Permasalahan lain yang menyebabkan industri terasi masih kurang berkembang, misalnya kurang kreatifitas dalam mengolah terasi. Industri kecil / industri rumah tangga menghadapi kendala struktural – kondisional secara internal, seperti struktur permodalan yang relatif lemah dan juga dalam mengakses ke sumber – sumber permodalan yang seringkali terbentur masalah kendala jaminan (*collateral*) sebagai salah satu syarat perolehan kredit (Hanan, 2003). Perkembangan industri kecil / industri rumah tangga tidak lepas dari berbagai macam masalah. Ada beberapa masalah yang umum dihadapi oleh industri kecil / industri rumah tangga yaitu keterbatasan modal kerja atau modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia dengan kualitas yang baik (manajemen dan teknik produksi), kesulitan memperoleh informasi pasar, kesulitan pemasaran dan keterampilan teknis rendah, serta teknologi produksi sederhana. Agar usaha industri terasi dapat bertahan dan berkembang, maka dibutuhkan strategi pengembangan usaha yang tepat agar dapat memaksimalkan potensi usaha serta mengatasi persaingan antara industri terasi. Serta strategi – strategi yang disusun dengan memperhatikan lingkungan internal dan eksternal dari perusahaan tersebut. Menganalisis prospek suatu perusahaan akan digunakan pendekatan yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT berisi evaluasi faktor internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai, serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasarannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Faktor – faktor eksternal apa yang menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan ?
2. Faktor – faktor intenal apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi perusahaan ?
3. Bagaimana alternatif strategi pemasaran tepat untuk diterapkan pada UMKM Terasi Kecamatan Puger ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut maka peneliti ini mempunyai tujuan

1. Mengidentifikasi faktor – faktor perusahaan yang dapat menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan.
2. Mengidentifikasi faktor – faktor perusahaan yang dapat menjadi kekuatan dan kelemahan bagi perusahaan.
3. Menganalisis alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada UMKM Terasi Kecamatan Puger

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti dalam mengaplikasikan teori – teori yang didapatkan selama dalam proses perkuliahan yang memfokuskan pada pengembangan usaha.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat membantu industri Terasi untuk memperbaiki, mengevaluasi, atau mempertahankan kebijakan strategi pengembangan usaha yang telah diterapkan.
3. Bagi Akademisi
Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Selain itu juga sebagai tambahan referensi oleh para pengajar dikalangan akademisi untuk keperluan studi yang berkaitan dengan proses pemasaran.