

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, baik di negara sedang berkembang maupun negara maju. Menyadari betapa pentingnya UMKM, maka pemerintah mempunyai berbagai macam program untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Walaupun kecil dalam skala jumlah pekerja, aset dan omzet, namun peranan UMKM cukup penting dalam menunjang perekonomian. UMKM telah diatur secara hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah. UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi.

Di negara berkembang seperti Indonesia, UMKM dinyatakan sebagai sumber pertumbuhan kesempatan atau pendapatan. Fakta ini menunjukkan bahwa kesempatan kerja yang diciptakan oleh kelompok usaha jauh lebih banyak dibandingkan tenaga kerja yang bisa diserap usaha besar (Tambunan, 2012:1). Oleh karena itu, UMKM diharapkan terus berperan dalam upaya menanggulangi pengangguran yang setiap tahun jumlahnya semakin meningkat. Penyerapan tenaga kerja yang banyak menandakan bahwa UMKM mempunyai peran strategis dalam mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia. Apabila penyerapan tenaga semakin banyak, maka peranan UMKM dalam dalam memajukan perekonomian di Indonesia dianggap berhasil. Selain itu, fakta lain menyebutkan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia berada di daerah pedesaan. Jadi, kelompok usaha tersebut diharapkan sebagai penggerak utama pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di pedesaan.

Di Indonesia kulit merupakan salah satu hasil sisa dari pemotongan ternak yang melimpah namun kurang dimanfaatkan seperti kulit sapi,

kerbau, kuda, kambing, ikan, itik sampai ayam. Salah satu cara untuk mengatasi masalah tersebut, dengan cara meningkatkan hasil guna maka kulit dapat diolah menjadi kerupuk kulit (Muin : 2014). Hal tersebut dilakukan dengan dasar pemikiran dalam rangka diversifikasi hasil olahan produk hasil peternakan yang dapat meningkatkan nilai ekonomis dari kulit serta merupakan wadah yang baik dalam menciptakan lapangan kerja baru. Kulit kerbau merupakan bagian terluar dari tubuh kerbau. Biasanya kulit kerbau digunakan untuk membuat kerajinan, seperti wayang dan bedug. Tetapi dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan maka kulit kerbau bisa dimanfaatkan dan diolah menjadi makanan ringan yaitu rambak kulit kerbau. Para pengusaha lebih memilih kulit kerbau untuk dijadikan rambak kulit karena kulit kerbau lebih berserat dan bertekstur daripada kulit sapi, walaupun harganya lebih mahal daripada kulit sapi. Selain itu keahlian mereka hanya terbatas pada pengolahan rambak yang mereka dapatkan secara turun-temurun dari orang tuanya dan usaha ini dirasa sudah cukup menguntungkan bagi kehidupan mereka.

Salah satu UMKM yang dapat membuat dan menjual olahan kulit kerbau adalah industri rambak kulit kerbau di Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo. Industri rambak kulit ini terdiri dari beberapa UMKM yang memiliki bidang usaha yang sama yaitu produksi rambak kulit kerbau. Industri ini berada di satu kecamatan tetapi tersebar di beberapa desa, yang mana usaha ini terdiri dari satu keluarga besar yang memproduksi rambak kulit kerbau. Usaha ini pertama kali dirintis oleh Bapak Sahono Yoso pada tahun 1950, yang sekarang usaha tersebut sudah diturunkan kepada kedelapan anaknya dan juga cucu-cucunya.

Pengelolaan UMKM rambak kulit kerbau ini tidak terlepas dari manajemen strategi yang digunakan para pengusaha dalam mengembangkan usahanya. Di setiap lingkup usaha, baik kecil maupun besar penggunaan manajemen strategi sangat penting. Karena dengan adanya manajemen strategi dapat tersusun dan diperhitungkan dari berbagai sisi dengan tujuan agar rencana tersebut memberikan dampak

positif bagi usaha tersebut dalam jangka panjang. Setiap perusahaan dituntut agar bisa memahami kondisi dan arah persaingan bisnis, karena tidak mungkin membuat strategi bisnis jika seorang pebisnis tidak memiliki kemampuan menganalisis persaingan bisnis. Apabila kemampuan memahami lingkungan dengan baik maka keputusan bisnis dapat dirancang dengan tatanan yang strategis.

Strategi pengembangan bisnis sangat diperlukan dalam pengembangan usaha rambak kulit kerbau, karena rambak kulit kerbau belum banyak dikenal di kalangan masyarakat. Mereka lebih *familiar* dengan rambak kulit sapi daripada kulit kerbau. Untuk itu, perlu strategi pengembangan bisnis dalam memulai usaha ini. Strategi tersebut meliputi strategi produksi, strategi pemasaran, strategi sumber daya manusia, dan strategi keuangan. Hal ini diperkuat dengan penelitian (Lestari : 2019) yang menyatakan bahwa strategi yang diterapkan oleh para pengusaha rotan terbagi dalam empat hal yaitu strategi produksi, strategi pemasaran, strategi sumber daya manusia, dan strategi keuangan.

Diharapkan dengan adanya strategi pengembangan bisnis membuat perkembangan industri rambak kulit kerbau semakin lebih maju. Strategi produksi akan membuat kualitas barang yang diproduksi semakin baik. Strategi pemasaran akan membuat barang yang diproduksi semakin dikenal oleh masyarakat luas sehingga barang akan mudah terjual. Strategi keuangan berhubungan dengan bagaimana pengusaha mengatur keuangan perusahaan, apabila strategi keuangan dijalankan baik maka kesejahteraan perusahaan juga akan terjamin.

Berdasarkan kondisi ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA INDUSTRI RAMBAK KULIT KERBAU DI KECAMATAN MOJOLABAN KABUPATEN SUKOHARJO.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi produksi dalam pengembangan bisnis rambak kulit kerbau di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo?
2. Bagaimana strategi pemasaran dalam pengembangan bisnis rambak kulit kerbau di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo?
3. Bagaimana strategi keuangan dalam pengembangan bisnis rambak kulit kerbau di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis tentang strategi produksi dalam pengembangan bisnis rambak kulit kerbau di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo.
2. Menganalisis tentang strategi pemasaran dalam pengembangan bisnis rambak kulit kerbau di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo.
3. Menganalisis tentang strategi keuangan dalam pengembangan bisnis rambak kulit kerbau di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu ekonomi manajemen bisnis mengenai strategi pengembangan bisnis pada industri rambak kulit kerbau di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, dapat menambah pengetahuan mengenai strategi pengembangan bisnis yang terdapat pada industri rumah tangga di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo.
- b. Bagi pengusaha, dapat memeberikan masukan dan bahan pertimbangan untuk pengusaha terkait strategi pengembangan bisnis yang akan digunakan dalam industri rambak kulit kerbau di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo.