

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) mempunyai peran sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara, baik negara berkembang seperti Indonesia maupun negara maju. Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia sejak pertengahan Juli 1997 mengakibatkan banyak usaha bersekala besar mengalami kebangkrutan menurut Nurjanah et al. (2020). Hal ini berdampak pada berbagai masalah seperti pengangguran dan kemiskinan di Indonesia, namun disisi lain masih banyak sektor UMKM yang tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi tersebut.

Peraturan Pemerintah tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terdapat di Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Bab II Pasal 3, Bab III Pasal 5b dan 5c yang menyatakan:

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi berkeadilan. Selanjutnya Bab III Pasal 5b tujuan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Sedangkan Bab III pasal 5c meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan menengah dalam membangun daerah, penciptakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengetasan rakyat dari kemiskinan.

Menurut Wahyudi (2012) Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, berbagai upaya pengembangan UMKM telah dilakukan dengan cara memberikan keterampilan kepada pelaku UMKM. Keterampilan yang kreatif dapat membangkitkan dan memperbanyak produk baru yang diminati konsumen, menciptakan lapangan kerja baru, dan menambah penghasilan keluarga.

Berikut ini tabel Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), dan Usaha Besar tahun 2020:

Tabel 1.1. Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), dan Usaha Besar Tahun 2020

Indikator	Jumlah (Unit)	Pangsa (%)
Unit Usaha (A+B)	62.928.077	100%
A. UMKM	62.922.617	99,99
Usaha Mikro	62.106.900	98.70%
Usaha Kecil	757.090	1,20%
Usaha Menengah	58.627	0.11%
B. Usaha Besar	5.460	0.01%

Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM, 2020

Menurut Hemasdika (2017) Pengembangan industri pengolahan pangan didukung adanya sumber daya alam pertanian, baik nabati maupun hewani yang mampu menghasilkan berbagai macam produk olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam lokal maupun impor. Saat ini Indonesia memiliki banyak produk pangan yang diangkat dari jenis pangan lokal maupun impor dan diolah secara tradisional. Jumlah dan jenis produk pangan menjadi semakin beragam dengan berkembangnya produk lokal.

Kripik merupakan salah satu makanan ringan yang bersumber dari berbagai jenis bahan seperti kedelai, yang telah diolah secara tradisional agar dapat langsung dikonsumsi (Elfiana & Martina, Sajari. 2018). Menurut (Mardhiyah A & Feby A 2020) kripik adalah jenis makanan ringan terbuat dari berbagai umbi-umbian, buah-buahan, maupun sayuran yang digoreng dengan minyak nabati. Usaha pembuatan kripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi merupakan industri rumahan yang mempunyai produk utama yaitu kripik tempe. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, pemilik usaha kripik tempe menggunakan bahan utama kedelai pilihan sebagai bahan dasar pembuatan tempe. Menurut (Sudaryanto, Ragimun, and Wijayanti 2012) kedelai merupakan komoditas terpenting ketiga setelah padi dan jagung. Selain itu, kedelai juga merupakan komoditas palawija yang kaya akan protein. Kedelai segar sangat dibutuhkan dalam industri pangan khususnya pada usaha pembuatan kripik tempe yang ada di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi. Proses produksinya masih menggunakan cara tradisional yang digoreng menggunakan tungku dari kayu

bakar serta pengemasan menggunakan api lilin yang dipakai untuk merapikan kemasan plastik keripik tempe.

Industri keripik tempe ini mengelompok pada satu desa sehingga membentuk suatu sentra industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi. Persaingan yang kompetitif pun terjadi dikarenakan produk yang dihasilkan bersifat sejenis (homogen). Pengusaha yang tidak bisa mempertahankan kualitas produksinya maka akan mengalamikemunduran. Di Desa Karangtengah Prandon ini terdapat 88 pengusaha keripik tempe, 154 pengusaha tempe, dan 135 pengusaha lainnya seperti pengusaha tahu, batik, dan industri pengolahan makanan atau minuman. Jumlah industri atau kerajinan di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi Tahun 2016, disajikan pada Tabel 1.2:

Tabel 1.2. Jumlah Industri atau Kerajinan di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi Tahun 2021

No	Nama Produk	Pengusaha
1	Keripik Tempe	88
2	Tempe	154
3	Lainnya	135
Jumlah		377

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Gumelar (2009) Kendala yang sering dihadapi oleh pengusaha kripik tempe di Desa Karangtengah Prandon adalah akses pemasaran. Karena rata-rata pengusaha kripik tempe memasarkan produksinya menggunakan saluran tidak langsung, yakni pemasaran melalui perantara atau dijual ke pengepul guna mendapatkan kepastian produksi dan modal yang dikeluarkan bisa cepat kembali.

Kripik tempe sendiri merupakan jenis makanan ringan atau cemilan yang menjadi produk unggulan ataupun oleh-oleh khas dari Kabupaten Ngawi yang memiliki bermacam-macam merek. Sebagai kategori bisnis yang sangat berkembang Kripik Tempe diharapkan selalu berinovasi untuk mengembangkan usahanya agar mampu bersaing dengan industri lain. Oleh karena itu diperlukan adanya pengembangan bisnis dengan perencanaan strategi yang baik untuk masa sekarang dan mendatang. Semua produk yang

dipasarkan pasti akan mengalami naik turun atau pasang surutnya penjualan karena konsumen berada pada titik jenuh terhadap produk biasanya dikenali dengan daur hidup produk, oleh karena itu diperlukan analisis *SWOT* untuk menghindari penurunan terhadap nilai produk.

Tujuan dalam membuat bisnis tentunya ingin memperoleh laba dari bisnis yang digelutinya dan sehingga para pembisnis mampu bersaing dengan kompetitor lainnya menurut Wisnu (2014), maka diharapkan penjualan produk akan selalu mengalami peningkatan. Sehingga untuk meningkatkannya diperlukan juga strategi bisnis atau usaha yang diterapkan sesuai dengan bisnis atau usaha yang sedang dijalankan. Sedangkan menurut pendapat Faruq & Usman (2016) strategi adalah rencana untuk melakukan tindakan bagi manajemen agar mampu bersaing secara sehat dan sukses dan menguntungkan berdasarkan berbagai pilihan yang telah dipertimbangkan sebelumnya.

Strategi yang akan digunakan untuk mengembangkan usaha Kripik Tempe yaitu strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi, dan strategi diversif. Melalui keempat strategi tersebut diharapkan usaha Kripik Tempe semakin berkembang dengan pesat dan mampu bersaing dengan kompetitor lain. Untuk mengetahui strategi yang tepat diperlukan suatu perusahaan dapat menggunakan analisis *SWOT*. Menurut Nisak (2013) bahwa Analisis *SWOT* membantu perusahaan dalam menganalisis faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan sesuai peluang dan ancaman yang dihadapinya, sehingga mampu menentukan strategi terbaik untuk mengembangkan bisnisnya.

Dalam pengembangan usaha industri khususnya yang ada di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi memiliki permasalahan dalam melakukan aktivitas usaha. Permasalahan yang terjadi seringkali menyebabkan tidak efektifnya pengusaha untuk menjalankan suatu bisnisnya. Dengan permasalahan yang terjadi bahwa Kripik Tempe memerlukan strategi untuk mengembangkan bisnisnya melalui analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) untuk mengetahui tentang adanya

kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan di hadapi dalam bisnis.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang "Strategi Pengembangan Usaha Industri Pembuatan Kripik Tempe Di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang dapat diteliti adalah:

1. Bagaimana kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) terhadap usaha industri kripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi?
2. Bagaimana strategi SWOT (SO, WO, ST, dan WT) dalam pengembangan industri kripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian tentang strategi pengembang usaha industri kripik tempe ini mempunyai tujuan:

1. Mendeskripsikan kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) terhadap usaha industri kripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi.
2. Mendeskripsikan strategi SWOT (SO, WO, ST, dan WT) dalam pengembangan usaha industri kripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah disebutkan di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat teoritis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk

penelitian selanjutnya dan berkontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya teori strategi dalam pengembangan usaha dan analisis SWOT.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan membantu para pemilik usaha kripik tempe untuk dapat menjadi tambahan informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang di terapkan pada pengembangan usaha industri kripik tempe di Desa Karangtengah Prandon, Kecamatan Ngawi.

b. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman maupun tambahan pengetahuan mengenai strategi pengembangan pada UMKM khususnya pengusaha Kripik Tempe yang ada di Desa Karangtengah Prandon, Kecamatan Ngawi.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai masukan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan bidang pengembangan usaha UMKM khususnya pada pengusaha kripik tempe di Desa Karangtengah Prandon, Kecamatan Ngawi.