

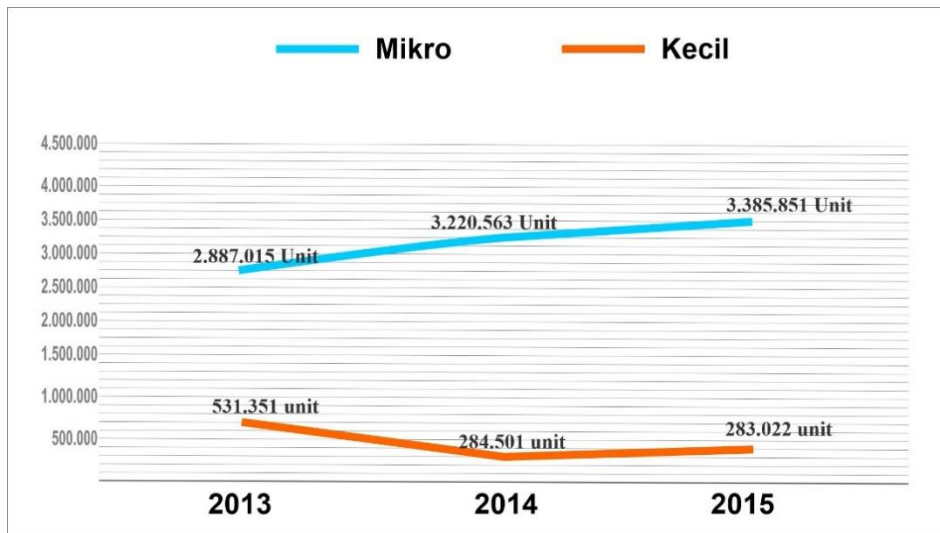
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara berkembang yang memiliki populasi besar dan banyak orang yang tinggal di dalamnya. Sejak zaman penjajahan, dua masalah paling mendesak di Indonesia adalah kemiskinan dan pengangguran. Pelaksanaan pembangunan secara sadar, murni dan berhasil serta berorientasi pada penyediaan lapangan kerja dan perluasan serta pemerataan pendapatan bagi seluruh masyarakat merupakan cara untuk mengatasi kesulitan – kesulitan yang ditimbulkan (Putri, 2019).

Menurut Adibah (2018), UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) mengerakkan perekonomian, pengurangan pengangguran, menyediakan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan, dan pengembangan identitas nasional yang khas semuanya sangat dibantu oleh usaha kewirausahaan UMKM. Sektor UMKM, yang mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah, merupakan ranah bisnis di Indonesia yang ditandai dengan keberadaan entitas komersial yang signifikan. Berdasarkan data yang disampaikan BPS, diketahui bahwa perkembangan industri mikro dan kecil di Indonesia dari tahun 2013 hingga 2015 mengalami lonjakan industri mikro, sementara industri kecil berkembang semakin menyusut setiap tahunnya. Jumlah usaha mikro di Indonesia melebihi jumlah usaha kecil di Indonesia. Jumlah usaha mikro pada tahun 2013 sebanyak 2.887.015, sedangkan jumlah usaha kecil hanya 531.351 unit. Pada tahun 2014, terdapat 3.220.563 usaha mikro, naik dari tahun 2013 yang hanya berjumlah 284.501 usaha kecil. Namun, jumlah perusahaan besar turun dari tahun sebelumnya menjadi 284.501 pada tahun 2014. Jumlah usaha mikro kembali meningkat pada tahun 2015, mencapai 3.385.851, sementara jumlah perusahaan kecil terus turun, hanya mencapai 283.022 unit (Idah , 2019)



Gambar 1.1 Perkembangan UMKM di Indonesia 2013 -2015
Sumber : BPS (2015)

Kontribusi yang cukup besar dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menggarisbawahi keharusan untuk memperkuat sektor ini. UMKM dapat meningkatkan peluang mereka untuk bertahan hidup dan daya saing terhadap perusahaan yang lebih besar dengan menerapkan praktik manajemen yang efisien. Kategori manajemen umum meliputi fungsi pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan.

Menurut Hartono (2020), Analisis strategi mencakup kerangka "segitiga strategis", yang terdiri dari tiga elemen kunci: Pelanggan, Pesaing, dan Bisnis. Pertumbuhan suatu industri biasanya dikaitkan dengan kemampuannya untuk mempertahankan basis pelanggan yang konsisten, bersaing secara efektif dalam pasar yang ramai, dan menunjukkan praktik manajemen bisnis yang kuat. Penekanan utama banyak perusahaan dan badan usaha, termasuk usaha kecil dan menengah, adalah pada usaha produksi dan operasionalnya, khususnya di bidang pembuatan produk. Untuk mempertahankan daya saing, bisnis harus memprioritaskan pengembangan dan implementasi inisiatif strategis yang ditujukan untuk mempertahankan dan meningkatkan operasi mereka saat ini.

Industri kreatif Indonesia telah mendapatkan perhatian yang signifikan atas kontribusinya. Sesuai data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pangsa ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 7,16% pada tahun 2018. Pada tahun 2020, ekonomi kreatif berpotensi memberikan kontribusi sebesar Rp 1.100 triliun terhadap perekonomian Indonesia. Selain mendorong output perekonomian Nasional, sektor ini mendorong perkembangan kreatif masyarakat Indonesia, persaingan bisnis yang sehat, inovasi perusahaan di berbagai industri, dan kemampuan untuk menurunkan tingkat pertumbuhan pengangguran Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa

peran sektor usaha kreatif dalam pertumbuhan perekonomian nasional sangatlah penting. Salah satu sektor industri kreatif yang selama ini terus berkembang adalah usaha kerajinan (Syarifuddin, 2022).

Industri kreatif harus dibina di Indonesia karena berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah. Pertama, sektor industri kreatif memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian melalui peningkatan lapangan kerja, ekspor, dan produk domestik bruto. Kedua, menumbuhkan iklim usaha yang kondusif yang mempengaruhi industri lain. Ketiga, membangun citra dan identitas bangsa, meliputi pariwisata, lambang negara, pengembangan budaya, warisan budaya, dan lima nilai lokal. Keempat, berdasarkan sumber daya terbarukan seperti sains dan imajinasi yang ditingkatkan. Kelima, menumbuhkan inovasi dan kreativitas sebagai keunggulan kompetitif bangsa. Terakhir, dapat memberikan efek sosial yang positif, seperti peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial (Jefri, 2021).

Industri UMKM Gitar di Kecamatan Baki tentu saja mempunyai strategi pengembangan yang khusus dan unik yang dapat membedakan bisnis dari pesaing. Selain menjual gitar pengusaha memberikan pelatihan musik atau kursus gitar. Penggunaan bahan lokal seperti kayu khas daerah Sukoharjo hal ini akan memberikan karakteristik tersendiri pada gitar yang di produksi. UMKM Gitar Sukoharjo mempunyai merk dan logo tersendiri agar mudah dikenali oleh konsumen. Membuat desain gitar khusus yang dapat menarik konsumen. Kerjasama dengan toko musik akan membantu mencapai bisnis pelanggan yang lebih besar. Selain itu penjualan online dan ekspor memanfaatkan penggunaan teknologi dan platform e-commerce untuk memasarkan gitar secara global dan dapat menjangkau pasar internasional. Mengikuti acara budaya seperti festival musik yang melibatkan penggunaan gitar seperti konser gitar atau lomba musik akan mempromosikan gitar sebagai alat musik yang penting dalam budaya setempat. UMKM Gitar Sukoharjo menciptakan gitar custom yang dapat disesuaikan dengan keinginan dan preferensi konsumen. Strategi-strategi tersebut dapat membantu mengembangkan UMKM Gitar Sukoharjo dengan cara unik dan menarik. Selalu mempertimbangkan pasar kebutuhan pelanggan dalam merancang strategi pengembangan yang tepat.

UMKM Gitar Sukoharjo merupakan salah satu klaster UMKM yang ada di lingkungan Sukoharjo. Sentra produksi gitar yang terletak di Desa Mancasan, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo ini diharapkan dapat menjadi komponen fundamental ekonomi kreatif. Perusahaan manufaktur tersebut di atas memainkan peran penting dalam mengurangi tingkat pengangguran secara strategis dan menambah pendapatan daerah.

Dampak lapangan kerja industri kerajinan gitar sangat signifikan karena memberikan kesempatan kerja bagi tenaga kerja yang cukup besar. Tujuannya adalah untuk mengurangi tingkat pengangguran dan memanfaatkan sumber daya alam asli secara efisien.

UMKM Gitar Sukoharjo memiliki potensi yang besar untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar Solo. Masalah yang dihadapi antara lain terkait pengelolaan yang kurang optimal, mulai dari manajemen produksi, keuangan hingga pemasaran (Budiatmo, 2022).

Menurut Naufalin (2020), diperlukan pendekatan strategis untuk mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang pesat sambil memitigasi tantangan yang mereka hadapi dan meningkatkan daya saing mereka. Rencana pengembangan UMKM disusun melalui analisis SWOT yang komprehensif dengan mempertimbangkan faktor internal kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal peluang dan ancaman. SWOT digunakan untuk mencari tahu apa kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta peluang dan tantangan apa yang dihadapi dari luar (Nasrulsyah, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Amin Dwi Ananda dan Dewi Susilowati (2017), Strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) industri kreatif di kota Malang. Pemeriksaan dilakukan dengan menggunakan metodologi analisis SWOT. Penyusunan strategi sukses pengembangan usaha atau industri kreatif sangat bergantung pada adanya sinergitas kerjasama antar semua sektor industri kreatif, baik pemerintah maupun swasta. Sementara, penelitian Ariani dan Mohamad Nur Utomo (2017), analisis yang dilakukan menggunakan analisis SWOT Berdasarkan analisis internal dan eksternal UMKM kota Tarakan dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama adalah strategi *Growth* (pertumbuhan) dimana UMKM kota Tarakan memanfaatkan seluruh kekuatan UMKM yaitu mempertahankan kualitas dari bahan baku, legalitas/ijin produk yang masuk dalam kualifikasi, harga yang tetap bersaing dan melakukan peningkatan SDM di dalam UMKM di kota Tarakan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis melakukan penelitian dengan judul : “ Strategi Pengembangan UMKM Sektor Pengrajin Gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas penulis merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu : Bagaimanakah strategi pengembangan UMKM berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan oleh pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo menggunakan Analisis SWOT ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian diatas adalah untuk mendiskripsikan strategi pengembangan UMKM berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan oleh pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo dilihat dari Analisis SWOT.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan analisis dan permasalahan tersebut diatas ada beberapa manfaat penelitian yang akan dicapai:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti akan mengkaji teori tentang strategi pengembangan UMKM Sektor Pengrajin Gitar dengan menggunakan analisis SWOT.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi dan pijakan pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi pengembangan UMKM dengan menggunakan analisis SWOT.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran tentang strategi pengembangan UMKM dengan menggunakan analisis SWOT.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran tentang strategi pengembangan UMKM dengan menggunakan analisis SWOT.