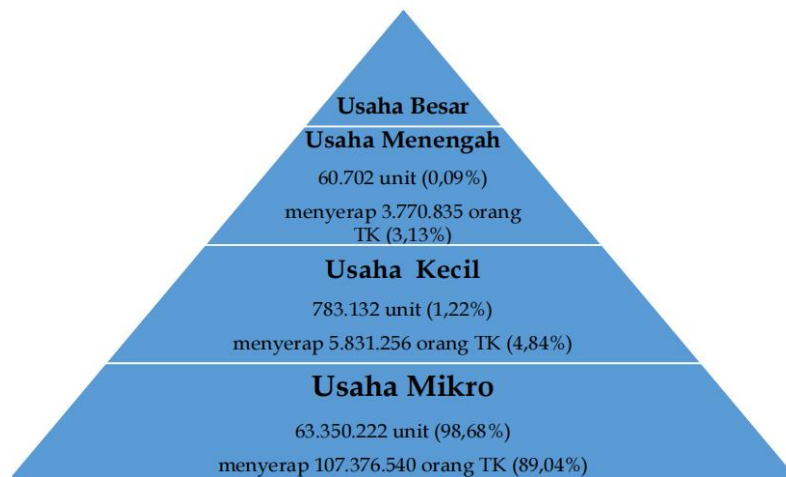


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun suatu daerah, tidak terkecuali di Desa Murtajih Kecamatan Pademawu . Menurut, perkembangan ekonomi dunia akan didominasi oleh usaha kecil dan menengah, dengan kata lain negara yang memiliki jaringan yang kuat pada usaha kecilnya akan berhasil dalam persaingan dipasar global. Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan suatu desa. (Haryanto et al., 2023)



Gambar 1.1 Kondisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia 2018

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2018

Sejak kemunculannya di akhir tahun 2019, virus Covid-19 telah menyebar di seluruh dunia. Dengan cepatnya penyebaran Covid-19, dampak perlambatan ekonomi global mulai dirasakan di dalam negeri. Mulai dari harga minyak bumi yang jatuh ke arah terendah sejak 1991, bursa saham yang terjun bebas, serta harga komoditas lain seperti gas dan minyak sawit

diperkirakan juga akan tertarik ke bawah apabila permintaan tidak segera pulih. Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang terdampak oleh penyebaran virus ini. Ketua Bali Tourism Board (BTB)/ Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI) Bali, Ida Bagus Agung Partha Adnyana mengatakan telah terjadi 40.000 pembatalan hotel dengan kerugian mencapai Rp1 triliun setiap bulan (CNN Indonesia,2020).

Lesunya sektor pariwisata memiliki efek domino terhadap sektor UMKM, terutama yang bergerak di bidang makanan, minuman, serta kerajinan tangan. Berdasarkan data P2E LIPI, usaha mikro di bidang makanan dan minuman mengalami penurunan hingga 27%, sedangkan usaha kecil dan menengah masing-masing terdampak sebesar 1,77% dan 0,07%. Dampak serupa juga dirasakan oleh pelaku usaha kerajinan kayu dan rotan, dengan penurunan signifikan pada skala mikro sebesar 17,03%. Penurunan ini menunjukkan keterkaitan erat antara sektor pariwisata dan keberlangsungan UMKM, khususnya yang berada di wilayah destinasi wisata. Tidak hanya itu, konsumsi rumah tangga nasional turut terkoreksi antara 0,5% hingga 0,8%. Padahal, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan menyumbang 60% terhadap produk domestik bruto serta menyerap 97% tenaga kerja nasional. Maka, kebangkitan sektor pariwisata menjadi salah satu kunci penting dalam memulihkan kinerja UMKM secara menyeluruh (Saragih, 2020).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementrian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2019 adalah lebih kurang 66 juta unit, sedangkan jumlah usaha besar adalah 5.637 unit. Pada periode tahun 2018-2019 menunjukkan bahwa ada peningkatan jumlah unit usaha sebesar 1,98%, sedangkan persentase kenaikan untuk usaha besar hanya 1,58%. (Indonesia, 2018-2019) Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah UMKM lebih besar bila dibandingkan dengan jumlah usaha besar yang ada di Indonesia. Data ini membuktikan UMKM Jurnal Pengabdian UMKM, Volume 1 Nomor 1 39 memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya

menyumbangkan jumlah Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup tinggi (Novila Sari, 2022).

Disetiap negara berkembang salah satu hal yang menjadi prioritas utama dalam melaksanakan kegiatan negaranya yaitu pembangunan nasional, begitu pula halnya dengan negara Indonesia. Salah satu hal yang diperhatikan dalam pembangunan nasional di Indonesia adalah di bidang ekonomi. Untuk mewujudkan pembangunan nasional di bidang ekonomi bukan hanya menjadi tanggung jawab dari pemerintah pusat tetapi juga tanggungjawab dari pemerintah daerah. Dengan adanya Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah yang mempunyai wewenangan luas dalam membangun potensi daerahnya. Salah satu yang menjadi potensi di tiap daerah adalah keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Nasional. Karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan pemerataan distribusi hasil-hasil pembangunan, dengan adanya UKM pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang (Sholikah, 2020).

Kabupaten Pamekasan, merupakan salah satu daerah yang terkenal dengan produk kerajinan tas rajut. Kerajinan ini tidak hanya menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat setempat, tetapi juga menjadi bagian dari identitas budaya mereka. Namun, seperti banyak UMKM lainnya, para pengrajin tas rajut di Desa Murtajih menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk mereka, mulai dari keterbatasan akses ke pasar hingga kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran modern.

Menurut data dari Dinas Koperasi dan UKM Pemerintah Kabupaten Pamekasan, terdapat sekitar 195.510 pelaku UMKM yang tersebar di 178 desa dan 11 kelurahan di 13 kecamatan. Dari jumlah tersebut, 78.249 di antaranya telah memiliki izin usaha, sementara sisanya masih menjalankan usaha tanpa legalitas formal. Meski angka kepemilikan izin usaha cukup tinggi, hanya pelaku UMKM di Kecamatan Kota Pamekasan yang sudah mampu memasarkan produk mereka secara berani. Hal ini terjadi karena wilayah kota memiliki akses internet yang lebih memadai dibandingkan

dengan 12 kecamatan lainnya yang masih terkendala jaringan. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih adanya kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi digital antar wilayah, yang tidak hanya membatasi peluang ekonomi tetapi juga mencerminkan ketimpangan akses informasi dan kapasitas pengembangan. Padahal, di balik angka tersebut, terdapat para pelaku UMKM yang menggantungkan harapan hidup pada usaha kecil yang mereka kelola. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah untuk tidak hanya membangun infrastruktur digital, tetapi juga memastikan bahwa setiap pelaku usaha, di desa maupun kota, memiliki kesempatan yang sama untuk tumbuh dan berkembang di era digital (Diskopukmnaker,2025).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pamekasan tahun 2022, sektor kerajinan menyumbang sekitar 15% dari total UMKM di wilayah tersebut. Khususnya di Desa Murtajih, terdapat sekitar 50 unit usaha kerajinan tas rajut yang sebagian besar dikelola oleh kelompok perempuan. Potensi besar ini perlu didukung dengan strategi pemasaran yang efektif agar mampu bersaing di pasar lokal maupun nasional. Kabupaten Pamekasan, merupakan salah satu desa yang dikenal dengan kerajinan tas rajutnya. Produk ini tidak hanya diminati di pasar lokal tetapi juga berpotensi untuk merambah pasar yang lebih luas. Jaringan sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp memiliki peran penting dalam mempromosikan produk UMKM. Melalui platform-platform ini, pelaku usaha dapat berbagi informasi produk, mengunggah foto-foto menarik, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Selain itu, jaringan sosial juga memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan fitur-fitur seperti iklan berbayar, analitik, dan berbagai alat pemasaran digital lainnya untuk meningkatkan penjualan.

Desa Murtajih yang terletak di Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan, memiliki potensi besar dalam bidang kerajinan tangan, terutama produk tas rajut. Kerajinan ini tidak hanya menjadi produk unggulan desa tetapi juga cerminan dari kreativitas dan keterampilan masyarakat setempat. Tas rajut dari Desa Murtajih memiliki daya tarik yang unik karena desainnya yang khas, penggunaan bahan berkualitas, dan keahlian pengrajinnya. Namun, meskipun produk ini memiliki potensi besar, UMKM pengrajin tas rajut

menghadapi tantangan besar dalam pemasaran produknya secara luas. jaringan sosial memiliki peran penting dalam mendukung pemasaran UMKM. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, pelaku UMKM dapat mempromosikan produk mereka secara lebih luas tanpa terbatas oleh geografi. Selain itu, jaringan sosial juga memungkinkan pelaku usaha untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, menerima umpan balik secara langsung, dan memperbarui konsumen tentang produk-produk terbaru mereka.

Penelitian ini mencoba membangun sebuah penelitian baru tentang jaringan sosial yang terjadi pada kerajinan UMKM kerajinan tas rajut merujuk pada hubungan individu atau kelompok untuk membentuk suatu jaringan yang saling berinteraksi satu sama lain dengan didasarkan atas rasa kepercayaan didalamnya yang sudah dijaga bersama-sama dan kemudian memicu terbentuknya suatu norma yang mendasari hubungan sosial yang berlangsung berulang kali antara individu atau kelompok tersebut. Hal ini juga dapat diamati pada proses pemasaran kerajinan tas rajut yang semakin meluas ke berbagai daerah di kabupaten pamekasan.

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam era digital saat ini, jaringan sosial menjadi sarana strategis untuk mempromosikan prduk dan memperluas pasar. Desa Murtajih, yang terletak di Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan, dikenal sebagai salah satu sentra produksi kerajinan tas rajut. Produk-produk kerajinan ini memiliki nilai seni dan kualitas yang tinggi, namun tantangan terbesar yang dihadapi adalah bagaimana meningkatkan jangkauan pasar dan pemasaran produk tersebut(Sulastri,2022).

Riset ini bertujuan untuk mengkaji jaringan sosial dalam mendukung pemasaran UMKM kerajinan tas rajut di Desa Murtajih. Dengan memahami bagaimana jaringan sosial dapat dimanfaatkan secara optimal, diharapkan para pelaku UMKM di daerah ini dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang dapat diperoleh oleh peneliti, yaitu:

Bagaimana Jaringan Sosial Dalam Meningkatkan Pemasaran Tas Rajut Di Desa Murtajih Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan?

1.3 Tujuan Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana masalah untuk meningkatkan pemasaran oleh pelaku UMKM dan mendukung pemasaran produk tas rajut mereka dan kendala pembuatan tas rajut yang di alami pelaku UMKM dalam pembuatan tas rajut.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini di lakukan dengan harapan dapat di jadikan sebagai pengembangan ilmu modal sosial khususnya dalam pemasaran kerajinan tas rajut.. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai media Pustaka dengan penelitian kualitatif.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman mengenai uraian tentang kendala pembuatan dan pemasaran tas rajut.
2. Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat dijadikan sebagai fasilitas berpikir secara ilmiah tentang kendala kendala dan pemasaran pelaku UMKM.