

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin bertambahnya tahun, semakin bertambahnya penduduk di Indonesia dan semakin banyak juga angka pengangguran di Indonesia. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah peran yang besar dalam Pembangunan ekonomi Nasional, selain itu UMKM juga bisa mengurangi angka pengangguran di Indonesia dikarenakan adanya penyerapan tenaga kerja. Perhatian pada pengembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. menurut (Primiana,2009) pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan khususnya bagi negara-negara yang memiliki *income* perkapita yang rendah.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Biro Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2000, tiga tahun pasca krisis (tahun 1997) saja sektor UMKM telah mampu memberikan kontribusi yang mengesankan, yaitu dalam total pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional Tahun 2000 sebesar 4,9 persen sebanyak 2,8 persen berasal dari pertumbuhan sektor UMKM (Primiana,2009). UMKM memiliki peranan yang strategis dalam pembangunan perekonomian Indonesia dengan kontribusi sektor UMKM yang besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Pengembangan suatu UMKM tersebut berdampak meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan juga sebagai pencipta lapangan kerja. Salah satu upaya pemerintah adalah dengan dicanangkannya program “*One Village, One Product*” pada tahun 2007. Program ini bertujuan untuk membangun kemandirian dan kesejahteraan ekonomi lokal dengan mengeksplorasi sumber

daya khas yang dimiliki oleh tiap-tiap daerah melalui pembuatan produk kebanggaan lokal. Produk kebanggaan lokal yang mendominasi program ini adalah kerajinan dan makanan.

Industri makanan memiliki kemampuan besar dalam penyerapan tenaga kerja. Industri makanan juga tersebar luas diseluruh pelosok Indonesia dengan basis potensi produksi di berbagai wilayah, salah satunya di Jawa Timur. Kinerja para pelaku industri makanan di Jawa Timur saat ini menunjukkan pencapaian yang mengesankan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM dan Tenaga Kerja Provinsi Jawa Timur (2016)

	KABUPATEN/KOTA	JUMLAH	
		UMKM	TENAGA KERJA
1	PACITAN	181.115	221.784
2	PONOROGO	207.561	306.487
3	TRENGGALEK	143.455	194.016
4	TULUNGAGUNG	181.409	280.424
5	BLITAR	255.622	406.719
6	KEDIRI	251.493	395.355
7	MALANG	414.516	826.375
8	LUMAJANG	196.446	287.251
9	JEMBER	424.151	729.962
10	BANYUWANGI	296.706	501.379
11	BONDOWOSO	172.378	277.434
12	SITUBONDO	156.727	263.547
13	PROBOLINGGO	235.286	397.327
14	PASURUAN	248.802	403.965
15	SIDOARJO	171.264	306.481
16	MOJOKERTO	155.410	262.651
17	JOMBANG	188.614	328.380
18	NGANJUK	201.463	322.229
19	MADIUN	146.562	242.654
20	MAGETAN	154.800	233.043
21	NGAWI	185.312	309.653
22	BOJONEGORO	281.967	471.481
23	TUBAN	223.998	370.537
24	LAMONGAN	252.734	421.825
25	GRESIK	168.393	239.182
26	BANGKALAN	166.768	210.003
27	SAMPANG	195.215	264.569
28	PAMEKASAN	195.554	257.481
29	SUMENEP	269.005	486.196
30	KOTA KEDIRI	29.306	51.039
31	KOTA BLITAR	21.291	35.439
32	KOTA MALANG	77.778	141.906
33	KOTA PROBOLINGGO	26.125	41.120
34	KOTA PASURUAN	24.257	44.520
35	KOTA MOJOKERTO	17.480	31.212
36	KOTA MADIUN	22.662	41.557
37	KOTA SURABAYA	260.762	466.779
38	KOTA BATU	23.544	45.477
JAWA TIMUR		6.825.931	11.117.439

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur (diskopumkm.jatimprov.go.id)

Dari data tabel 1.1 , bisa dilihat bahwa Provinsi Jawa Timur memiliki potensi yang sangat mengesankan untuk UMKM total ada 6.825.931 unit dan jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan sekitar 11.117.439 Orang.

Salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang memiliki potensi dalam sektor UMKM adalah Kabupaten Lamongan. Kepala Dinas Koperasi Industri dan Perdagangan (Diskopindag) Lamongan Setyo Basuki, mengatakan sesuai data yang ada, Jumlah UMK mencapai 48.795 unit dan UMKM sebanyak 50.112 unit, sedangkan tahun 2012 jumlah UMK hanya 47.011 unit dan UMKM sebanyak 48.183 unit. “secara prosentasi jumlah UMK terhadap UMKM di tahun 2013 ini naik sebesar 97.27 persen dibanding tahun 2012 (sumber : surabaya.bisnis.com).

Selain memiliki potensi yang besar dalam sektor UMKM, Kabupaten Lamongan juga memiliki keunggulan dibidang pertanian. Pekerjaan masyarakat Lamongan bermayoritas pada sektor pertanian terbukti pada tahun 2015 Lamongan sebagai Kabupaten produsen pengekspor beras nomor 2 se- ASIA. Pembangunan pertanian Nasional adalah sebagai upaya mewujudkan pertanian tangguh, maju dan efisien yang mempunyai ciri adanya kemampuan dalam mensejahterakan para petani, artinya membangun industri berbasis pedesaan. Adapun agroindustri yang banyak berkembang di Kabupaten Lamongan adalah usaha industri tahu. Tahu merupakan salah satu jenis makanan sumber protein dengan bahan dasar kacang kedelai yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Sebagian besar produk tahu di Indonesia dihasilkan oleh industri skala kecil yang kebanyakan terdapat di pulau Jawa, salah satunya industri tahu di Kabupaten Lamongan.

Salah satu Kecamatan yang mempunyai banyak sentral UMKM bahan baku kedelai adalah Kecamatan Kedungpring, ada sekitar 9 unit UMKM dengan bahan baku kedelai, meliputi 5 unit UMKM pembuatan tempe dan 4 unit UMKM pembuatan tahu. Dari sembilan UMKM tersebut ada salah satu UMKM yang berdirinya paling tua yaitu sekitar tahun 1954. UMKM ini adalah “ UMKM tahu Sumber Sari “.UMKM tahu Sumber Sari merupakan satu-satunya UMKM yang berdiri paling lama yang ada di Kabupaten Lamongan tepatnya di Kecamatan Kedungpring. Dengan cara pemasaran yang sederhana UMKM ini mampu memasarkan produknya di seluruh pasar yang ada di Lamongan. Banyak juga yang mencoba membuat atau menyamai UMKM ini namun UMKM ini masih bertahan sampai dengan sekarang.

UMKM tahu Sumber Sari memproduksi 2 Jenis tahu, antara lain: 1).tahu goreng dan 2).tahu rebus.

Tabel 1.2 Jumlah UMKM produksi tahu yang ada di Kecamatan Kedungpring-Lamongan.

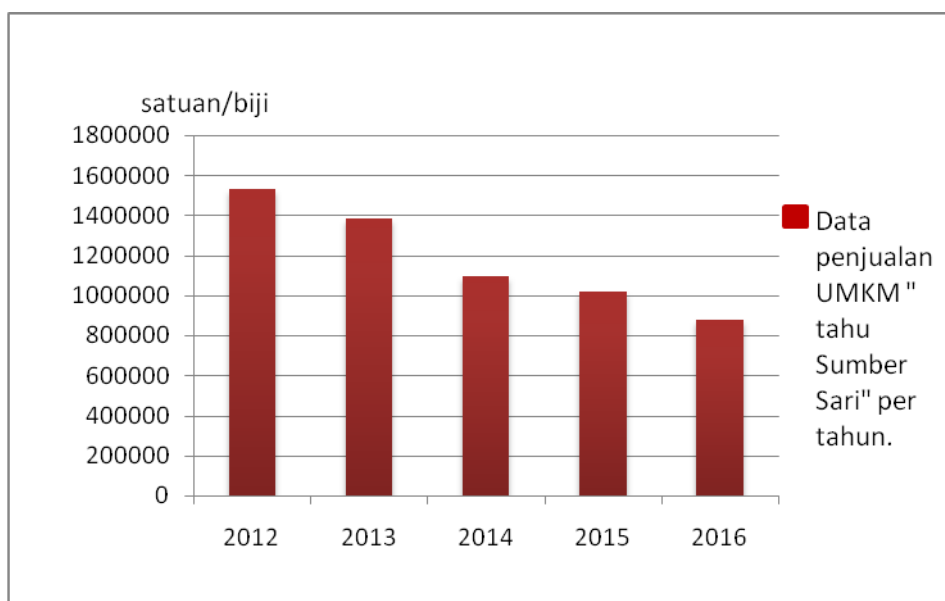
No	Nama UMKM	Jumlah Karyawan	Produk/Komoditi produk	Tahun
1.	UMKM tahu Sumber Sari	7 Orang	tahu	1954
2.	UMKM APL Lebur	60 Orang	kedelai, kacang hijau, tahu, kecambah	2001
3.	UMKM Blawi	2-3 Orang	tahu	1992
4.	UMKM Sawahan	4 Orang	tahu	1993

Sumber : Observasi langsung kepada setiap UMKM tahu dan masyarakat sekitar UMKM tahu di Kecamatan Kedungpring-Lamongan.

Dari data Tabel 1.2 dapat diperoleh kesimpulan, bahwa UMKM tahu Sumber Sari sudah lama berdiri, setidaknya jika usaha itu semakin lama terbentuk dan masih berdiri pasti respon masyarakat semakin banyak yang

percaya kepada kualitas suatu produk tersebut. Untuk memasarkan produk UMKM tahu Sumber Sari dilakukan penjualan secara langsung dipasar, selain itu juga dulu pernah melakukan pengiriman pada agen-agen hampir di seluruh Lamongan, namun banyak agen yang telat membayar pada UMKM tahu Sumber Sari.

Tabel 1.3 Data Penjualan /tahun UMKM tahu Sumber Sari (2012-2016)



Sumber :Observasi langsung kepada UMKM tahu Sumber Sari.

Persaingan yang semakin ketat ini, akan berdampak pada kinerja suatu UMKM. Keadaan ini tidak terkecuali dihadapi oleh UMKM tahu Sumber Sari. Dari data penjualan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 mengalami penurunan yang cukup parah, jadi UMKM tahu Sumber Sari sangat membutuhkan perumusan strategi pemasaran yang tepat sebagai prioritas utama untuk menghadapi persaingan pada lingkungan industri makanan di Lamongan, dan sebagai upaya mengembangkan UMKM tahu Sumber Sari.

Dari hasil wawancara mendasar antara pemilik UMKM tahu Sumber Sari dengan Peneliti antara lain : 1). Sepinya pembeli /konsumen baru, selama ini

hanya konsumen yang berlangganan itupun semakin berkurang, 2). Kurangnya promosi yang gencar untuk meramaikan kembali UMKM tahu, 3). Kurangnya pengetahuan dalam pengembangan pemasaran, dikarenakan masih mengharapkan konsumen yang berlangganan, 4). UMKM tahu Sumber Sari belum memiliki fokus dalam merancang, memformulasi serta mengimplementasi strategi pemasaran dalam mengembangkan usahanya. padahal strategi pemasaran merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan serta sasaran suatu usaha dengan cara mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya.

Dari paparan latar belakang diatas maka penulis berkeinginan untuk dapat mempelajari sekaligus menganalisa lebih mendalam pada UMKM tahu Sumber Sari yang berada di Kabupaten Lamongan. Maka penulis akan mengambil judul **“ STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM TAHU SUMBER SARI DI KABUPATEN LAMONGAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil rumusan masalah pada UMKM tahu Sumber Sari dalam meningkatkan jumlah penjualan dengan perincian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi untuk meningkatkan volume penjualan dengan menggunakan analisis SWOT ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi untuk meningkatkan volume penjualan pada UMKM tahu Sumber Sari di Kabupaten Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Sebagai bahan rujukan atau bahan pertimbangan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian yang sama atau sejenis atau yang berkaitan dengan strategi pemasaran UMKM.

2. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman ,dan pengetahuan peneliti.

3. Bagi lembaga

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumbang saran yang positif bagi pelaku usaha agar dapat menjadi bahan masukan maupun pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran.