

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Madiun atau yang dijuluki kota pendekar adalah salah satu kota yang ada di Jawa Timur. Adapun luas wilayah administratif Kota Madiun seluas 33,23 km² dan terbagi atas 3 (tiga) kecamatan dan 27 kelurahan.¹ Letak wilayah yang strategis membuat Kota Madiun menjadi tempat transit karena pilihan jalur yang mudah dilalui oleh transportasi darat dan mendukung pula kegiatan perdagangan yang memiliki potensi pariwisata dan budaya. Walaupun luas daerahnya tidak begitu besar, namun Kota Madiun berhasil menjadi kota dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat dibandingkan dengan 5 daerah lainnya yang terdapat di daerah Jawa Timur bagian barat. Pemerintah Kota Madiun terus melakukan pembaharuan dan mengajak warganya untuk ikut serta didalamnya. Salah satu usaha yang dilakukan adalah melakukan pembangunan di beberapa titik di Kota Madiun. Sejak terjadinya pandemi covid yang menghambat roda perekonomian, kota madiun tampil dengan wajah barunya dengan banyak rancangan baru yaitu tempat wisata yang ramah lingkungan. Karena Kota Madiun tidak memiliki wisata alam, sehingga Kota Madiun mengusung tema ikon – ikon dunia, yang ditempatkan di Jalan Pahlawan, yang disebut “Pahlawan *Street Center*” atau dikenal dengan PSC. Berdirinya PSC ini , Kota Madiun berhasil meraih penghargaan kota Inovasi Smart Branding Terbaik dalam ISNA (Smart Nation Awards) Tahun 2022. Adapun capaian yang diraih yakni kreativitas, keunikan pada perencanaan dengan dokumen pembiayaan serta kolaborasi dan adopsi teknologi, manfaat berkelanjutan dan akuntabilitas. Didalamnya terdapat dua area yakni, taman sumber wangi dan taman sumber umis. Adapun di dalam taman tersebut terdapat miniatur ka’bah, menara eifell, dan patung merlion. Selain itu jalan sekitar PSC juga dipadati dengan Kawasan penuh lampu layaknya malioboro. Sebelumnya kawasan tersebut adalah lahan kosong milik Pemerintah Kota Madiun, namun dengan keadaan yang memprihatinkan di waktu pandemi dan warga Kota Madiun banyak yang mengeluh persoalan ekonomi.

¹BPS.go.id diakses pada 11/10/2023, 14.00

Pemerintah Kota Madiun terus membenahi diri dan membuat terobosan baru. Dampak dengan adanya PSC hingga saat ini begitu besar bagi warga Kota Madiun. Sebab, dengan adanya PSC banyak pengunjung dari berbagai kota yang datang untuk berkunjung. Hal tersebut menggugah perekonomian Kota Madiun dengan naiknya omset Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Tujuan Pembangunan Pahlawan Street Center atau PSC ini terdapat dalam Peraturan Daerah Kota Madiun Nomor 6 Tahun 2011 tentang rencana tata ruang wilayah Kota Madiun tahun 2010-2030, yang berarti PSC dalam letak jalur perdagangan. Apalagi di daerah tersebut terdapat pusat perbelanjaan yang besar, sehingga sudah dipastikan akan banyak orang yang datang. Sejak adanya PSC tersebut keadaan ekonomi di Kota Madiun terus meningkat dan angka pengangguran menurun. Pada tahun 2020 mencapai 8,32%, di Tahun 2021 menjadi 8,15%, dan di Tahun 2022 turun drastis menjadi 6,39% (BPS, 2022).² Apalagi dalam keadaan pandemic covid -19, tingkat kemiskinan di Indonesia meningkat dan angka pengangguran bertambah. Kejadian tersebut dapat diatasi di seluruh wilayah di Indonesia, jika setiap Kepala Daerah yang memiliki inovasi baru untuk menekan angka kemiskinan di setiap wilayahnya masing – masing. Di Provinsi Jawa Timur yang notabennya memiliki jumlah penduduk terbanyak kedua setelah Provinsi Jawa Barat , pada saat pandemi tercatat bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (THT) sebesar 5,84% pada tahun 2022 (BPS, 2022).³ Banyaknya pegawai atau karyawan yang kehilangan pekerjaan, sebab pengurangan tenaga kerja di setiap instansi, maupun pabrik ketika pandemi, membuat banyak orang harus berpikir lebih keras untuk mendapatkan pemasukan dengan keahlian yang dimiliki. Salah satunya dengan adanya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Menurut Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Madiun terdapat 23.618 unit UMKM di Kota Madiun dan sebesar 41,72% yang berkontribusi terhadap perekonomian Kota Madiun pada tahun 2019 (Dinas KUKM Provinsi Jawa Timur 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa, UMKM di Kota Madiun memiliki andil besar dalam laju perekonomian apalagi dalam keadaan pandemic covid-19. Apalagi dengan adanya Pembangunan PSC di Kota Madiun, dan banyak stand UMKM yang didirikan oleh Pemkot Madiun, agar para pelaku usaha mikro kecil menengah dapat berjualan di daerah sekitar PSC. Tercatat bahwa setiap

²BPS.go.id diakses 11/10/2023, 15.10

³ BPS Kota Madiun

harinya omset dari pedagang di sekitar Kawasan PSC hampir 11 juta dengan 21 lapak yang tersedia di sekitar PSC. Kawasan ikon kota pendekar ini bukan hanya ramai di setiap hari libur saja, namun setiap harinya PSC diserbu banyak wisatawan lokal maupun dari luar kota. Sehingga saat ini Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Kota Madiun berencana untuk menambah tenda lorong di area sumber wangi agar UMKM di Kota Madiun bisa tampil setiap harinya. Jika hal tersebut terlaksana kedepannya omset yang akan didapatkan per harinya juga akan bertambah, tentunya hal itu dapat menekan angka inflasi. UMKM yang maju tentunya juga harus diimbangi dengan kemajuan teknologi saat ini. Strategi branding UMKM di PSC juga harus ditingkatkan, bukan hanya lewat mulut ke mulut saja namun sekarang ini harus menggunakan media. Sebab perkembangan bisnis digital di Indonesia kini telah tumbuh pesat. Apabila pelaku UMKM mampu beradaptasi dan berupaya untuk terus *upgrading* untuk perkembangan produknya, maka merekalah yang mampu tetap *survive* di era digital. Namun permasalahan yang terjadi saat ini, dan dialami di beberapa lapak yang ada di Pahlawan *Street Center* yakni, banyaknya pelaku usaha yang belum melek digital. Sehingga pemanfaatan platform media online menjadi kurang maksimal. Dalam menunjang hal tersebut Pemerintah meluncurkan kampanye nasional bangga buatan Indonesia untuk mendukung UMKM yang terdampak pandemic covid-19.⁴

Platform digital bisa digunakan oleh seluruh pelaku UMKM, kemudahan konsumen untuk mengenal produk UMKM semakin banyak dan hal itu tentunya berpengaruh terhadap kemajuan produk lokal Indonesia. Untuk bersanding dengan kemajuan teknologi saat ini, Pemerintah Kota Madiun terus melakukan upaya agar warganya dapat menggunakan teknologi digital khususnya pelaku usaha, seperti pengadaan sosialisasi dan pelatihan khusus untuk pelaku UMKM. Salah satunya dalam bidang branding atau merk, hal kecil ini sangat berpengaruh untuk kemajuan UMKM. Branding dibuat untuk membentuk citra atau positioning statement dari perusahaan yang dikenal oleh konsumen. *Brand* itu paradox, ia tidak mempunyai wujud yang nyata namun menyediakan nilai dan janji sebagai rangsangan yang kuat untuk keputusan konsumen membeli atau tidak.⁵ Untuk memperkuat merek (*brand building*) memang tidak mudah, produk harus menunjukkan value tinggi yang dapat

⁴ Kominfo.go.id diakses 13/10/2023, pukul 22.40

⁵ Adcock, Dennis, Marketing Principles and Practice (British:Library,2001)hal. 208

disampaikan kepada pelanggan atau konsumen, mulai dari kualitas dan inovasi baru yang ditunjukkan dalam produk. Sebab tidak hanya satu produk saja yang memiliki kesamaan, setiap produk memiliki pesaing atau kompetitor tersendiri. Sehingga merek ini cukup penting untuk mempertahankan konsumen. Pelaku UMKM yang berjualan di lorong PSC terdapat pula produk yang sama dari produsen yang berbeda. Namun, jika setiap produk tersebut memiliki daya Tarik tersendiri, maka konsumen dapat memilih produk mana yang sesuai dengan keinginannya. Sehingga walaupun dalam tempat berjualan yang sama, setiap pelaku UMKM di PSC memiliki strategi tersendiri untuk menarik konsumennya. Menurut Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Jawa Timur terdapat data UMKM di Kota Madiun pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1

Rekapitulasi UMKM Kota Madiun 2012-2023

No	Tahun	Jumlah
1.	2012	22.662
2.	2013	22.851
3.	2014	22.935
4.	2015	23.094
5.	2016	23.189
6.	2017	23.276
7.	2018	23.360
8.	2019	23.457
9.	2020	23.545
10.	2021	23.618
11.	2022	23.672

Sumber : Disnaker KUKM Kota Madiun, 2022

Menurut tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa UMKM di Kota Madiun sejak dibangunnya Pahlawan *Street Center* pada Tahun 2019 semakin naik. Menanggapi hal tersebut maka diperlukan strategi branding yang tepat untuk melakukan pengembangan UMKM yang terdapat di PSC Kota Madiun agar dapat mendunia. Hal tersebut juga dalam rangka pemulihan ekonomi dan menyerap tenaga kerja masyarakat Kota Madiun.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan membatasi permasalahan pada UMKM yang bergerak di sektor non pertanian dan non jasa melalui skripsi dengan judul “ **STRATEGI BRANDING “ PAHLAWAN *STREET* CENTER “ UNTUK MENGUATKAN UMKM DI KOTA MADIUN PROVINSI JAWA TIMUR**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi branding yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Madiun untuk Pahlawan *Street* Center?
2. Bagaimana fungsi strategi Pahlawan *Street* Center dalam menguatkan UMKM di Kota Madiun Provinsi Jawa Timur ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui dan menganalisis strategi branding oleh Pemerintah Daerah Kota Madiun untuk Pahlawan *Street* Center (PSC) dalam menguatkan UMKM di Kota Madiun Provinsi Jawa Timur.
2. Mengetahui fungsi strategi Pahlawan *Street* Center (PSC) untuk menguatkan UMKM di Kota Madiun Provinsi Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dalam 2 (dua) aspek, meliputi manfaat yakni teori dan praktik :

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis di dunia branding baik di dunia pendidikan maupun menjadi acuan *role* model bagi daerah lain. Selain itu sebagai bahan kajian teori dan evaluasi mengenai strategi branding pengembangan UMKM di Pahlawan *Street* Center (PSC) Kota Madiun, Provinsi Jawa Timur.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam memperoleh tambahan pengetahuan pengalaman dan keterampilan teknis terutama dalam bidang branding dalam pengembangan usaha melalui penelitian, serta merupakan persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan pada Program Sarjana Ilmu Komunikasi.