

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia, memberikan peningkatan pertumbuhan ekonomi serta usaha yang mampu menekan angka kemiskinan suatu negara. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UKM) sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya negara-negara yang memiliki pendapatan yang rendah. Pada tahun 2012-2013 sumbangan UKM terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 32,95% dengan kontribusi penyerapan tenaga kerja sebesar 48,64% (Departemen Koperasi, 2013). Pada tahun 2015 jumlah UKM diperkirakan mencapai 60,7 juta usaha dan sebagian besar adalah usaha berskala mikro (98,73%). Pertumbuhan UKM periode 2011 hingga 2015 mencapai 2,4%. Jumlah UKM tersebut tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia salah satunya di Pulau Madura.

Pulau Madura merupakan salah satu Kepulauan di Provinsi Jawa Timur dengan empat kabupaten yaitu Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep. Kabupaten Sampang memiliki jumlah UKM terkecil diantara kabupaten lainnya di pulau Madura. Namun, keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Sampang cukup memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan jumlah 442 usaha (BPS Kabupaten Sampang, 2017).

Kegiatan usaha di Kabupaten Sampang menyebar sampai ke pulau yang berada di Kabupaten Sampang yaitu Pulau Mandangin. Pulau ini merupakan kawasan padat penduduk dengan jumlah penduduk sebanyak 21.534 jiwa dengan luas wilayah 165.050 Ha atau 1,65 km² (BPS Kecamatan Sampang, 2016). Menurut Badan Pusat Statistik (2016), mayoritas mata pencaharian di Pulau Mandangin adalah nelayan sebanyak 2.648 orang, hal ini disebabkan letak geografis Pulau Mandangin yang berada di tengah laut Selat Madura. Jumlah penduduk yang sangat tinggi menyebabkan masyarakat Mandangin membutuhkan lapangan pekerjaan lain selain sebagai nelayan, salah satunya di sektor UKM. Menurut Bappenas (2016), kapasitas UKM dalam menyerap tenaga kerja terus mengalami peningkatan rata-rata 5,9%. Pada tahun 2015, jumlah

tenaga kerja UKM mencapai 132,3 juta orang dimana sebagian besar terletak pada usaha berskala mikro. Penyerapan tenaga kerja yang besar dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang baru bagi masyarakat Pulau Mandangin. Selain itu, UKM dapat menjadi salah satu faktor pendukung dalam pengembangan ekowisata di Pulau Mandangin.

Menurut Badan Pusat Statistik jumlah UKM di Pulau Mandangin berjumlah 31 usaha (BPS Kecamatan Sampang dalam angka 2017). Salah satu usaha yang dikelola oleh masyarakat Pulau Mandangin yaitu Batik khas Pulau Mandangin. Usaha ini harus tetap bertahan meskipun menghadapi persaingan yang ketat dalam menghadapi kompetitornya. Hal ini dikarenakan taraf perekonomian, sebagian besar masyarakat Mandangin masih menengah ke bawah dilihat dari banyaknya rumah tangga pengguna non listrik sebanyak 2.494 rumah tangga (BPS Kecamatan Sampang, 2016). Usaha ini juga diharapkan mampu membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat Mandangin mengingat jumlah penduduk yang berada di Pulau Mandangin cukup padat. Oleh karena itu, untuk menanggulangi persaingan yang semakin besar suatu UKM harus meningkatkan efisiensi dari struktur biaya dan pendapatan supaya mengetahui biaya yang harus diefisiensikan dan memperoleh pendapatan yang maksimal serta usaha ini mampu bersaing dan bertahan apabila dalam penerapan manajemen pemasarannya sudah baik. Strategi pemasaran adalah salah satu cara untuk memenangkan keunggulan bersaing karena pemasaran perlu mendapatkan perhatian yang serius terhadap UKM. Proses pemasaran harus efisien sehingga strategi yang dipilih mampu menembus pasar, kemampuan merebut pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup UKM itu sendiri. Keadaan ini tidak terkecuali terjadi pada “Kelompok pengrajin Batik Tulis Mandangin” yang didalam usahanya sangat membutuhkan perumusan strategi pemasaran yang tepat untuk bersaing dan mempertahankan usahanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana analisis pendapatan pada Kelompok Pengrajin Batik Mandangin ?
2. Bagaimana kondisi manajemen pemasaran Kelompok Pengrajin Batik Mandangin?
3. Bagaimana mengidentifikasi strategi pemasaran Kelompok Pengrajin Batik Mandangin?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dapat diuraikan di bawah ini :

1. Menganalisis pendapatan Kelompok Pengrajin Batik Mandangin.
2. Mengidentifikasi kondisi manajemen Kelompok Pengrajin Batik Mandangin
3. Mengidentifikasi strategi pemasaran yang tepat pada Kelompok Pengrajin Batik Mandangin.

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas dengan mengetahui keberadaan Kelompok Pengrajin Batik Mandangin
2. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan dalam menunjang Kelompok Pengrajin Batik Mandangin.
3. Bagi Pengusaha, penelitian ini diharapkan sebagai bahan evaluasi guna meningkatkan usaha Kelompok Pengrajin Batik Mandangin.
4. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan tambahan referensi terutama untuk penyusunan penelitian selanjutnya