

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM terbukti menjadi sektor yang mampu bertahan ditengah badai krisis yang pernah melanda Indonesia. Namun disisi lain, seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern dan kuatnya arus globalisasi membuat UMKM cukup kesulitan dalam menghadapi persaingan saat ini. Arus globalisasi menuntut perusahaan yang berada pada tingkat mikro ekonomi untuk dapat meningkatkan efisiensi produksinya agar tetap bertahan ditengah persaingan global yang mencakup lingkupan lokal, nasional dan internasional. Selain itu, kemampuan mengembangkan bisnis ke internasional telah menjadi satu elemen penentu dalam persaingan pada era gloalisasi (Lecerf, 2012).

Modernisasi dan globalisasi mendorong UMKM memiliki keunggulan kompetitif yang mumpuni untuk menghadapi persaingan dunia internasional. Keunggulan kompetitif memungkinkan perusahaan bertahan ditengah pasar persaingan dan memiliki pondasi yang kuat untuk menghadapi persaingan (Ciochina et al., 2011). Terlebih lagi, saat diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asia (MEA) yang mana Indonesia sebagai salah satu negara yang turut andil dalam penerapan masyarakat ekonomi asia sebagai program pasar bebas untuk negara-negara di Asia. Selain memiliki nilai positif berupa mudahnya melakukan ekspor-impor tanpa harus memikirkan rumitnya prosedur yang harus dilalui di

negara tujuan, MEA juga menimbulkan efek negatif yang membuat para pelaku UMK harus bekerja lebih keras menghasilkan produk yang terdiferensiasi. UMK harus memiliki kemampuan dalam menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan inovatif dalam memenuhi permintaan pasar agar dapat meningkatkan daya saingnya (Matrutty et al., 2018:14).

UMKM pada umumnya terdiri dari para pelaku usaha yang memiliki skala usaha tergolong mikro hingga menengah. Tidak hanya itu, jumlah omset yang dimiliki oleh UMKM tergolong dalam kategori rendah. Sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merumuskan pengertian tentang usaha mikro, kecil dan menengah sebagai berikut.

“usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/badan usaha perorangan dengan kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,-. Sementara itu, usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria berikut: memiliki kekayaan bersih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).”

UMKM sebagai salah satu tumpuan utama dalam menyokong perekonomian nasional dan memiliki peranan yang cukup signifikan dalam perekonomian. Peranan tersebut dapat dibuktikan dengan adanya penyerapan tenaga kerja sehingga dapat membantu menurunkan angka pengangguran dari Negara. Selain itu, UMKM juga berperan dalam membantu pemerintah meningkatkan Produk Domestik Bruto dari negara. Hal tersebut sebagaimana disebutkan pada publikasi

data yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada Tahun 2015 menyebutkan bahwa UMKM mampu menyumbang pendapatan Produk Domestik Bruto sebesar 60%. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan suatu peran yang vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara yang sedang berkembang tetapi juga di negara-negara yang sudah maju. Tidak hanya itu, adanya UMKM turut membantu para pelakunya dalam meningkatkan keamanan dalam perekonomiannya.

Bagi Indonesia, pembentukan MEA 2015 memberikan beberapa tantangan yang tidak hanya bersifat internal di dalam negeri tetapi terlebih lagi persaingan dengan sesama negara ASEAN dan negara lain di luar ASEAN seperti China dan India. Persaingan yang ketat ini akan berdampak pada harga yang kompetitif pula, bukan hanya komoditi/produk/jasa unggulan industri besar (UB), tetapi juga sektor UMKM karena kesamaan karakteristik produk. Menyadari peran UMKM sebagai kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan cukup dominan dalam perekonomian, maka pencapaian kesuksesan MEA juga akan dipengaruhi oleh kesiapan UMKM. Data menyebutkan bahwa jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia saat ini sekitar 60 juta, dan mampu menyerap 97% tenaga kerja dari total angkatan kerja yang ada di Indonesia. Jumlah UMKM tersebut diprediksi akan terus mengalami kenaikan menjadi 65 juta unit dalam rentang waktu 2017-2020. UMK Indonesia hingga saat ini masih menghadapi berbagai permasalahan baik yang bersifat klasik atau *intermediate* atau *advanced*. Permasalahan tersebut bisa berbeda di satu daerah dengan daerah lain baik itu antar sektor atau perusahaan di sektor yang sama. Namun secara umum, permasalahan yang dihadapi oleh semua UMK sama.

Data dari UKM Center UI, menyebutkan bahwa UMK di Indonesia yang kuat hanyalah 10 – 16% dari 53 juta, itupun di sektor informal. Ketidakseriusan pihak pemerintah secara komprehensif dalam menangani pelaku UMK dapat dirasakan, apalagi dibukanya pintu masuk produk UMK asing ataupun operasional lembaga UMKM asing secara besar-besaran di Indonesia yang mana dapat menimbulkan efek psikologis bagi pelaku UMKM itu sendiri.

Walaupun perkembangan jumlah UMKM diprediksi akan terus mengalami peningkatan namun pada kenyataannya belum diimbangi dengan peningkatan kualitas dari UMKM itu sendiri. Permasalahan klasik yang dihadapi yakni berkaitan dengan rendahnya produktivitas dari UMKM. Keadaan ini disebabkan oleh adanya faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh UMKM. Masalah internal yang sering kali dihadapi UMKM yaitu: rendahnya kualitas SDM UMKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya sikap kewirausahaan dari para pelaku UMKM, dan terbatasnya akses UMKM dalam hal permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim usaha yang kurang mendukung hingga kelangkaan bahan baku. Masalah-masalah klasik yang sering dihadapi tersebut pun akhirnya memengaruhi daya saing dari UMK. Produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMK sering kalah bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh pengusaha luar negeri dikarenakan kualitas rendah hingga harga yang lebih mahal. Permasalahan-permasalahan klasik tersebut yang menuntut para pelaku UMK untuk dapat terus meningkatkan daya saing dari usahanya. Disisi lain, hadirnya para pesaing tersebut memberikan dampak positif bagi para pelaku

UMKM, diantaranya membantu dalam meningkatkan keunggulan dalam bersaing, memperbaiki struktur industri, meningkatkan perkembangan pangsa pasar hingga menghalangi masuknya pesaing baru.

D.I. Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki UMK dengan jumlah yang cukup banyak. Data BPS menyebutkan bahwa jumlah UMK di D.I. Yogyakarta mencapai 238.619 unit. Jumlah tersebut mampu memberikan kontribusi pada PDRB DIY sebesar 6,41%. Adapun jumlah unit dari UMK tersebut tersebar di 5 kabupaten/kota yang ada di Yogyakarta, yakni sebagai berikut.

Tabel 1. Persebaran UMK di DIY

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Persentase
1	Bantul	26%
2	Gunungkidul	22%
3	Kulonprogo	20%
4	Sleman	18%
5	Kota Yogyakarta	14%

Sumber: Departemen Koperasi dan UKM DIY

Berdasarkan data tersebut bahwa Kabupaten Sleman merupakan salah satu kabupaten di D.I. Yogyakarta yang memiliki jumlah unit UMK terbesar ke-4. Kabupaten Sleman menyumbangkan 18% dari jumlah total UMK yang ada di Yogyakarta. Sleman merupakan daerah yang menghasilkan komoditas budidaya ikan air tawar di Yogyakarta. Berbagai macam olahan dihasilkan dari bahan dasar perikanan, hal tersebut dapat mendorong perekonomian masyarakatnya menjadi lebih baik dengan mendirikan UMK yang bergerak di bidang pengolahan makanan berbahan dasar dari perikanan. Salah satu usaha mikro dan kecil yang memiliki produk dengan berbahan dasar hasil perikanan adalah UMK Kripik Belut. UMK Kripik Belut di Sleman berpusat di Godean, tepatnya di Desa Sidoagung. Sentra industri kripik belut merupakan salah satu UMK yang ada di

kabupaten Sleman, yang bergerak dalam industri pengolahan hasil perikanan. Sentra industri ini merupakan industri keripik belut satu-satunya yang ada di Kabupaten Sleman. Namun dalam hal kemampuan bersaing antara satu UMK dengan UMK yang lain masih terhitung rendah. Pada umumnya, permasalahan yang dihadapi oleh UMK memiliki karakteristik hampir serupa di setiap wilayah termasuk di Yogyakarta. Adapun daftar jenis UMKM yang ada di Kabupaten Sleman diantaranya adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Jumlah UMKM di Kabupaten Sleman

No	Jenis sektor Usaha	Jumlah
1	Kuliner	7.435 unit
2	Fashion	2.417 unit
4	Agrobisnis	1.066 unit
5	Teknologi Informasi	316 unit
6	Perdagangan dan Jasa	14.344 unit

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman

Kripik belut Godean menjadi sentra industri kripik belut di Kabupaten Sleman. Sebelum dilakukan relokasi pada tahun 2014, para pelaku usaha kripik belut tersebut memasarkan produknya di trotoar sepanjang pasar Godean. Kemudian Pemerintah Kabupaten Sleman melakukan relokasi para pelaku usaha kripik belut ke sebuah bangunan yang dijadikan sebagai lokasi berjualan tetap para pelaku usaha kripik belut dengan nama Pusat Kuliner Kripik Belut. Relokasi tersebut menambah rentetan persoalan yang harus dihadapi para pelaku usaha kecil menengah. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada saat penelitian pendahuluan pada tanggal 17 Juli 2018, diketahui bahwa persoalan yang dihadapi oleh para pelaku UMK Kripik Belut Godean diantaranya;

1. Ada perbedaan modal yang digunakan dan kemudahan dalam mendapatkan bantuan modal. Dimana untuk pelaku UMK yang tergabung dalam paguyuban keripik belut akan cenderung lebih mudah proses untuk

mendapatkan bantuan modal baik itu dari pemerintah maupun dari lembaga keuangan dan perbankan, hal tersebut berbeda dengan pelaku UMK yang tidak tergabung dalam paguyuban .

2. Sulitnya mendapatkan bahan baku yakni belut menjadi permasalahan lain yang dikeluhkan oleh para pelaku UMK Kripik Belut. Dimana bahan baku belut hanya mudah didapatkan pada musim atau waktu-waktu tertentu dan tidak tersedia setiap saat. Adapun keterbutuhan bahan baku dan hasil produksinya yakni sebagai berikut.

Tabel 3. Perbedaan Jumlah Produksi Kripik Belut

No	Belut Segar (kg)	Jumlah Produksi /bulan	Total kebutuhan belut (kg)	Hasil produksi (Kg)
1	50	2 kali	100	80
2	75	8 kali	600	440
3	50	1 kali	50	40
4	65	2 kali	130	60
5	75	2 kali	150	110
6	25	1 kali	25	20
7	50	1 kali	50	40
8	50	1 kali	50	40
9	50	1 kali	50	37
10	50	1 kali	50	37
11	50	4 kali	200	160
12	100	1 kali	100	80
13	30	4 kali	120	80
14	50	1 kali	50	40
15	20	30 kali	600	450
16	50	2 kali	100	80
17	50	1 kali	50	40
18	50	1 kali	50	40
19	50	2 kali	100	80
20	50	1 kali	50	40
21	75	8 kali	600	440
22	60	1 kali	60	50
23	10	2 kali	20	16
24	10	1 kali	10	8

3. Tidak adanya standar harga antara satu pelaku UMK dengan yang lain, sehingga menyebabkan adanya perbedaan harga.

4. Persaingan yang tidak sehat antar satu pengusaha dengan pengusaha lainnya dengan memberlakukan harga yang lebih rendah dari yang lainnya.
5. Kualitas SDM dalam penguasaan teknologi informasi cenderung rendah, yang diketahui dari cara mengolah keripik belut yang masih menggunakan cara tradisional dan cara pemasaran masih berbasis konvensional.
6. Hanya beberapa pelaku UMK yang melakukan penjualan produknya menggunakan media online.
7. Sedikitnya pelaku UMK memiliki jaringan usaha diluar daerah sehingga hal tersebut menyebabkan kurang berkembangnya usaha yang dimiliki.
8. Semakin menurunnya jumlah pelaku usaha keripik belut yang ada di Kabupaten Sleman.
9. Ada relokasi tempat penjualan yang dilakukan secara sepihak oleh pemerintah Kabupaten Sleman.
10. Bangunan yang disediakan sebagai tempat relokasi dirasa tidak menarik.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan tersebut, maka dapat diketahui bahwa rendahnya tingkat persaingan pada UMK keripik belut dipengaruhi beberapa faktor, yakni internal dan eksternal. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah modal usaha, sikap kewirausahaan, jaringan usaha hingga tingkat pemanfaatan teknologi informasi yang digunakan dan dapat diakses oleh para pelaku UMK keripik belut di Kabupaten Sleman. Persoalan-persoalan yang dihadapi tersebut sesuai dengan pernyataan Tambunan (2009: 28) yang menyatakan bahwa kelemahan dari UKM di Indonesia meliputi kurangnya modal usaha, kesulitan dalam pemasaran, terbatasnya akses permodalan, rendahnya keterampilan dan penguasaan teknologi, produktivitas yang rendah, terbatasnya

sumber daya produktif (modal, teknologi, informasi dan pasar), rendahnya kualitas lembaga keuangan dan kurangnya jaringan bisnis.

Modal usaha merupakan salah satu faktor utama yang dapat menunjang kelancaran proses produksi dan dapat menentukan perkembangan usaha dari UMK. Namun, terbatasnya modal yang dimiliki oleh para pelaku UMK menjadi salah satu permasalahan yang menyebabkan sulit berkembangnya UMK. Sebagaimana yang diterangkan oleh Tambunan dalam Alhusain (2009: 580) bahwa modal merupakan salah satu faktor penting bagi sebuah UMKM untuk melakukan produksi baik itu usaha berskala kecil, menengah ataupun besar. Sumber modal usaha yang digunakan oleh para pelaku UMK beragam antara satu dengan yang lain. Sumber modal yang digunakan dapat berupa modal sendiri, pinjaman dari lembaga keuangan ataupun berupa bantuan dana yang berasal dari pemerintah. Keberagaman sumber modal dan besarnya modal yang digunakan dalam menjalankan usaha turut memengaruhi perkembangan dan daya saing dari suatu UMK. Terlebih ketika modal usaha yang digunakan berasal dari pinjaman lembaga keuangan yang akan menimbulkan suatu permasalahan tersendiri bagi para pelaku usaha. Selain itu, tidak terpisahnya antara keuangan untuk rumah tangga dan keuangan untuk usaha yang dijalankan menjadi suatu persoalan yang menghambat perkembangan dari UMK.

Permasalahan internal dari dalam diri pelaku UMK berupa sikap kewirausahaan pun menjadi persoalan yang memengaruhi tingkat daya saing dari UMK. Sikap Kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting dalam menjalankan sebuah usaha. Sikap kewirausahaan yang cenderung kurang positif dalam merespon perkembangan zaman akan membuat seorang pelaku usaha

meningkatkan daya saing produk yang dimilikinya di tengah persaingan pasar yang semakin tinggi. Hal tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Christian (2017: 55) menyebutkan bahwa sikap wirausaha memengaruhi kinerja dari organisasi. Dengan demikian, sikap kewirausahaan dapat menunjukkan kemampuan dari pemilik usaha dalam mengelola, mengembangkan dan meningkatkan daya saing usahanya.

Persoalan lain yang dihadapi oleh pelaku UMK yakni minimnya jaringan usaha yang dimiliki sehingga mengakibatkan kurang optimalnya pemasaran dari produk yang dimilikinya. Hal lain yang menunjukkan bahwa jaringan usaha sangat berperan dalam pengembangan UMK yakni dapat membuka wawasan serta meningkatkan pengetahuan bagi pelaku UMK sehingga dapat mendorong untuk melakukan inovasi-inovasi guna meningkatkan daya saing UMK yang dimilikinya. Hal tersebut senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lamprinopoulou & Tregear (2011: 77) menyatakan bahwa jaringan dan rantai dari usaha kecil-menengah memiliki peran yang signifikan pada kinerja UKM pada kelas yang sama, kemudian jaringan pada kelas yang berbeda dapat meningkatkan pengetahuan bisnis pihak eksternal.

Jaringan usaha dapat dibangun dengan memanfaatkan teknologi informasi yang telah berkembang pada saat ini. Namun, pada kenyataannya tidak sedikit pelaku UMKM yang belum sepenuhnya menguasai teknologi informasi yang berkembang tersebut. Permasalahan seperti hal tersebut pernah diungkapkan oleh (Kshetri, 2013) yang mengatakan bahwa UKM di Negara berkembang belum berhasil mendapatkan keuntungan dari teknologi karena tidak memiliki infrastruktur teknis, hukum dan tingkat kemampuan yang diperlukan untuk

mengadopsi teknologi komputasi. Rendahnya tingkat kemampuan dalam mengadopsi penggunaan teknologi informasi mengakibatkan rendahnya tingkat inovasi produk dan kemampuan bersaing (Adane, 2018: 198). Padahal, teknologi informasi dapat membantu para pelaku UMK dapat meningkatkan daya saingnya baik itu dari sisi kualitas, kuantitas hingga pemasaran dari produk yang dihasilkannya. Sesuai penelitian yang telah dilakukan oleh (Rahmana, 2009: 11) bahwa pemanfaatan teknologi informasi maka para pelaku UMKM dapat melakukan tranformasi bisnisnya melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dengan jumlah besar.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut.

1. Sulitnya mendapatkan bahan baku dari daerah sekitar sehingga terpaksa membeli dari luar
2. Harga bahan baku yang relatif tidak stabil
3. Jumlah produksi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain.
4. Kurangnya inovasi produk. Hal ini terlihat dari jenis produk yang dihasilkan yakni berupa kripik belut yang berlapis tepung dan kripik belut yang tidak berlapis tepung.
5. Tidak memiliki varian rasa yang banyak. Rasa dari kripik belut yang dihasilkan yakni masih berupa rasa original, belum ada pengembangan berbagai macam rasa untuk kripik belut.
6. Sebagian pengusaha kripik belut sulit mendapatkan bantuan modal usaha.

7. Adanya perbedaan jumlah modal dan sumber modal yang digunakan antar pedagang.
8. Kemasan produk yang kurang menarik
9. Jaringan usaha yang masih terbatas.
10. Penguasaan teknologi informasi yang masih rendah.
11. Sistem produksi masih banyak yang manual.
12. Tidak memiliki keuletan yang tinggi, hal ini ditandai dengan berkurangnya jumlah pelaku usaha UMK kripik belut di Kabupaten Sleman.
13. Tidak ada standar harga penjualan kripik belut sehingga menyebabkan perbedaan harga yang cukup signifikan antara satu pedagang dengan pedagang lain.
14. Para pelaku usaha kurang berani mengambil risiko, khususnya dalam penggunaan alat produksik karena khawatir mengubah rasa produk.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan bahwa perkembangan zaman menuntut UMK untuk dapat memiliki daya saing. Daya saing tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat berasal dari internal maupun eksternal. Faktor-faktor tersebut diantaranya; akses permodalan, modal yang digunakan, teknologi, informasi, faktor sumber daya dan lain-lain. Oleh sebab itu peneliti melakukan pembatasan masalah pada penelitian ini agar menjadi lebih fokus. Batasan masalah dalam penelitian difokuskan pada pengaruh modal usaha, sikap kewirausahaan, jaringan usaha, dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap daya saing UMK Kripik Belut Godean di Kabupaten Sleman. Pembatasan masalah pada variabel-variabel tersebut karena

dianggap memiliki pengaruh yang besar terhadap daya saing UMK Kripik Belut Godean.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah ada pengaruh parsial dan simultan modal usaha, sikap kewirausahaan, jaringan usaha, dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap daya saing UMK Kripik Belut Godean di Kabupaten Sleman?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan modal usaha, sikap kewirausahaan, jaringan usaha, dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap daya saing UMK Kripik Belut Godean di Kabupaten Sleman.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian tersebut di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat.

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku UMK untuk meningkatkan daya saing usahanya, dan selanjutnya peneliti dapat memberikan sumbangan bagi para peneliti selanjutnya dan memberi wawasan pengetahuan dalam meningkatkan kompetensi dalam berwirausaha.

2. Manfaat praktis

a. Bagi usaha mikro kecil menengah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak UMK sebagai pertimbangan dalam meningkatkan daya saing ditengah menghadapi persaingan yang tidak hanya berasal dari lokal ataupun nasional tetapi juga internasional

b. Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada konsumen agar lebih mengenali produk UMK yang selalu menjaga mutu dengan baik.