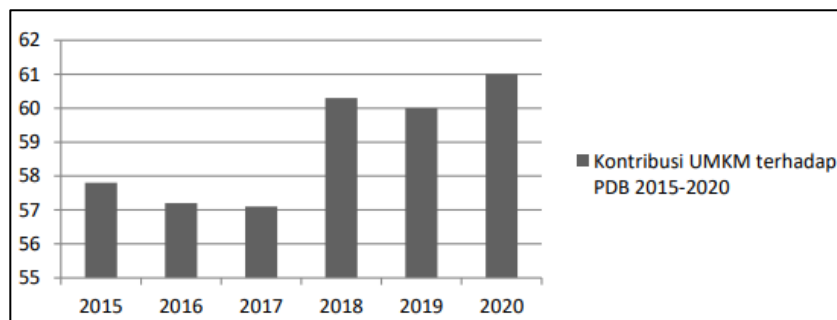


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di negara yang sedang berkembang seperti Indonesia, UMKM memiliki berbagai peranan penting seperti membuka lapangan pekerjaan, menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat, membantu mengatasi kemiskinan, dan pembangunan ekonomi. Menurut Nanga (2001) pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dilihat dari pendapatan nasionalnya dengan menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB) sebagai alat ukurnya. Produk Domestik Bruto (PDB) diartikan sebagai total nilai atau harga pasar (*market prices*) dari seluruh barang dan jasa akhir (*final goods and services*) yang dihasilkan oleh suatu perekonomian selama kurun waktu tertentu (Silitonga, 2021). Salah satu sektor yang menyumbang PDB terbesar ialah sektor UMKM Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Kementerian BKPM (2021) yang mengatakan bahwa, UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap PDB yakni sebesar 61,97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp. 8.500 triliun pada tahun 2020.



Gambar 1.1 Kontribusi UMKM Terhadap PDB 2015-2020

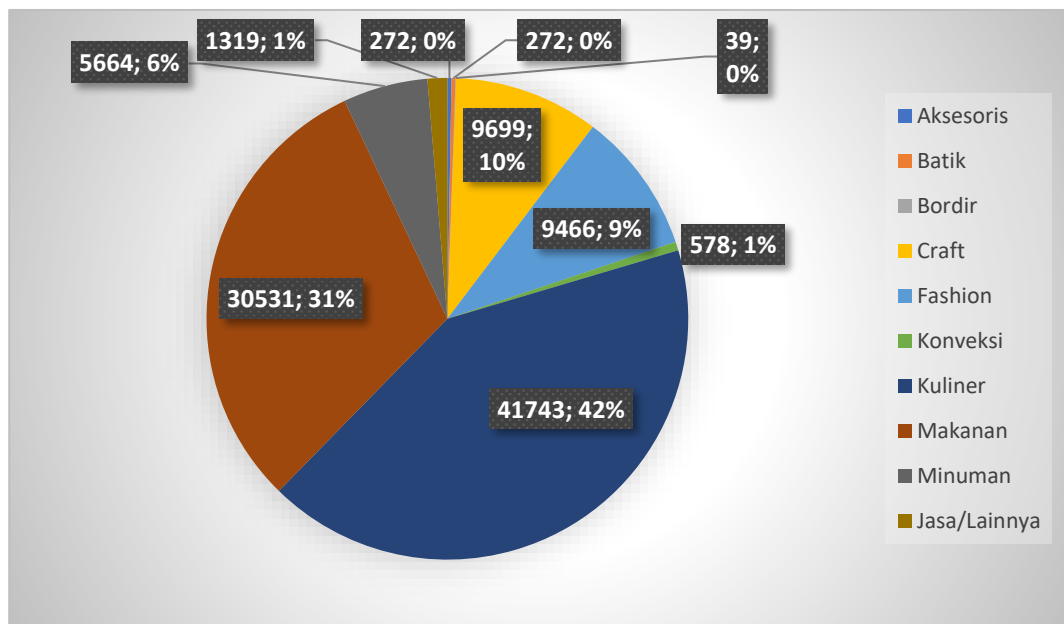
Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2020), pada awal tahun 2015 hingga akhir tahun 2017 kontribusi yang diberikan oleh UMKM terhadap PDB mengalami penurunan dari 57,8 % pada tahun 2015 menjadi 57% pada tahun 2017. Hal tersebut disebabkan oleh rendahnya konsumsi rumah tangga serta kenaikan tarif listrik oleh

pemerintah. Sejalan dengan penelitian Afiftah (2020) pengeluaran konsumsi rumah tangga memiliki pengaruh terhadap pendapatan nasional yaitu berkisar 60-75%. UMKM di Indonesia mengalami tren yang positif terhadap kontribusi PDB dari tahun 2017 hingga 2018. Peningkatan dapat dilihat dari kontribusi PDB yang awalnya sebanyak 57% pada tahun 2017 dan meningkat menjadi 60,2% pada tahun 2018. Pada tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami kenaikan dari 60% ke 61%. Hal tersebut disebabkan oleh kondisi ekonomi makro yang kondusif dan tingginya permintaan domestik dari sisi konsumsi rumah tangga. Berdasarkan data yang dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa peningkatan jumlah PDB yang diberikan oleh UMKM menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting terhadap perekonomian Indonesia.

Selain kontribusinya terhadap PDB, UMKM juga memiliki peran penting sebagai penyerapan tenaga kerja. Kementerian BKPM (2021) mengatakan bahwa UMKM menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang sangat tinggi yaitu sebesar 97% dari daya serap dunia usaha pada tahun 2020. Lebih lanjut Kemenkeu (2022) mengatakan daya serap tenaga kerja UMKM sebanyak 117 juta pekerja dari daya serap tenaga kerja di dalam dunia usaha. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM harus dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan, dengan arah peningkatan produktivitas dan daya saing, serta dapat terus menumbuhkan wirausahawan-wirausahawan baru yang lebih tangguh.

Di balik peran sektor usaha terhadap ekonomi, sektor usaha memiliki dampak yang negatif terhadap lingkungan. Salah satunya adalah sampah yang dihasilkan seperti plastik yang dapat mencemari lingkungan. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2021) mencatat bahwa sampah di Indonesia mencapai 21,88 juta ton di tahun 2021. Berdasarkan sumber penyumbang sampah, sektor perdagangan menyumbang sampah sebesar 19,11 % yang mana merupakan penyumbang sampah terbesar kedua setelah sektor rumah tangga sebesar 42,23%, disusul pasar menyumbang 15,26 % terhadap sampah nasional.



Gambar 1.2 Jumlah UMKM di Kota Bogor dari 2021

Sumber: Open Data Jawa Barat (2022), diolah

Berdasarkan data dari Open Data JABAR (2022), sektor terbesar UMKM di Kota Bogor pada tahun 2021 ialah kuliner sebesar 41.743 unit, disusul oleh makanan 30.531 unit, Jasa/Lainnya 13.190 unit, craft 9.699, fashion 9.466 unit, konveksi 5.780 unit, minuman 5.664, aksesoris 272, batik 272, bordir 39. Total jumlah UMKM di Kota Bogor pada tahun 2021 sebanyak 116.656 Unit

Di balik kontribusi sektor UMKM yang sangat tinggi terhadap perekonomian nasional, UMKM masih memiliki berbagai permasalahan yang mendasar. Anggraeni, dkk (2013) mengatakan bahwa permasalahan yang sangat mendasar dihadapi oleh para pelaku UMKM ini adalah sumber daya manusia yang kurang memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan usaha, memiliki permasalahan dalam permodalan, serta kurangnya sistem pemasaran dan akses pemasaran yang ada. Suci (2017) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kelemahan yang sedang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator antara lain kurangnya permodalan dan kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan oleh sumber daya manusianya.

Pada UMKM di Kota Bogor terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi. BPS Kota Bogor (2020) mengatakan bahwa kesulitan pengusaha/usaha yang dialami di Kota Bogor meliputi: (1) kesulitan bahan baku, (2) kesulitan permodalan (modal lancar dan tetap), (3) kesulitan distribusi atau kurangnya jaringan pemasaran. (4) kesulitan memberi upah kepada tenaga kerja. Menurut Mariani (2018) dalam penelitiannya mengatakan bahwa banyak UMKM di Kota Bogor yang menggebu ketika baru menjalankan bisnisnya dan seiring berjalannya waktu menurunkan gairah para usahanya. Karima, dkk (2020) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kendala yang dihadapi oleh UMKM di Kota Bogor, khususnya di Kampung Batuhulung Bubulak, diantaranya meliputi: (1) modal untuk meningkatkan produksi bisnisnya, (2) sumber daya manusia yang sangat terbatas, (3) pemasaran produk yang kurang luas, (4) pendaftaran usaha dengan mitra bisnis online. Penelitian Mariani (2018) mengatakan permasalahan yang dihadapi dari sektor kuliner meliputi akses permodalan yang bersumber dari kekayaan pribadi atau pinjaman dari luar, kemampuan berwirausaha yang dilihat dari pengetahuan dan keterampilan, SDM, ilmu keuangan serta rencana bisnis dan strategi pemasaran yang dilakukan.

Dari ketiga dampak yang dihasilkan oleh UMKM terhadap sektor ekonomi, sosial, dan lingkungan serta permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, membuat para UMKM perlu memiliki strategi dalam menyelesaikan permasalahan tersebut untuk mengembangkan usahanya. UMKM juga memiliki peluang untuk menjadikan bisnisnya berkelanjutan karena memiliki dampak terhadap sektor ekonomi, sosial, dan lingkungan yang sesuai dengan fokus bisnis berkelanjutan. Menurut Fatimah, dkk (2021) pengembangan usaha dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan agar bisa berkembang menjadi lebih baik dengan dilakukan bertahap hingga perusahaan atau usaha yang dijalankan lebih maju lagi sehingga mencapai visi dan misi perusahaan. Jika perusahaan memiliki misi untuk membuat usahanya berkelanjutan maka diperlukan strategi untuk mencapai bisnis berkelanjutan tersebut. Bisnis berkelanjutan dapat diartikan sebagai integrasi manajemen lingkungan, sosial, dan ekonomi dalam pengembangan usaha (Bantacut dalam Kurniawan, 2018).

Dari pra penelitian yang telah dilakukan kepada salah satu pelaku UMKM di Kota Bogor yaitu PT. Maru Abadi Pratama, mereka memiliki permasalahan terkait dengan aktivitas utama mereka yaitu kegiatan produksi dan distribusi. Dari kegiatan produksi, permasalahan yang mereka hadapi adalah terkait dengan kesulitan dalam memperoleh bahan baku usus serta kesulitan untuk memenuhi permintaan konsumen. Kesulitan dalam memperoleh bahan baku usus ini disebabkan oleh pemasok usus dari pedagang ayam yang memiliki stok terbatas. Dari kesulitan bahan baku tersebut menyebabkan permasalahan baru yaitu kesulitan untuk memenuhi permintaan konsumen. Hal ini disebabkan karena tidak adanya bahan baku usus maka pembuatan produk P-Sus menjadi terhambat.

Pada kegiatan distribusi, permasalahan lain yang dihadapi oleh PT Maru Abadi Pratama ini terkait dengan sumber daya manusianya. Dalam penggunaan sumber daya manusia, PT Maru Abadi Pratama menggunakan tim marketing untuk melakukan proses distributor, hal ini tidak sesuai dengan *job description* dari tim marketing. Tim marketing disini berfokus untuk mendistribusikan produk P-Sus kepada konsumen, dan tidak terdapat kegiatan pemasaran lainnya.

PT Maru Abadi Pratama juga memiliki keinginan dan tujuan (visi) untuk mengembangkan dan membuat bisnis nya tersebut berkelanjutan, akan tetapi strategi yang mereka lakukan saat ini adalah berfokus dari segi *profit* (keuntungan) saja. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai yang mereka jual terhadap konsumen yaitu mengenai keunggulan dari produk dan tidak memperhatikan dampak terhadap sosial dan lingkungan nya, yang mana hal tersebut bertentangan dari inti atau fokus dari konsep bisnis berkelanjutan. Untuk mencapai tujuan dari PT Maru Abadi Pratama terkait dengan membuat bisnis nya berkelanjutan, hal ini diperlukan strategi yang mampu mewujudkan tujuan tersebut, yang mana PT Maru Abadi Pratama harus memperhatikan nilai atau inti fokus dari bisnis berkelanjutan.

Menurut Bocken, dkk (2014) fokus merek integrasi dalam bisnis keberlanjutan yang menjadi inti bisnis dapat diciptakan melalui tiga nilai yaitu sosial, lingkungan, dan ekonomi yang seimbang dengan pemetaan nilai dikembangkan untuk membantu perusahaan membuat proposisi nilai yang lebih cocok untuk keberlanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Poerwanto, dkk (2019) yang menyatakan bahwa penggunaan konsep *triple bottom line* sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis serta penguatan terhadap empat aspek *value proposition*, *value delivery*, *value creation* dan *value capture* penting untuk dilakukan dalam membuat UMKM bisa bertahan dalam jangka panjang.

Berdasarkan dari permasalahan dan fenomena yang tengah dihadapi oleh PT Maru Abadi Pratama dengan Produk P-Sus, maka diperlukan penelitian tentang “Strategi Pengembangan Bisnis Berkelanjutan Pada PT Maru Abadi Pratama” untuk mengetahui bagaimana strategi dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang terdapat pada latar belakang penelitian, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran strategi bisnis berkelanjutan pada PT Maru Abadi Pratama?
2. Bagaimana identifikasi model bisnis berkelanjutan pada PT Maru Abadi Pratama?
3. Bagaimana formulasi strategi bisnis berkelanjutan pada PT Maru Abadi Pratama?
4. Bagaimana analisis penerapan strategi bisnis berkelanjutan pada PT Maru Abadi Pratama

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui gambaran strategi bisnis berkelanjutan untuk PT Maru Abadi Pratama.
2. Mengidentifikasi pembentukan strategi bisnis berkelanjutan pada PT Maru Abadi Pratama.
3. Memformulasikan strategi bisnis berkelanjutan pada PT Maru Abadi Pratama.

4. Mengetahui bagaimana analisis penerapan strategi bisnis berkelanjutan pada PT Maru Abadi Pratama

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat ataupun kegunaan. Adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengembangan bisnis berkelanjutan pada PT Maru Abadi Pratama serta dapat digunakan sebagai sarana ilmu pengetahuan di bangku perkuliahan. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi untuk mendukung penelitian sejenis pada masa yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

- a) Bagi penulis, penelitian ini memberikan kesempatan untuk menyelaraskan ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan dan dapat menambah wawasan mengenai ilmu penelitian, pengalaman dalam memperoleh data penelitian, serta dapat mengetahui strategi pengembangan bisnis berkelanjutan pada PT Maru Abadi Pratama.
- b) Bagi PT Maru Abadi Pratama/UMKM, dapat mengetahui strategi atau model bisnis pengembangan usaha berkelanjutan terhadap usahanya yang dimana hal itu dapat dipergunakan sebagai strategi bisnis berkelanjutan.
- c) Bagi pembaca, penelitian ini dapat menambah wawasan dan informasi mengenai pengembangan bisnis berkelanjutan pada PT Maru Abadi Pratama.