

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu usaha yang menjadi motor penggerak bagi pertumbuhan ekonomi di banyak negara di dunia. UMKM khususnya di negara-negara berkembang sering dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran terutama dari golongan masyarakat berpendidikan rendah, ketimpangan distribusi pendapatan, serta masalah urbanisasi dengan segala akibat negatifnya. Artinya, keberadaan atau perkembangan UMKM diharapkan dapat memberi suatu kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah tersebut di atas

Di Indonesia UMKM menjadi suatu fenomena perekonomian tersendiri ketika terjadi kenaikan harga pangan dan bahan baku sehingga banyak usaha besar mengalami kesulitan dalam usahanya, UMKM mampu mempertahankan usahanya di tengah krisis ekonomi. Peranan UMKM juga sering dikaitkan dengan upaya-upaya pemerintah untuk mengurangi pengangguran, memerangi kemiskinan, dan pemerataan pendapatan. Oleh karena itu, kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia sering dianggap secara tidak langsung sebagai kebijakan penciptaan

kesempatan kerja, atau kebijakan anti-kemiskinan, atau kebijakan redistribusi pendapatan.

Keberadaan UMKM memang harus tetap dipertahankan dan dikembangkan agar dapat terus berperan dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Kedudukan UMKM di tengah-tengah kehidupan masyarakat telah mendapat tempat yang mantap, banyak menyerap tenaga kerja, mampu berdampingan dengan perusahaan besar dan ikut memperlancar kegiatan perekonomian negara. Untuk mengetahui pertumbuhan UMKM dibandingkan dengan jenis usaha besar dapat dilihat melalui tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Besar Menurut Sektor Ekonomi
Tahun 2008

NO	SEKTOR	Mikro (Unit)	Kecil (unit)	Menengah (Unit)	Besar (unit)
1.	Pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan	26.398.113	1.079	1.677	242
2.	pertambangan dan penggalan	258.974	2.107	260	80
3.	industri pengolahan	3.176.471	53.458	8.182	1.309
4.	listrik, gas dan air bersih	10.756	551	315	125
5.	Bangunan	159.883	12.622	1.854	245
6.	perdagangan, hotel dan restoran	14.387.690	382.084	20.176	1.256
7.	pengangkutan dan komunikasi	3.186.181	17.420	1.424	319
8.	keuangan, persewaan jasa perusahaan	970.163	23.375	3.973	599
9.	jasa-jasa	2.149.428	27.525	1.796	197
J U M L A H		50.697.659	520.221	39.657	4.372

Sumber : Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI

Berdasarkan tabel 1.1, bahwa jumlah usaha mikro, kecil dan menengah mengalami pertumbuhan yang lebih pesat dibandingkan dengan usaha besar.

Berdasarkan skala usaha, pelaku usaha mikro, kecil dan menengah mencapai jumlah 51,25 unit usaha. Kontribusi usaha mikro 50,69 juta unit, usaha kecil 520 ribu unit, usaha menengah 39,65 ribu unit. Sisanya usaha besar 4.372 unit usaha. Usaha mikro kecil memang layak disebut sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia.

Pencapaian angka-angka ekonomi menyajikan angka fantastis. Pada awal 2010 andil usaha mikro terhadap ekonomi tergambar pada produk domestik bruto 55,56 persen dari total PDB nasional. Untuk kontribusi penyerapan tenaga kerja UMKM sebesar 90,89 juta orang. Usaha mikro sebanyak 83,75 juta orang, usaha kecil menyerap 3,99 juta pekerja dan usaha menengah 3,25 juta pekerja. Jika ditotal dari dari jumlah pekerja berdasarkan semua skala, usaha kecil menyerap 93,56% dari seluruh tenaga kerja Indonesia. (Deddy Edward Tanjung, 2010)

UMKM khususnya industri kecil merupakan salah satu bentuk alternatif strategi untuk mendukung pengembangan perekonomian Indonesia. Peranan industri kecil terhadap pemerataan dan kesempatan kerja bagi masyarakat terbukti dapat membantu pemerintah dalam menyukseskan program pengentasan kemiskinan dan menekan angka pengangguran. Selain menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, industri kecil terbukti tahan menghadapi krisis ekonomi yang pernah melanda Indonesia.

Secara kualitatif, peranan usaha kecil dalam Suryana (2006:77) yaitu : *Pertama*, usaha kecil dapat memperkokoh perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usaha, seperti fungsi pemasok, produksi, penyalur, dan pemasaran bagi hasil produk-produk industri besar. Usaha kecil berfungsi sebagai

transformator antar sektor yang mempunyai kaitan ke depan dan ke belakang. *Kedua*, usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi ekonomi, khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada. Usaha kecil sangat fleksibel, karena dapat menyerap tenaga kerja dan sumber daya lokal serta meningkatkan sumberdaya manusia agar dapat menjadi wirausaha yang tangguh. *Ketiga*, usaha kecil dipandang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan berusaha dan pendapatan, karena jumlahnya tersebar di perkotaan dan pedesaan.

Namun terlepas dari kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja, UMKM sering kali dihadapkan pada berbagai keterbatasan yang menghambat keberhasilan usaha. Rendahnya pendidikan Sumber Daya Manusia (SDM) pelaku UMKM juga menjadi keterbatasan yang perlu mendapat pembinaan yang serius dari pemerintah. Keberadaan UMKM yang berada pada semua lapangan usaha dan tersebar di semua lokasi memang menjadi kendala yang sangat menyulitkan dalam melakukan pembinaan. Oleh karena itu, perlu adanya upaya mengembangkan sentra-sentra UMKM untuk memudahkan pembinaan dengan melihat kelompok komunitas UMKM yang ada atau membentuk komunitas UMKM baru. Fenomena rendahnya kualitas sumber daya manusia yang dimiliki mengakibatkan tingkat pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM untuk menangani usaha relatif lemah. Sehingga pengelolaan usaha sering kali bukan didasarkan pada strategi bisnis yang cukup mapan melainkan lebih pada perasaan dan intuisi sebagai pengusaha yang secara jelas meski hal tersebut diperlukan dalam dunia bisnis tetapi tidak bisa terus menerus dijadikan sebagai acuan.

Keterbatasan lain yang sering dihadapi pelaku UMKM adalah keterbatasan finansial. UMKM di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial yaitu mobilisasi modal awal (*star-up capital*) dan akses ke modal kerja dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang. Walaupun pada umumnya modal awal bersumber dari modal sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak cukup untuk kegiatan produksi, investasi atau perluasan kapasitas produksi. (Tulus Tambunan, 2002 : 74)

Masalah pemasaran juga menjadi salah satu keterbatasan dalam skala UMKM. Aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh UMKM adalah kekurangan informasi yang akurat mengenai peluang-peluang pasar dan tekanan-tekanan persaingan di pasar domestik maupun di pasar ekspor, maka strategi pengembangan UMKM ini perlu dicermati dengan seksama agar pertumbuhan UMKM baru tidak melemahkan yang telah ada. Oleh karena itu sebaiknya pembentukan UMKM lebih diarahkan untuk pangsa ekspor atau memenuhi kekurangan permintaan dalam wilayah. Pemilihan saluran pemasaran yang tepat akan sangat menentukan berhasil tidaknya usaha yg dijalankan.

Bachtiar Hasan (2003:19) mengemukakan bahwa masalah yang dihadapi industri kecil merupakan masalah klasik sebagai berikut :

1. Masalah kurangnya keterampilan dan jangkauan menggunakan kesempatan yang meliputi kewiraswastaan, pengelolaan usaha dan organisasi.
2. Masalah kurangnya pengetahuan pemasaran dan sempitnya daerah pemasaran.
3. Langkanya modal
4. Masalah teknis dan teknologi, yang meliputi dan pengetahuan produksi, kualitas, pengembangan dan peragaman produk.

Sementara itu menurut hasil kajian BPS Jawa Barat dengan Dinas KUKM (2006) masalah yang dihadapi UKM adalah :

1. Masalah belum dimilikinya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik karena belum dipisahkannya kepemilikan dan pengelolaan perusahaan.
2. Masalah bagaimana menyusun proposal dan membuat studi kelayakan untuk memperoleh pinjaman, baik dari bank maupun modal ventura, karena kebanyakan UKM mengeluh prosedur mendapatkan kredit yang berbelit, agunan tidak memenuhi syarat, dan tingkat bunga dinilai terlalu tinggi.
3. Masalah menyusun perencanaan bisnis karena persaingan dalam merebut pasar semakin ketat.
4. Masalah akses terhadap teknologi, terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan atau grup bisnis tertentu, sementara selera konsumen berubah dengan cepat
5. Masalah memperoleh bahan baku, terutama karena adanya persaingan yang ketat dalam mendapatkan bahan baku, bahan baku berkualitas rendah, dan tingginya harga bahan baku.
6. Masalah perbaikan kualitas barang dan efisiensi, terutama bagi yang sudah menggarap pasar ekspor yang harus mengikuti selera konsumen.
7. Masalah tenaga kerja karena sulit mendapatkan tenaga kerja yang terampil

Salah satu yang termasuk dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah industri bawang goreng di Kabupaten Kuningan yang menjadi objek

penelitian penulis. Bawang goreng merupakan salah satu produk unggulan Kabupaten Kuningan yang telah dikenal oleh masyarakat luas. Hasil produksi bawang goreng dari Kabupaten Kuningan telah mencapai wilayah usaha dalam skala nasional. Beberapa perusahaan telah menjadi *supplier* resmi untuk PT Indofood CBP Sukses Makmur, dan PT. WingsFood. Berikut ini adalah tabel 1.2 yang memperlihatkan tujuan pasar beberapa perusahaan bawang goreng di Kabupaten Kuningan:

Tabel 1.2
Tujuan Pasar Beberapa Perusahaan Bawang Goreng
di Kabupaten Kuningan

NO.	Nama Perusahaan	Purchase Order
1.	PD. Bawang Tunggal	PT. Indofood CBP Sukses Makmur
2.	PD. Raya Sakti	PT. Indofood CBP Sukses Makmur
3.	PD. Lahan Rezeki	PT. Indofood CBP Sukses Makmur
4.	CV. Sumber Rezeki Bawang	PT. Indofood CBP Sukses Makmur
5.	UD. Sinar tani	PT. Indofood CBP Sukses Makmur
6.	PD. Mekar Asih	PT. WingsFood
7.	CV. Satria Palawijaya Utama	PT. WingsFood
8.	PD. Karunia Asih	PT. WingsFood (Sub Distributor)
9.	UD. Putra Mekar Asih	PT. WingsFood (Sub Distributor)
10.	PD. Widyatama	Jakarta, Cirebon, Ciamis
11.	PD. Sami Mulya	Jakarta, Salatiga, Malang
12.	Sariwangi I	Jakarta, Tasikmalaya, Surabaya
13.	Sariwangi II	Kuningan, Tasikmalaya, Malang
13.	Arum Sari	Porwokerto, Semarang
15.	Sri Ratu	Cirebon, Majalengka, Ciamis

Sumber : pra penelitian

Dari keseluruhan pengusaha bawang goreng yang ada di Kabupaten Kuningan, pengusaha yang masih beroperasi kini jumlahnya semakin menurun. Berdasarkan data laba yang diperoleh dari hasil wawancara dengan para pengusaha bawang goreng, kesimpulannya bahwa laba para pengusaha bawang goreng ini pada periode September 2009 – Februari 2010 berfluktuatif tetapi cenderung mengalami penurunan. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel 1.3 di bawah ini :

Tabel 1.3
Rata-Rata Perkembangan Laba Pelaku Usaha Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan Bulan September 2009 – Februari 2010

Bulan	Laba	Perkembangan (%)
September	Rp. 143.280.000	-
Oktober	Rp. 156.351.000	9.12
November	Rp. 148.753.000	- 4.86
Desember	Rp. 167.980.000	12.93
Januari	Rp. 154.230.000	-8.19
Februari	Rp. 134.560.400	-12.75

Sumber : pra penelitian, diolah

Berdasarkan survey yang dilakukan penulis pada 15 perusahaan di wilayah Desa Garawangi, Pagundan, Taraju dan Ciloa, laba para pengusaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan cenderung mengalami penurunan. Dari tabel 1.3, pada enam bulan terakhir laba dari bulan September ke bulan Oktober naik 9.12%, kemudian di bulan selanjutnya laba para pengusaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan menurun sebesar 4.86%, Dan pada bulan Desember rata-rata laba para pengusaha bawang goreng mengalami peningkatan sebesar 12.93%. Selanjutnya hingga pada pergantian tahun 2010, di bulan Januari laba para pengusaha bawang goreng mengalami penurunan sebesar 8.19%. Dan penurunan

laba pengusaha sebesar 12.75% terjadi pada bulan selanjutnya. Hal ini disebabkan banyak para pengusaha bawang goreng yang gulung tikar sebagai imbas dari kenaikan harga bahan baku dan mengalami kemacetan distribusi hasil produksi. Sehingga banyak hasil produksi yang tertimbun karena tidak tersalurkan ke pasar, selain itu pada kurun waktu tiga bulan terakhir banyak pengusaha yang hanya memproduksi jika bahan baku dari pemasok tersedia.

Perolehan laba dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor eksternal maupun faktor internal. Seperti yang diungkapkan oleh Tulus Tambunan (2002 : 14) bahwa faktor internal yang mempengaruhi keberhasilan usaha suatu industri yaitu kekuatan modal, kualitas SDM, penguasaan teknologi, sistem manajemen, dan tingkat *entrepreneurship*. Sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha suatu industri yaitu kebijakan ekonomi, sistem perekonomian, tingkat pendidikan masyarakat serta lingkungan global. Faktor-faktor tersebut akan menentukan sejauh mana suatu produksi dapat berjalan secara efisien.

Kompetensi pengusaha yang mencerminkan kualitas SDM menjadi faktor penting dalam mencapai keberhasilan usaha. Kompetensi pengusaha yang masih rendah menyebabkan banyak pengusaha tidak dapat berkembang sehingga memberikan dampak kurang baik terhadap penjualan dan pencapaian keberhasilan usaha. Kompetensi pengusaha dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang dimiliki pengusaha. Rendahnya tingkat pendidikan para pengusaha membawa dampak pada berbagai masalah yang dihadapi oleh industri kecil. Masalah-masalah tersebut adalah kekurangmampuan akses dan perluasan pangsa pasar,

kekurangmampuan pada sumber-sumber pendanaan, khususnya bank, keterbatasan akses pada informasi, keterbatasan teknologi dan kelemahan dalam pengelolaan organisasi dan manajemen (Tulus Tambunan, 2002:73)

Meningkatnya skala usaha juga merupakan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan usaha. Skala usaha itu sendiri bisa dilihat dari besarnya modal usaha. Modal menjadi faktor yang sangat penting bagi pengusaha untuk meningkatkan usahanya. Karena modal erat kaitannya dengan jumlah produksi yang bisa dihasilkan. Besar kecilnya produksi selanjutnya mempengaruhi perolehan laba pengusaha. Masalah pemasaran juga sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan usaha. Sebagian besar perusahaan tidak melakukan perbaikan yang cukup disemua aspek yang berkaitan dengan pemasaran seperti kualitas produk dan kegiatan promosi sehingga berdampak kurang baik pula terhadap penjualan. Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi pengusaha bawang goreng adalah tekanan-tekanan persaingan di pasar domestik dari produk serupa hasil buatan perusahaan lain.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis melakukan penelitian mengenai adanya isu dari permasalahan keberhasilan usaha khususnya industri bawang goreng yang berada di Kabupaten Kuningan. Untuk itu penulis mengambil judul dalam penelitian ini yaitu **“Pengaruh Kompetensi Pengusaha, Skala Usaha dan Saluran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha (Survey Pada Industri Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi lingkup permasalahan yang akan diteliti, yaitu kompetensi pengusaha, skala usaha dan saluran pemasaran.

Sehingga permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kompetensi pengusaha terhadap keberhasilan usaha industri bawang goreng di Kabupaten Kuningan?
2. Bagaimana pengaruh skala usaha terhadap keberhasilan usaha industri bawang goreng di Kabupaten Kuningan?
3. Bagaimana pengaruh saluran pemasaran terhadap keberhasilan usaha industri bawang goreng di Kabupaten Kuningan?
4. Bagaimana pengaruh kompetensi pengusaha, skala usaha dan saluran pemasaran terhadap keberhasilan usaha industri bawang goreng di Kabupaten Kuningan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut ::

1. Untuk mengetahui pengaruh kompetensi pengusaha terhadap keberhasilan usaha industri bawang goreng di Kabupaten Kuningan
2. Untuk mengetahui pengaruh skala usaha terhadap keberhasilan usaha industri bawang goreng di Kabupaten Kuningan
3. Untuk mengetahui pengaruh saluran pemasaran terhadap keberhasilan usaha industri bawang goreng di Kabupaten Kuningan.

4. Untuk mengetahui pengaruh kompetensi pengusaha, skala usaha dan saluran pemasaran terhadap keberhasilan usaha industri bawang goreng di Kabupaten Kuningan

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan dan gambaran kepada para pengusaha bawang goreng, Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan, Dinas KUKM Kabupaten Kuningan tentang pengaruh kompetensi pengusaha, skala usaha dan saluran pemasaran terhadap keberhasilan usaha pada industri bawang goreng di Kabupaten Kuningan.
2. Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya khasanah ilmu ekonomi khususnya ekonomi mikro dalam pembahasan keberhasilan usaha.