

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk pada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dapat berarti bisnis yang dijalankan secara individu, rumah tangga atau badan usaha ukuran kecil. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia mencapai 61.41% dengan jumlah UMKM hampir mencapai 60 juta.

Itu artinya sebagai penyangga perekonomian nasional, kontribusi UMKM yang lebih dari 60% terhadap PDB tidak dapat dianggap kecil. Selain itu, signifikansi dari UMKM ialah mampu memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk membuka lapangan pekerjaan baru. Peran UMKM yang relatif signifikan terhadap pembangunan ekonomi menjadikan keberlangsungan UMKM dinilai patut untuk dipertahankan terlebih dengan terjadinya pandemi *covid-19* saat ini.

Laju pertumbuhan ekonomi di Sumatera Utara yang diukur dengan menggunakan data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sepanjang lima tahun terakhir mengalami fluktuatif, itu berarti laju pertumbuhan PDRB mengalami kondisi naik turun di setiap tahunnya. Laju pertumbuhan PDRB Kota Medan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan yang melambat dari tahun 2015 hingga tahun 2019. Pada tahun 2015, PDRB Kota Medan mencapai 5,74% dan mengalami peningkatan sebesar 0,54% pada tahun 2016 menjadi 6,27%. Namun mengalami

penurunan sebesar 0,46% pada tahun 2017 menjadi 5,81%. Tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 0,11% menjadi 5,92% dan pada tahun 2019 PDRB Kota Medan mengalami peningkatan sebesar 0,01% menjadi 5,93%.

Berdasarkan data tersebut mengindikasikan bahwa strategi pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Medan masih belum maksimal dikarenakan peningkatan unit usaha mikro, kecil dan menengah di setiap tahunnya belum tentu disertai dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Kota Medan. Kendati pertumbuhan ekonomi di Kota Medan belum mencapai pertumbuhan yang maksimal, beberapa UMKM yang berada di Kampung Nelayan tidak kehilangan semangat dalam mempertahankan usahanya.

Setidaknya terdapat 3 (tiga) UMKM yang berada di wilayah pesisir Kota Medan ini, tepatnya terletak di Kampung Nelayan Kecamatan Medan Belawan. Pada masing-masing UMKM tersebut tidak ada penamaan spesifik yang diberikan. Penamaan pada masing-masing UMKM ini mengikuti keterangan lingkungan untuk mempermudah masyarakat mengenali dimana letak UMKM ini berada. Misalnya, pembuatan belacan pada UMKM Lingkungan IX, pembuatan kue cucur pada UMKM Lingkungan XXIV, serta pembuatan abon ikan bandeng dan aneka olahan ikan pada UMKM Lingkungan XII.

Setelah mengobservasi pada ketiga UMKM tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada UMKM Lingkungan XII. Hal ini dikarenakan pada UMKM IX dan UMKM XXIV ternyata kegiatan produksinya belum aktif dan masih pada tahap perencanaan saja. Sedangkan pada UMKM Lingkungan XII merupakan usaha yang siap produksi dan telah berhasil dalam memasarkan produk olahannya. Produk yang dipasarkan pada UMKM Kampung Nelayan Lingkungan

XII merupakan olahan ikan laut yang sumber ikannya didapatkan dengan membeli hasil tangkapan nelayan sekitar.

Mayoritas penduduk yang tinggal di Kampung Nelayan merupakan nelayan yang menangkap ikan menggunakan perahu kayu serta ada pula yang membuat keramba di laut sebagai sumber pemasukan utama. Namun tidak selamanya nelayan dapat mencari ikan di laut, ada periode tertentu yang mengharuskan nelayan tidak melaut dikarenakan terdapat masa efektif bagi nelayan untuk melaut. Masa efektif ini berkaitan dengan cuaca ekstrem yang dapat terjadi pada musim tertentu sehingga untuk memenuhi kebutuhan selama tidak melaut, para nelayan dan keluarganya mencari pemasukan tambahan diantaranya membuka warung/kedai, menjadi buruh untuk memotong kepala udang kecil, serta mencari kayu untuk pancang rumah.

Dengan mengetahui masa efektif nelayan saat melaut, Pemilik UMKM Kampung Nelayan Lingkungan XII melihat kondisi ini sebagai sebuah peluang. Hal ini dikarenakan saat para nelayan sedang tidak melaut, pemilik UMKM Kampung Nelayan Lingkungan XII dapat ikut memberdayakan masyarakat Kampung Nelayan itu sendiri dengan mendirikan sebuah usaha yang pengolahannya didapat dari sumber daya alam itu sendiri.

Kegiatan usaha yang dilakukan UMKM Kampung Nelayan Lingkungan XII diantaranya pengolahan ikan laut menjadi abon ikan bandeng, bakso ikan, nugget ikan, kerupuk amplang, kerupuk udang, serta terdapat pelengkap aneka minuman buah. Dalam hal ini pemilik UMKM Kampung Nelayan Lingkungan XII memutuskan untuk mengutamakan penjualan abon ikan bandeng dikarenakan paling diminati pelanggannya. Sejak didirikan pada tahun 2020, UMKM Kampung Nelayan Lingkungan XII hanya mampu memproduksi 30-50 bungkus abon ikan

bandeng setiap bulannya. Jika dilihat dari jumlah produksinya, hal ini tentu masih jauh dari target yang ingin dicapai.

No.	Tahun	Jumlah Volume Penjualan Abon Ikan Bandeng (Pcs)
1	2021	70
2	2022	680
3	2023	550
4	2024	70

Tabel 1.1

**Data Volume Penjualan Abon Ikan Bandeng
UMKM Kampung Nelayan Lingkungan XII**

Dapat dilihat pada tabel 1.1 diatas, volume penjualan sejak tahun 2021 hingga tahun 2022 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Namun pada tahun 2023 mulai mengalami penurunan volume. Terdapat berbagai faktor yang dapat menjadi penyebab sebuah usaha tak mencapai target penjualan sesuai yang diinginkan. Salah satu faktor tersebut bisa jadi karena maraknya unit usaha baru yang menjual produk serupa sehingga dapat menjadi alasan berkurangnya volume penjualan pada UMKM Kampung Nelayan Lingkungan XII.

Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk menganalisis strategi pemasaran pada UMKM Kampung Nelayan Lingkungan XII. Terdapat elemen-elemen penting pada strategi pemasaran yang pada implementasinya haruslah tepat dan sesuai dengan kondisi pasar saat ini. Sebab apabila sebuah usaha telah menerapkan strategi-strategi pemasaran secara optimal, maka tujuan strategi pemasaran tersebut yaitu untuk meningkatkan penjualan abon ikan bandeng dapat tercapai secara maksimal.

1.2 Fokus Penelitian

Dengan mengacu latar belakang masalah tersebut dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini difokuskan pada “Strategi Pemasaran UMKM Kampung Nelayan Seberang Lingkungan XII”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu: “Bagaimana strategi pemilik UMKM Kampung Nelayan dalam meningkatkan pemasaran abon ikan bandeng?”.

1.4 Tujuan Penelitian

Setelah memahami permasalahan yang diteliti, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemilik UMKM Kampung Nelayan dalam memasarkan produk abon ikan bandeng.

1.5 Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini diantaranya:

1.5.1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, pengalaman dan wawasan mengenai strategi pemasaran yang menjadi fokus peneliti.

1.5.2. Manfaat Praktis

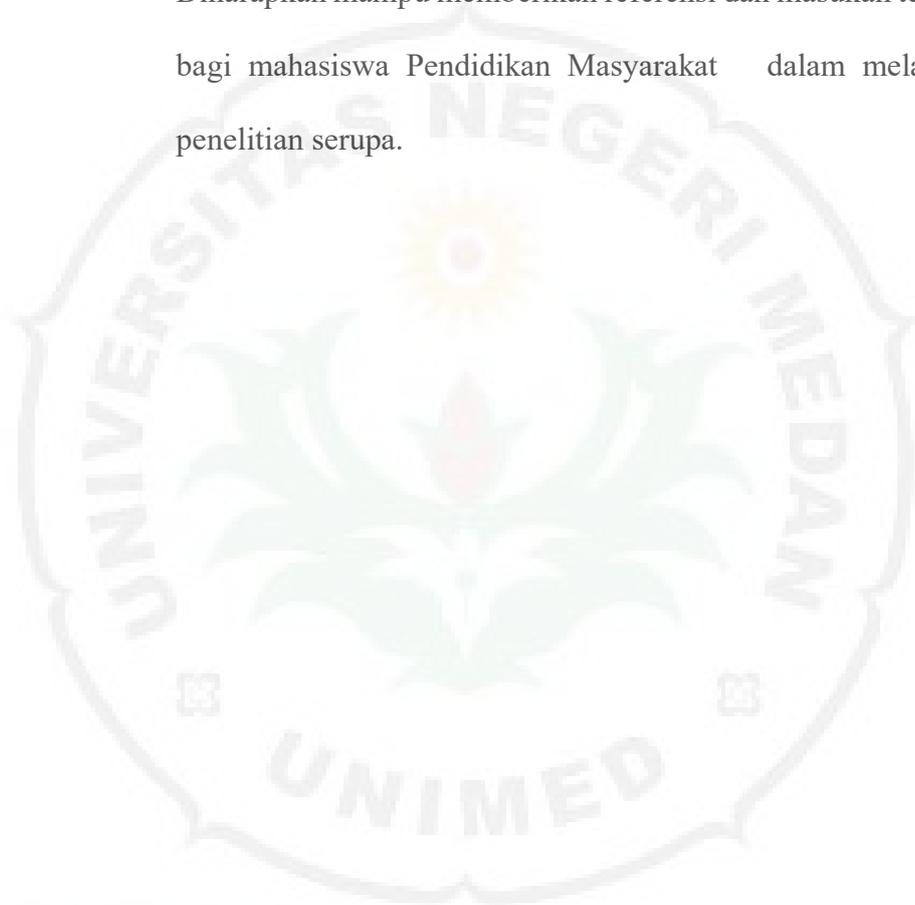
a. Bagi Masyarakat Kampung Nelayan

Diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi masyarakat Kampung Nelayan untuk bersama dalam memajukan UMKM di

wilayah tersebut agar dampak ekonominya dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan mampu memberikan referensi dan masukan terkhusus bagi mahasiswa Pendidikan Masyarakat dalam melanjutkan penelitian serupa.



THE
Character Building
UNIVERSITY