

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Perekonomian suatu Negara sangat ditunjang oleh berkembangnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang produktif yang mampu menggerakkan roda perekonomian. Munculnya Usaha Kecil Menengah akan mampu menyerap tenaga kerja. Kemampuan penyerapan tenaga kerja yang besar ini akan dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Selain itu Usaha Kecil Menengah juga mempunyai potensi yang masih dapat dikembangkan, baik dalam produktivitas maupun daya saing. Usaha Kecil Menengah juga dapat berfungsi untuk menciptakan teknologi, produk, dan jasa yang baru, pendukung pertumbuhan ekonomi, serta menciptakan perubahan dan kompetisi pada pasar (Lupiyodi Kristiningsih, 2014:141-142).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto. Keberadaan usaha kecil harus tetap dipertahankan dan dikembangkan agar dapat terus berperan dalam meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat terutama masyarakat pedesaan. Hal tersebut diperjelas oleh Kuncoro, bahwa usaha kecil dan menengah akan menimbulkan dampak positif terhadap

peningkatan jumlah angkatan kerja, pengangguran, jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan dan pembangunan ekonomi pedesaan. (Kuncoro, 2007 : 363).

Selain itu UKM juga sangat bermanfaat bagi usahawan sendiri dimana ia dapat meningkatkan kemakmuran hidupnya. Dalam menjalankan usahanya, usahawan juga harus memiliki strategis. Strategi yang perlu dilakukan oleh pengusaha pangan adalah dengan memberikan produk yang berkualitas. Kompetisi yang semakin ketat dan maraknya inovasi yang melahirkan produk-produk berkualitas membanjiri pasar menjadi pilihan pelanggan semakin banyak. Kualitas juga sangat penting bagi strategi, karena tanpa kualitas produk yang baik, usaha yang dijalankan kurang diminati banyak orang.

Sebagai pelaku bisnis pangan harus menyiapkan rencana pemasaran yang meliputi keputusan mengenai pasar sasaran, ragam, pengolahan produk, dan suasana toko agar pelanggan tertarik. Tidak dapat dipungkiri bahwa usaha kecil di Indonesia memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang pada akhirnya akan meningkatkan dan memperlancar perekonomian negara. Banyak sekali pengusaha yang berpotensi untuk diangkat dan digali menjadi salah satu bidang usaha yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan (*income*) keluarga sekaligus dapat menyerap tenaga kerja. Peluang kerja yang tersedia untuk membuka usaha sangat besar, dapat dikatakan bahwa sektor perdagangan merupakan sektor yang berpotensi memberi peluang kerja untuk mendapatkan sumber penghasilan.

Menurut Nasution, sebuah perusahaan dikatakan meraih keberhasilan usaha jika dana usahanya bertambah, hasil produksi meningkat, keuntungan bertambah, perputaran dana berkembang serta penghasilan anggota dari perusahaan tersebut bertambah. Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditunjukkan mencapai suatu keberhasilan. (Nasution 2001 : 12).

Industri dikatakan berhasil, pemilik industri itu sendiri harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi berjalannya industri tersebut, seperti faktor-faktor produksi, faktor pemasaran, faktor organisasi dan manajemen, serta faktor keuangan. Hal ini mengindikasikan perlunya studi yang mendalam mengenai perkembangan, prospek dan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sektor informal, serta kemampuan bertahan di era ini menarik untuk di kaji lebih mendalam.

Pada suatu usaha atau industri dikatakan berhasil tentunya membutuhkan manusia sebagai sumber tenaga kerja dalam melaksanakan setiap kegiatannya, karena manusia menjadi perencana dan pelaku terwujudnya tujuan suatu usaha, baik untuk usaha berskala besar atau kecil. Melalui karyawan yang kreatif dan inovatif, perusahaan dapat menciptakan ide-ide cemerlang tentang produk dan jasa yang terbaik. Manusia yang kreatif mempunyai inisiatif yang tinggi dalam merubah suatu kondisi ke arah yang lebih baik dan menguntungkan perusahaan.

Salah satu desa di Kecamatan Perbaungan yang memiliki 28 desa adalah Desa Bengkel yang termasuk dalam Kabupaten Serdang Bedagai. Desa Bengkel sudah ada sejak tahun 1973 merupakan pasar yang sangat dikenal oleh penduduk pengrajin dodol. Lokasi Pasar Bengkel sangat strategis yaitu di pinggir jalan lintas Sumatera Utara berjejer kios-kios penjual dodol sepanjang 500 meter yang dapat memberikan keuntungan tersendiri dalam memasarkan dan memperkenalkan dodol Bengkel. Deretan kios-kios makanan ringan sepanjang jalan Pasar Bengkel memperlihatkan aneka jajanan tersebut sebahagian besar terbuat dari ubi kayu atau singkong sedangkan yang lainnya adalah dodol. Aneka jajanan dari ubi seperti keripik ubi, opak, keripik pedas, rengginang dan dodol Bengkel dengan aneka rasa yang bervariasi seperti rasa durian, rasa nanas, rasa pandan yang mana kedua makanan ringan ini sangat gurih, nikmat dan lezat sebagai oleh-oleh. Harga yang ditawarkan kepada dodol ini sendiri dimulai dari harga Rp 25.000 sampai Rp 30.000/kilogramnya.

Selain itu, kurangnya perkembangan kreativitas dalam usaha dodol di Bengkel Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai adalah faktor kurangnya pengetahuan produsen dalam bervariasi banyak rasa pilihan, disini produsen hanya menawarkan beberapa varian rasa seperti rasa original, durian dan nenas. Varian rasa ini mungkin telah berada di titik jenuh atau bosan bagi para konsumen dodol itu sendiri. Para konsumen mungkin ingin merasakan dodol yang banyak lagi varian rasa, sehingga ada rasa baru yang membuat konsumen menyukai dodol itu sendiri.

Para produsen dodol kurang pemahaman tentang model penyajian dengan cara modern menggunakan teknologi. Pembuatan dodol itu sendiri masih menggunakan cara tradisional dengan menggunakan banyak pekerja sehingga menimbulkan waktu yang lama dalam pembuatannya. Penyajian dodol dalam satu kemasan memiliki satu rasa saja. Seharusnya produsen harus mampu mengkreasikan kembali penyajian dodol dalam kemasan dengan berbagai rasa. Sehingga konsumen tertarik dalam membeli dodol ini.

Sejak puluhan tahun diproduksi, keberadaan dodol di Bengkel yang kini terpusat pemasarannya di kawasan jajanan kuliner Desa Pasar Bengkel, Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai, telah terancam pasca beroperasinya Tol Trans Sumatera. Tol Trans Sumatera adalah jalan tol yang menghubungkan Medan, Tebing Tinggi serta Bandar Udara Internasional Kualanamu. Jalan tol sepanjang 61,80 kilometer ini merupakan bagian dari Jalan Tol Trans Sumatera dan terbagi dalam 2 seksi, yaitu Seksi I (Medan Perbakaran-Kualanamu) sepanjang 17,80 kilometer dan Seksi II (Perbakaran-Tebing Tinggi) sepanjang 44 kilometer. Dengan beroperasinya Jalan Tol Trans Sumatera yang lajunya tidak melintasi kawasan kuliner Pasar Bengkel, dipastikan tingkat pembeli akan menurun karena selama ini pengusaha dodol Bengkel kawasan itu mayoritas mengandalkan pembeli dari penumpang angkutan yang melintas. Ridwan Sinaga yang mengaku sudah menggeluti usaha dodol sejak tahun 1991 merasakan dampak penurunan pendapatan itu. Dia merasakan sejak 5 tahun terakhir usaha kulinernya mengalami penurunan drastis karena pembelinya tidak setinggi saat 5 tahun terakhir. Ridwan menuturkan kendala yang dihadapi pengembangan usaha dodol Bengkel

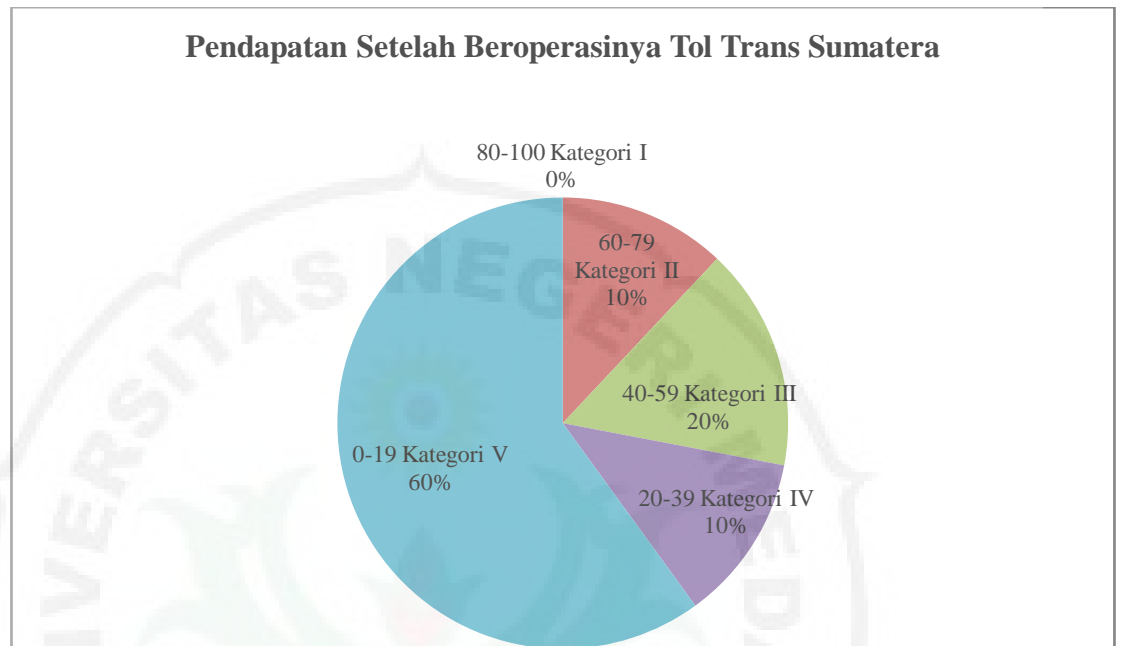
terkait dengan konsumen yang mulai berkurang. Kondisi itu dipicu dengan beroperasinya jalan Tol Trans Sumatera beberapa tahun terakhir.

Untuk menyikapi ancaman itu, campur tangan pemerintah mutlak dilakukan. Tidak bisa tidak, Pemerintahan Kabupaten Serdang Bedagai punya tanggung jawab besar menyelamatkan pengusaha dodol Bengkel yang sudah puluhan tahun menjadi salah satu investor ekonomi di Tanah Bertuah Negeri Beradat.

Kategori pertumbuhan pendapatan setiap bulannya dari usaha dodol yang ada di Pasar Bengkel. Dikelompokkan dalam 5 kategori, yaitu;

1. Kategori I memiliki pendapatan Rp. 80.000.000 sampai Rp. 100.000.000
2. Kategori II memiliki pendapatan Rp. 60.000.000 sampai Rp. 79.000.000
3. Kategori III memiliki pendapatan Rp. 40.000.000 sampai Rp. 59.000.000
4. Kategori IV memiliki pendapatan Rp. 20.000.000 sampai Rp. 39.000.000
5. Kategori V memiliki pendapatan Rp. 0 sampai Rp. 19.000.000

**Grafik 1. Pendapatan Setelah Beroperasinya Tol Trans Sumatera**



*Sumber : Hasil Olahan, 2020.*

Dari grafik 1 dapat dilihat bahwa pendapatan dari 25 usaha dodol yang ada di Pasar Bengkel sesudah beroperasinya Tol Trans Sumatera yaitu kategori I ada sebesar 0% atau tidak ada usaha dodol yang mencapai kategori 1 pendapatannya, sedangkan kategori II sebesar 12% atau sebanyak 3 usaha dodol, dan kategori III sebesar 16% atau sebanyak 4 usaha dodol, kategori IV sebesar 12% atau sebanyak 3 usaha dodol, kemudian kategori V sebesar 60% atau sebanyak 15 usaha dodol.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“ANALISIS SWOT STRATEGI BERTAHAN USAHA DODOL PASAR BENGKEL PASCA BEROPERASINYA TOL TRANS SUMATERA DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI”**.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah menurunnya pendapatan usaha dodol Pasar Bengkel pasca beroperasinya Tol Trans Sumatera di Kabupaten Serdang Bedagai.

## 1.3. Pembatasan Masalah

Agar penelitian dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan **“Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pedagang usaha dodol Pasar Bengkel pasca beroperasinya Tol Trans Sumatera”**.

## 1.4. Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang dan identifikasi masalah dalam penelitian ini, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah bagaimana analisis kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) strategi bertahan usaha dodol Pasar Bengkel pasca beroperasinya Tol Trans Sumatera di Kabupaten Serdang Bedagai.



### 1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui analisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) strategi bertahan usaha dodol Pasar Bengkel pasca beroperasinya Tol Trans Sumatera di Kabupaten Serdang Bedagai.

### 1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan peneliti yang berkaitan dengan strategi bertahan yang diterapkan oleh usaha dodol serta mengetahui sejauh mana hubungan antara teori yang diperoleh di perkuliahan dengan kondisi nyata di lapangan.

2. Bagi pengusaha

Untuk bahan masukan yang bermanfaat dan tambahan informasi bagi usaha dodol serta sebagai bahan pertimbangan dalam mengatasi masalah yang terkait dengan penelitian.

3. Bagi pihak lain

Sebagai bahan referensi untuk mengembangkan penelitian sejenis ini di masa yang akan datang dan lebih mendalam di bidang ini.