

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu aktor ekonomi yang penting di Indonesia. Karena jumlahnya yang sangat banyak dan menyerap tenaga kerja yang luar biasa banyaknya. Keberadaannya menarik untuk dikaji disetiap tahap perjalanan pembangunan ekonomi bangsa. Sejak kelahirannya yang menjadi konsep pemikiran para pendiri, hingga peranannya dalam penciptaan kesejahteraan bangsa (Fajar,2015).

Industri konveksi sablon kaos salah satu industri kecil dan menengah yang sangat populer di Indonesia. Konveksi adalah proses mengubah kain, yaitu bahan setengah jadi menjadi pakaian (produk jadi). Proses pengubahan bahan baku setengah jadi menjadi pakaian pada industri konveksi sablon kaos terdiri dari empat bagian utama yaitu proses pemotongan bahan baku kain sesuai dengan pola pakaian, proses sablon pada bagian kaos, proses penjahitan (pembuatan) hingga menjadi produk pakaian dan proses *trimming* seperti *finishing* pakaian dari jahitan yang kurang rapi. Pakaian merupakan bagian dari kebutuhan dasar manusia dan kebutuhan dasar yang diharapkan adalah kebutuhan dasar atau *basic need* yang harus dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari. Dilihat dari pertumbuhan industri ini, pasar yang dimiliki industri ini pasti sangat besar. Permintaan akan produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku komersial di industri ini juga semakin meningkat.

Konveksi sablon kaos AZZA merupakan *home industry* yang bergerak dalam bidang konveksi sablon. Industri rumahan ini didirikan pada tahun 2017 yang berlokasi di Desa Wadeng, Kecamatan Sidayu, Gresik, Jawa Timur. Adapun produk yang dihasilkan oleh UMKM AZZA selain produk utama berupa kaos adalah karung dan spanduk. Produk dan desain selalu mengikuti permintaan konsumen. Peran konsumen dalam promosi produk menjadi peluang bagi UMKM AZZA untuk terus mengembangkan usahanya ke arah yang lebih baik sehingga daerah pemasaran yang dijangkau bisa semakin luas. UMKM AZZA sendiri dalam menjalankan produksinya menggunakan sistem pesanan (*job order*). Dimana kelemahan dari *job order* ialah jika tidak ada pesanan maka secara otomatis produksi dihentikan.

Saat ini perkembangan usaha di UMKM AZZA dalam menjalankan produksinya masih belum optimal dikarenakan persaingan terhadap industri konveksi sablon kaos yang sangat kompetitif. Hal inilah yang menjadi penyebab terjadinya penurunan jumlah

pesanan pada AZZA yang mengakibatkan tidak tercapainya target pemesanan. Berikut tabel perbandingan antara UMKM sablon yang berada di kecamatan sidayu.

Tabel 1.1 Perbandingan dari segi kekuatan antara UMKM Firasablon dan AZZA Sablon

Sub - Variabel	Nama Perusahaan	
	Firasablon	AZZA Sablon
Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kualitas produk	Kualitas produk
	Pelayanan	Peralatan canggih
	Harga terjangkau	Garansi

Sumber: Pra Survei

Dari tabel 1.1 perbandingan antara UMKM Firasablon dari segi kekuatan memiliki kualitas produk jahitan kaos rapi, pelayanan, harga terjangkau dan AZZA Sablon dari segi kekuatan memiliki kualitas produk bahan baku, peralatan canggih, bergaransi. Dimana UMKM AZZA dan Firasablon mendekati jenis produk yang sama.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha penurunan pemesanan terparah terjadi pada bulan Juli 2021 yang di mana pada bulan tersebut AZZA hanya menerima pesanan sebanyak 295 kaos dalam sebulan. Berikut data pemesanan AZZA selama 12 bulan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Jumlah Pemesanan Kaos UMKM AZZA Tahun 2021-2022

No.	Bulan	Jumlah Pemesanan Kaos (Pcs)	Target Pemesanan Kaos (Pcs)
1	Februari	816	1000
2	Maret	942	
3	April	849	
4	Mei	693	
5	Juni	568	
6	Juli	295	
7	Agustus	675	
8	September	961	
9	Oktober	831	
10	November	789	

11	Desember	993	
12	Januari	867	

Sumber: Arsip UMKM AZZA

Dari data pemesanan pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa perbulannya AZZA mengalami naik turunnya jumlah pemesanan dan tidak tercapainya target pemesanan. Dimana pada saat Bulan Juli mengalami penurunan dikarenakan adanya kompetitor pembukaan toko yang membuat promosi besar-besaran serta memberi jaminan kualitas produk terbaik sehingga terjadi penurunan drastis pada Bulan Juli 2021. Hal ini dikarenakan salah satu toko memberi promosi berupa potongan harga dan *doorprize*, dimana produk mereka memiliki kualitas produk yang bagus hingga membuat sebagian banyak konsumen berpindah ke kompetitor, berlandaskan hasil wawancara dengan pemilik usaha. Berdasarkan alasan tersebut dapat diketahui bahwasannya AZZA harus mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk yang mereka produksi agar dapat membandingkan dengan pesaing guna untuk melihat ancaman (*threats*) dan peluang (*opportunity*) dalam usaha. Maka dibutuhkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan.

Perumusan strategi dalam pengembangan usaha pada AZZA dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dengan menggunakan faktor internal dan eksternal sebagai variabel dalam strategi pengembangan usaha. Analisis SWOT merupakan metode identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2016).

Menyikapi tentang pengembangan bisnis dan masalah yang dihadapi maka diperlukan strategi-strategi untuk mengembangkan bisnis ini, dimana strategi-strategi tersebut akan di analisis dengan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka meneliti dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM AZZA Sablon Di Desa Wadeng Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik Jawa Timur”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dapat diketahui identifikasi masalah dari penelitian ini adalah tidak tercapainya target pemesanan UMKM AZZA setahun terakhir dikarenakan banyaknya persaingan pada usaha sablon kaos yang kompetitif sehingga UMKM AZZA harus memiliki strategi pengembangan usaha agar bisa bersaing dipasaran.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana menganalisis permasalahan yang terjadi dilihat dari faktor kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman. Dan menentukan strategi pengembangan usaha pada UMKM AZZA Sablon menggunakan analisis SWOT.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah maka dapat diambil tujuan penelitian diantara lain sebagai berikut:

1. Menganalisis pengembangan dilihat dari faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada UMKM AZZA Sablon.
2. Menentukan strategi- strategi pengembangan usaha berdasar analisis SWOT.

1.5 Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini untuk membatasi agar permasalahan tidak meluas dalam penelitian:

1. Penelitian hanya berfokus pada strategi pengembangan usaha.
2. Penelitian tidak menjelaskan diluar objek penelitian.
3. Responden penelitian dengan melibatkan pekerja dan konsumen.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi yang dapat digunakan dalam permasalahan penelitian yang sejenis.

2. Bagi UMKM AZZA

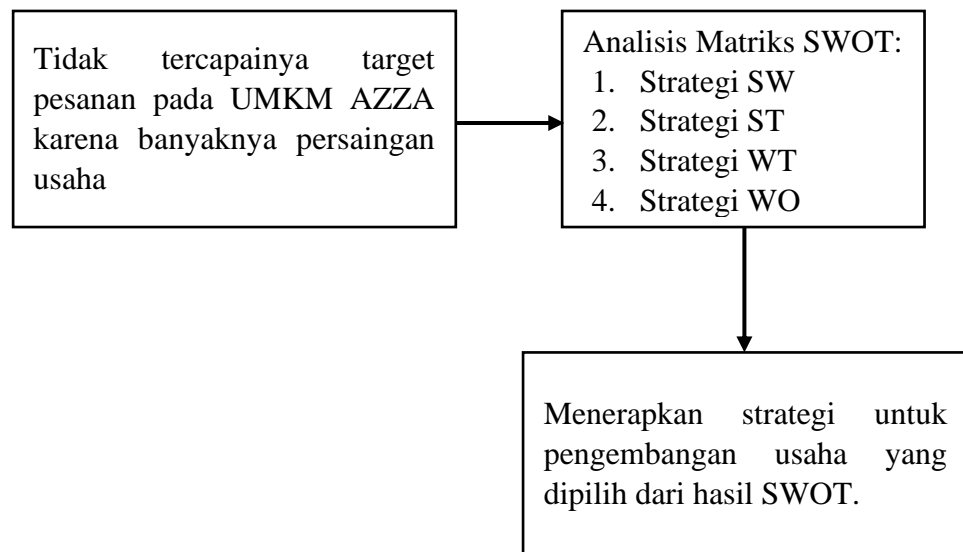
Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi pengembangan usaha yang akan datang.

3. Bagi Institut.

Di lingkup Program Studi Teknik Industri S-1 Institut Teknologi Nasional Malang diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan dalam pengembangan usaha.

1.7 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir yang melandasi diadakannya penelitian ini adalah:



Gambar 1.1 Kerangka berpikir