

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang pelaksanaan penelitian, perumusan masalah, tujuan dilakukan penelitian, hal yang membatasi penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

1.1 Latar Belakang

Usaha industri merupakan suatu kesatuan usaha ekonomi dengan tujuan menghasilkan *output* berupa barang atau jasa yang berlokasi pada bangunan atau lokasi tertentu serta memiliki catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya dan memiliki seseorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut (Setiadi, 2022). Usaha industri merupakan sektor yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, pada tahun 2022 pertumbuhan ekonomi Indonesia meningkat hingga 5,24%. Sektor industri mempengaruhi angka tersebut sebesar 0,99%. Sektor Industri memiliki nilai pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan sektor lainnya, seperti *real estate*, pertanian, transportasi, dan administrasi pendidikan (Ichsan dkk., 2022).

Sektor Industri terbesar di Sumatera Barat saat ini yaitu industri makanan. Berdasarkan data BPS Sumatera Barat, diketahui bahwa pada tahun 2020 industri makanan di Sumatera Barat berjumlah 41.667 unit dengan jumlah industri keseluruhan di Sumatera Barat sebanyak 108.588 unit, yang berarti 38% usaha industri di Sumatera Barat merupakan industri makanan. Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan merupakan sektor yang harus diperhatikan oleh pemerintah karena memiliki peran penting dalam industri secara keseluruhan.

Kerupuk jangek merupakan salah satu industri makanan yang ada di Sumatera Barat. Kerupuk jangek merupakan kerupuk yang berasal dari olahan kulit kerbau atau sapi. Kerupuk jangek juga merupakan salah satu makanan khas yang

berasal dari Sumatera Barat dan sering dijadikan oleh-oleh. Hal ini menunjukkan bahwa kerupuk jangek memiliki pasar yang cukup luas dan memiliki peluang besar bagi UMKM untuk berkembang.

Salah satu UMKM yang memproduksi kerupuk jangek di kota Padang yaitu Usaha Kerupuk Jangek Arsyila. Usaha Kerupuk Jangek Arsyila berdiri sejak tahun 2000 dan beralamat di Jl. Pintu Angin No 38, Kampuang Baru, Kecamatan Lubuk Begalung, Kota Padang yang memiliki lima pekerja. Pada awal berdiri, usaha ini hanya mengawetkan kulit dengan cara memberikan garam kepada kulit dan akan langsung dikirim ke pulau Jawa. Namun, pada tahun 2005, pemilik mulai memproduksi kerupuk kulit, bukan hanya mengawetkan kulit. Kerupuk kulit yang dijual terdiri dari dua macam, yaitu latua dan siap makan.

Latua merupakan kerupuk kulit yang belum digoreng akhir sehingga belum mengembang sempurna, biasanya latua dibeli oleh konsumen yang menginginkan kerupuk jangek dengan masa simpan lama walaupun masih perlu digoreng kembali. Jenis kerupuk jangek yang dijual selanjutnya yaitu kerupuk jangek siap makan. Biasanya kerupuk jangek siap makan dibeli oleh konsumen yang ingin langsung mengonsumsi kerupuk jangek. Produk latua Usaha Kerupuk Jangek Arsyila dapat dilihat pada **Gambar 1.1** dan produk kerupuk jangek siap makan dapat dilihat pada **Gambar 1.2**.



Gambar 1.1 Latua Kerupuk Jangek Arsyila



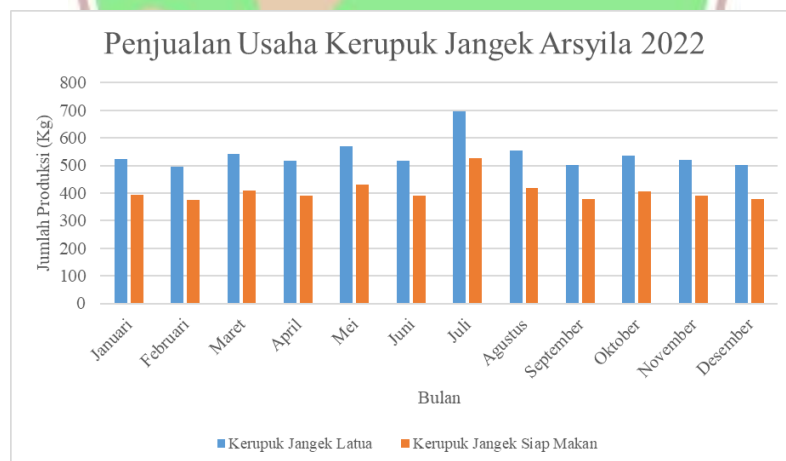
Gambar 1.2 Kerupuk Jangek Arsyila

Keunggulan yang dimiliki Usaha Kerupuk Jangek Arsyila yaitu memiliki harga jual yang lebih murah dibandingkan pesaingnya. Saat ini, Usaha Kerupuk Jangek Arsyila menjual latua dengan harga Rp160.000 per kg sedangkan kerupuk jangek siap makan memiliki harga jual Rp180.000 per kg nya. Kompetitor memiliki harga jual yang lebih tinggi dengan rata-rata harga jual >Rp200.000 per kg nya. Usaha Kerupuk Jangek Arsyila menggunakan bahan baku segar yang didapatkan dari RPH (Rumah Potong Hewan). Bahan baku yang bagus akan menghasilkan latua dan kerupuk jangek yang berkualitas, dan memiliki daya simpan lama. Latua yang berkualitas, dapat disimpan dalam jangka 6 bulan. Dengan adanya keunggulan yang dimiliki, Usaha Kerupuk Jangek Arsyila memiliki pelanggan tetap. Pelanggan dari Usaha Kerupuk Jangek Arsyila umumnya berada di Kota Padang, seperti Pasar Raya Padang, Pasar Bandar Buat, Pasar Gaung, dan lainnya.

Keunggulan lain yang dimiliki Usaha Kerupuk Jangek Arsyila yaitu telah mendapatkan izin legalitas berupa sertifikat P-IRT. Sertifikat P-IRT memberikan jaminan bahwa usaha tersebut memenuhi syarat keamanan pangan. P-IRT dapat juga disebut sebagai izin edar pangan produksi skala rumahan. Sertifikat P-IRT membuat konsumen tidak khawatir terhadap takaran ataupun komposisi produk (Epriliyana, 2019). Usaha Kerupuk Jangek Arsyila telah memiliki izin usaha yaitu P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dengan No. 2011371010173-23.

Salah satu tahapan untuk mendapatkan sertifikat P-IRT yaitu survey oleh dinas kesehatan. Survey ini berkaitan dengan bahan baku yang dipakai dan proses produksi yang dijalankan. Proses produksi latua dan kerupuk jangek yaitu perebusan kulit, pembersihan bulu, perebusan kulit lanjutan, pemotongan kulit, penjemuran, dan proses latua (penggorengan). Dengan adanya izin usaha berupa sertifikat P-IRT membuktikan bahwa produk dari Usaha Kerupuk Jangek Arsyila aman untuk dikonsumsi dan diedarkan.

Usaha Kerupuk Jangek Arsyila memiliki rumah produksi dan penjualan yang berada dalam satu kawasan dengan luas tanah sekitar setengah hektar atau 50.000 m². Metode produksi yang digunakan oleh Usaha Kerupuk Jangek Arsyila yaitu sistem *make to stock*. Usaha Kerupuk Jangek Arsyila mengolah sekitar 100 kg kulit mentah dalam satu hari atau 3 ton dalam satu bulan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, diketahui bahwa tiap 30 kg kulit mentah dapat menghasilkan ± 8 kg latua sedangkan 1 kg latua dapat menghasilkan 1,4 kg kerupuk jangek siap makan. Data penjualan latua dan siap makan Usaha Kerupuk Jangek Arsyila dapat dilihat pada **Gambar 1.3**.



Gambar 1.3 Kuantitas Penjualan Usaha Kerupuk Jangek Arsyila Tahun 2022

Berdasarkan **Gambar 1.3** terlihat bahwa penjualan relatif stabil setiap bulannya, namun pada bulan Juli terjadi peningkatan latua sebesar 180 kg dan produk jadi meningkat 136 kg. Berdasarkan penjelasan pemilik, diketahui bahwa pada bulan tersebut terjadi peningkatan penjualan karena pada bulan tersebut

bersamaan dengan Idul adha sehingga tingkat konsumsi kerupuk jangek meningkat. Dengan adanya peningkatan permintaan kerupuk jangek, bahan baku yang diperlukan juga lebih banyak dibanding bulan-bulan lainnya. Namun, permasalahan bahan baku ini dapat teratasi karena adanya stok bahan baku yang banyak pada bulan tersebut. Pada bulan lainnya, penjualan relatif stabil namun masih terdapat fluktuasi penjualan.

Strategi pemasaran yang dilakukan Usaha Kerupuk Jangek Arsyila pada awal berdiri hanya dilakukan dengan sistem “mulut ke mulut” atau hanya mengandalkan kenalan untuk memasarkan kerupuk jangek. Pada tahun 2019, bapak Jumadi Okta selaku pemilik mulai mencoba memasarkan produknya melalui Instagram namun tidak berlanjut ke tahun-tahun selanjutnya karena tidak terjadi peningkatan penjualan. Usaha lainnya yang dilakukan pemilik untuk menguatkan eksistensi Usaha Kerupuk Jangek Arsyila yaitu dengan menambahkan bisnis ini ke Google Maps sehingga lebih mudah untuk dicari oleh konsumen. Walaupun demikian, strategi pemasaran ini masih tertinggal jauh dengan usaha lainnya. Terlebih sekarang sedang marak-maraknya pemasaran melalui media *online* seperti Shopee dan Tokopedia. Selain strategi pemasaran yang masih tertinggal, Usaha Kerupuk Jangek Arsyila juga memiliki rintangan berupa adanya kompetitor sejenis. Data kompetitor usaha kerupuk jangek yang ada di Kota Padang dapat dilihat pada **Tabel 1.1.**

Tabel 1.1 Kompetitor Usaha Kerupuk Jangek di Kota Padang

Nama Usaha	Alamat	Pemasaran	Omzet Penjualan (per bulan)
Usaha Inyak	Jl. Tanah Sirah Piai Nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang	Kedai, swalayan, dll	± Rp8.325.000
Kerupuk Jangek Anak Amak	Jl. Moh. Yunus, Lubuk Lintah,	Grosiran di kota Padang.	± Rp18.000.000

	Kec. Kuranji, Kota Padang		
Kerupuk Jangek Usaha Kita	Anduring, Kec. Kuranji, Kota Padang.	Kedai, rumah makan padang, soto, dll.	± Rp10.000.000
Kerupuk Jangek Ajo Nazar	Jl. Semeru 3 No. 1	Padang, Pariaman, dan Pesisir Selatan.	± Rp84.000.000

Berdasarkan **Tabel 1.1** terlihat bahwa terdapat beberapa kompetitor yang dimiliki oleh Usaha Kerupuk Jangek Arsyila. Berdasarkan data tersebut, Kerupuk Jangek Ajo Nazar merupakan kompetitor terkuat dengan omzet sekitar Rp84.000.000. Kerupuk Jangek Ajo Nazar juga merupakan salah satu usaha kerupuk kulit yang telah berdiri cukup lama yaitu sejak tahun 1976-an dan merupakan usaha turun-temurun sehingga tentu telah memiliki konsumen tetap. Namun, jika dibandingkan Kerupuk Jangek Ajo Nazar posisi bisnisnya masih di bawah Usaha Kerupuk Jangek Arsyila dengan omzet rata-rata per bulannya lebih dari Rp100.000.000. Meninjau keadaan tersebut, posisi bisnis Usaha Kerupuk Jangek Arsyila berada pada posisi paling baik, namun masih memiliki kelemahan jika dibandingkan dengan Usaha Inyak yang telah mampu memasarkan produknya ke minimarket atau swalayan yang ada di Kota Padang.

Berdasarkan permasalahan yang dialami Usaha Kerupuk Jangek Arsyila, diperlukan evaluasi untuk mengembangkan usaha agar usaha dapat berjalan lebih baik dan mampu bersaing dengan kompetitor yang ada. Usaha Kerupuk Jangek Arsyila memerlukan strategi terbaik agar dapat terus mempertahankan eksistensinya dan mampu menarik lebih banyak *customer* agar dapat meningkatkan penjualan. Maka, diperlukan penelitian mengenai pengembangan Usaha Kerupuk Jangek Arsyila dan menentukan kelayakan dari usulan pengembangan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana perencanaan strategi pengembangan bisnis pada Usaha Kerupuk Jangek Arsyila Padang?
2. Apakah usulan strategi pengembangan bisnis tersebut layak dilakukan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Merancang strategi pengembangan Usaha Kerupuk Jangek Arsyila Padang.
2. Menguji kelayakan usulan strategi pengembangan bisnis.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

1. Strategi pengembangan hanya terbatas pada pengajuan usulan kepada Usaha Kerupuk Jangek Arsyila Padang, implementasi bergantung pada pemilik usaha.
2. Aspek yang dikaitkan pada faktor internal yaitu SDM, pemasaran, keuangan, produksi atau operasi, dan penelitian pengembangan sedangkan pada faktor eksternal yaitu ekonomi, sosial budaya, pelanggan, hukum, teknologi, dan pesaing.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan awal terkait penelitian, meliputi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi acuan peneliti dalam melakukan penelitian. Acuan ini berupa teori-teori yang mendasari penelitian. Teori ini dapat berasal dari buku, jurnal, ataupun sumber lainnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisi tahapan atau langkah-langkah dalam melakukan penelitian. Dimulai dari tahap awal pelaksanaan penelitian hingga didapatkan hasil penelitian yang diinginkan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pengumpulan dan pengolahan data berisi data yang telah dikumpulkan dan diolah sesuai dengan tahapan perumusan strategi hingga didapatkan strategi prioritas untuk pengembangan bisnis.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisikan analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Penutup berisi kesimpulan yang didapatkan dari penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya.

