

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan nasional, karena sektor ini merupakan sumber pendapatan mayoritas penduduk di Indonesia. Agribisnis merupakan sistem rangkaian usaha-usaha mulai dari usaha pengadaan sarana produksi pertanian, usaha tani, usaha pasca panen, usaha sorlasi, penyimpanan dan pengemasan produk hasil pertanian; usaha pengelolaan produk pertanian dan berbagai usaha menghantarkan produk berbasis pertanian sampai ke konsumen; serta sejumlah kegiatan penunjang yang melayani sistem rangkaian usaha itu, seperti lembaga pelayanan pembiayaan, lembaga pelayanan informasi dan lembaga pemerintahan yang mengeluarkan kebijakan dan peraturan yang terkait (Krisnamurthi, 2020). Salah satu subsektor agribisnis adalah agroindustri. Agroindustri merupakan industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian, dimana merupakan suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2003).

Pengembangan agroindustri adalah faktor penggerak pembangunan pertanian. Hal ini untuk mencapai beberapa tujuan, yaitu: (1) menarik dan mendorong munculnya industri baru di bidang pertanian, (2) menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, (3) menciptakan nilai tambah dan (4) menambah lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2003). Di Sumatera Barat, program pembangunan industri telah diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri berskala usaha kecil dan menengah dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia di daerah sampai ke pedesaan sehingga dapat menyerap tenaga kerja setempat atau berdampak positif terhadap pembangunan program industri padat modal dan padat karya (Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, 2008).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pertumbuhan dan pembangunan perekonomian di Indonesia, khususnya pada masyarakat golongan bawah dan menengah (Thaha, 2020). Berdasarkan data perkembangan UMKM milik Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2019

UMKM Indonesia mengalami peningkatan sebesar 1,98%, dimana memberikan kontribusi sebesar 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan mampu menyerap 96,96% tenaga kerja di Indonesia. Usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar (Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 2015).

UMKM di Provinsi Sumatera Barat terus mengalami peningkatan dan perkembangan yang pesat, salah satunya UMKM yang terdapat di Kota Padang. Pemerintah Kota Padang mempunyai visi dan misi dalam membangun pertumbuhan ekonomi daerahnya, dimana salah satu misinya adalah menjadikan Kota Padang sebagai pusat perdagangan dan ekonomi kreatif (Lampiran 2). Hingga tahun 2022 tercatat ada 41.742 usaha mikro yang terdapat di Kota Padang (Lampiran 1). Hal ini menggambarkan pertumbuhan ekonomi di Kota Padang cukup besar, dan dengan banyaknya terdapat UMKM khususnya usaha mikro di Kota Padang tentunya memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat guna membantu mensejahterakan masyarakat dan mengembangkan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang ada disekitarnya.

Kecamatan Padang Utara merupakan salah satu kecamatan yang mengalami peningkatan jumlah UMKM, dimana berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Padang, jumlah UMKM di Kecamatan Padang Utara terus mengalami kenaikan, pada tahun 2022 terpantau pada Bulan Juli terdapat 2616 unit usaha dan terus meningkat menjadi 2682 di Bulan Desember (Lampiran 3), artinya dalam kurun waktu lima bulan, jumlah UMKM di Kecamatan Padang Utara mengalami kenaikan sebesar 2.52%. Ditambah data yang menunjukkan bahwa, di Kecamatan Padang Utara jenis usaha mikro kuliner saji memiliki jumlah tertinggi kedua setelah usaha ritel yaitu sebanyak 930 unit usaha mikro kuliner saji (Lampiran 6). Hal tersebut yang menjadi bukti tingginya persaingan UMKM di Kecamatan Padang Utara, terkhusus jenis usaha kuliner saji.

Olahan buah merupakan salah satu jenis kuliner saji yang sedang digemari oleh masyarakat, selain rasa yang segar dan nikmat, olahan buah memiliki tingkat vitamin dan nutrisi yang bermanfaat bagi tubuh. Di Kota Padang sendiri sudah banyak terdapat

usaha mikro yang menjual berbagai macam olahan buah. Industri pengolahan buah merupakan salah satu industri yang berpotensi untuk dikembangkan di Kota Padang, karena berada di daerah tropis. Buah-buahan dapat diolah menjadi berbagai macam produk olahan seperti buah dalam kaleng, minuman sari, manisan buah, asinan buah, selai dan produk olahan buah lainnya. Berdasarkan Peraturan Presiden No. 28/2008 tentang Kebijakan Industri Nasional, Sumatera Barat terkhusus Kota Padang termasuk kedalam salah satu daerah prioritas pengembangan industri pengolahan buah sebagai upaya untuk peningkatan nilai tambah serta penyerapan tenaga kerja (Perindustrian, 2015).

Dengan bervariasinya kuliner olahan buah-buahan, diharapkan dapat meningkatkan keinginan konsumen dalam mengonsumsi buah-buahan tanpa takut merasa jenuh ataupun bosan. Mengingat tingkat konsumsi buah-buahan di Indonesia masih rendah, dimana rata-rata konsumsi buah pada tahun 2020 sebesar 88,56 gr/kapita/hari atau 59,04 % dari batas minimal konsumsi buah menurut WHO sebesar 150 gram/ kapita/hari (Kusmiyati *et. al.*, 2022). Ditambah dengan keadaan pasca pandemi Covid-19, masyarakat dihimbau untuk tetap terus menjaga kebutuhan tubuh dengan zat gizi seimbang salah satunya rutin untuk mengonsumsi buah-buahan yang mengandung berbagai macam vitamin dan nutrisi yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh.

Salah satu kuliner olahan buah yang memiliki rasa yang cukup unik adalah asinan buah. Hubeis dan Dewi yang dikutip oleh Bunga Serina tahun 2022, mengatakan bahwa asinan buah adalah buah-buahan yang diawetkan dalam cuka yang diberi bumbu racikan seperti garam, gula dan rempah-rempah. (Saptoningsih dan Jatnika, 2012).

Usaha asinan buah merupakan salah satu bisnis kuliner tradisional yang dapat menambah nilai jual buah-buahan dan memperpanjang umur simpan buah-buahan. Produk asinan buah dapat dikonsumsi oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja maupun orang dewasa, sehingga mempunyai banyak peluang untuk dikembangkan, dimana saat ini banyak pengusaha yang berkecimpung di usaha kuliner membuat inovasi baru dari makanan tradisional yang mungkin sudah kurang diminati

bahkan dikenal oleh masyarakat. Dengan memberikan sedikit inovasi tersebut menjadikan makanan tradisional digemari lagi oleh masyarakat saat ini.

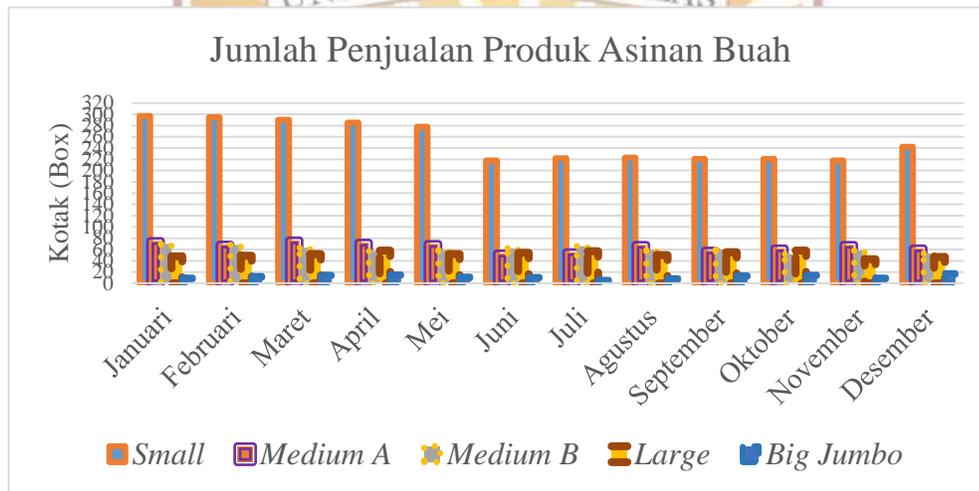
Usaha Asinan Padang ini merupakan pelopor pertama berdirinya asinan buah khas Padang yang terletak di jalan Gajah Mada No. 21B, Kelurahan Gunung Pangilun, Kecamatan Padang utara, Kota Padang. Dalam teori pengembangan usaha, inovasi terhadap produk merupakan suatu bagian yang penting dalam pengembangan usaha. Berbeda dengan produk asinan betawi dan asinan bogor, usaha Asinan Padang sudah berupaya untuk menginovasi produk asinan buah, dimana asinan dihidangkan dengan lebih dari sepuluh jenis buah yang berbeda, serta disiram dengan kuah yang diracik dengan bumbu khusus khas Padang-nya, tentunya membuat asinan padang memiliki rasa yang unik dan juga segar. Asinan buah dijual dengan berbagai macam ukuran *box*, sehingga konsumen dapat membeli dan mengkonsumsi produk sesuai dengan kebutuhan. Usaha Asinan Padang juga menjual berbagai macam olahan buah lainnya, seperti salad buah, pie buah, sup buah, manisan buah, rujak buah, dan buah-buahan segar, namun asinan buah khas Padang-nya lah yang menjadi produk unggulan dan menjadi ikon dari usaha tersebut.

Keberadaan Asinan Padang yang menjadi pelopor pertama berdirinya asinan buah khas Padang, tidak hanya memberikan suatu kebanggaan namun juga menciptakan ancaman, hal ini terjadi karena “dimana ada pelopor pasti ada pengekor”. Pengekor yang menjadi ancaman adalah munculnya pesaing atau kompetitor yang memungkinkan merebut pasar Asinan Padang. Tercapat kurang lebih ada 25 pesaing (lampiran 7) yang memiliki usaha sejenis dan memiliki keunikan masing-masing. Jumlah pesaing yang cukup banyak membuat tingkat persaingan di industri asinan buah menjadi sangat kompetitif terutama pada inovasi-inovasi menarik yang mampu menarik perhatian konsumen, contohnya inovasi pada kemasan untuk konsumen *take-away*, promo dihari-hari tertentu untuk yang berbelanja dilokasi ataupun melalui aplikasi belanja online, serta menggunakan *tag-line* yang menarik konsumen seperti adanya kata “sehat” dan “bebas pengawet”. Inovasi-inovasi tersebut berpengaruh pada naik-turunnya penjualan produk.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil survei pendahuluan, pemilik Asinan Padang mengatakan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang sedang dihadapi oleh usahanya dalam kurun waktu setahun ini (2022), antara lain adalah pendapatan usahanya yang fluktuatif cenderung menurun, ketersediaan bahan baku, kualitas SDM dan lokasi bangunan.

Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Asinan Padang karena penjualan Asinan Padang belum begitu stabil/fluktuatif dan cenderung menurun jika dilihat pada data penjualan tahun 2022 (Lampiran 8). Jumlah penjualan yang cenderung turun tersebut dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 1. Grafik Penjualan Produk Asinan Buah pada Usaha Asinan Padang (Januari 2022 s/d Desember 2022)

Sumber: Usaha Asinan Padang (Januari, 2023) (diolah)

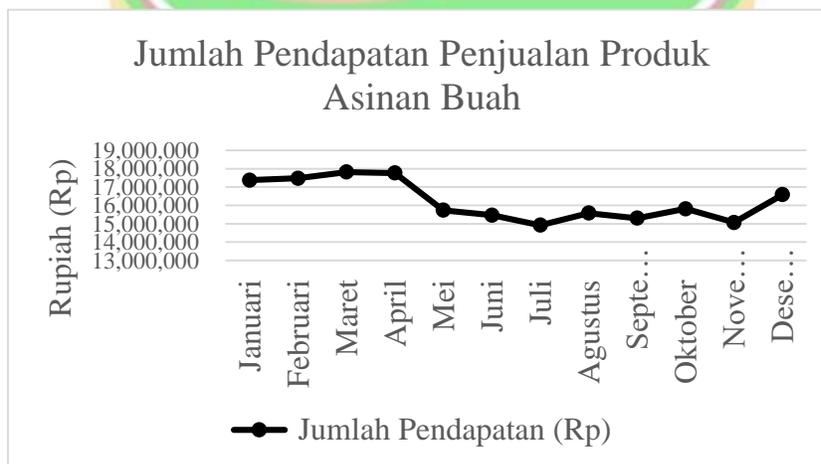
Dari grafik tersebut, terlihat jumlah penjualan produk asinan berdasarkan berbagai macam ukuran. Asinan buah dijual dengan berbagai macam ukuran box, mulai dari ukuran *small* (Rp25.000,00), *medium a* (Rp35.000,00), *medium b* (Rp45.000,00), *large* (Rp60.000,00), dan *big jumbo* (Rp130.000,00). Penjualan produk asinan mengalami kenaikan dan juga penurunan, dimana pada grafik menunjukkan bahwa ukuran produk yang paling banyak diminati adalah ukuran *small* karena terjual lebih dari 270 *box* perbulan dalam setahun.

Dari permasalahan tersebut hendaknya diperlukan strategi pengembangan usaha. Menurut Fahmi (2013), strategi pengembangan usaha adalah suatu perencanaan

yang dilakukan berbagai pihak yang terkait dalam usaha tersebut, baik itu pemerintah, masyarakat, dan terutama pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan adanya daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan yang disertai dengan motivasi serta kreatifitas. Strategi pengembangan usaha penting untuk diteliti agar suatu usaha paham dan mampu mengelola aset sumber daya, modal dan strategi yang dimiliki untuk bersaing di pasaran.

Dengan begitu, perlu dilakukan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pada Asinan Padang untuk menentukan alternatif strategi dan pilihan strategi yang sesuai dengan kondisi usaha Asinan Padang demi keberlanjutan usaha dan peningkatan usaha kedepannya dari berbagai aspek, baik aspek internal maupun aspek eksternal.

Jumlah pendapatan dari penjualan produk asinan mengalami kenaikan dan penurunan (fluktuatif), namun secara keseluruhan cenderung mengalami penurunan meskipun tidak terlalu signifikan (Lampiran 8), hal tersebut tetap menjadi permasalahan karena penjualan belum dapat dikatakan stabil. Hal ini jika tidak dibenahi secara mendalam bisa mengakibatkan permasalahan yang lebih serius kedepannya. Dengan data pendapatan penjualan produk, maka dapat diperoleh jumlah pendapatan dari hasil penjualan produk asinan selama tahun 2022, sebagai berikut:



Gambar 2. Grafik Jumlah Pendapatan Asinan Padang Tahun 2022
Sumber: Usaha Asinan Padang, (Januari, 2023) (diolah)

Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat persentase peningkatan dan penurunan penjualan setiap bulannya, mulai dari Januari 2022 hingga Desember 2022. Terlihat

pada grafik, bahwa usaha Asinan Padang mengalami penurunan pendapatan empat bulan berturut-turut dari bulan April sebesar 0.25% hingga bulan Mei dengan persentase penurunan yang cukup tinggi yaitu sebesar 6.18%, penurunan juga terjadi di bulan September (-1.72%) dan November (-4.64%) (Lampiran 9). Pada bulan Desember terjadi kenaikan persentase penjualan yang cukup signifikan karena perayaan tahun baru yaitu sebesar 8.64%, walaupun persentase kenaikan tersebut paling tinggi, tetap saja jumlah pendapatan yang diperoleh pada bulan Desember masih rendah dibandingkan pendapatan pada bulan Maret dan April (Lampiran 9).

Dari hasil penjualan produk berdasarkan ukuran tersebut (Gambar 1), dapat dilihat ketimpangan jumlah penjualan produk yang cukup besar antara ukuran *small* dengan ukuran lainnya, dan naik turunnya persentase pendapatan penjualan (Gambar 2) menunjukkan bahwa usaha Asinan Padang masih belum memaksimalkan penjualan untuk mengembangkan usaha ini. Dengan melihat masalah tersebut pemilik Asinan Padang memerlukan manajemen strategi dalam penjualan dan pemasaran produknya agar dapat memperoleh pendapatan dan keuntungan yang maksimal di setiap bulannya, serta dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya agar tetap unggul dari para pesaing usahanya.

Asinan Padang menjual produk yang berbahan baku dari hasil pertanian yaitu buah-buahan. Buah-buahan merupakan produk hortikultura yang mudah mengalami penurunan mutu. Penyebab penurunan mutu pada buah-buahan dapat disebabkan karena sifat buah yang mudah rusak (*perishable*) ataupun karena penanganan pasca panen yang kurang tepat (Saptoningsih dan Jatnika, 2012). Selain itu, kendala dari penggunaan bahan baku buah-buahan yaitu bersifat musiman. Sebagian tanaman buah-buahan bersifat musiman atau tidak berbuah sepanjang tahun. Pada saat musim panen, produksi buah melimpah, namun di luar musim panen, buah sulit ditemukan. Kondisi tersebut menyebabkan nilai ekonomi beberapa komoditas buah pada musim panen sangat rendah, bahkan terkadang tidak memiliki nilai ekonomi sama sekali (Munarso *et. al.*, 2005). Kondisi ini menyebabkan jenis buah-buahan untuk produk asinan buah yang ditawarkan tidak selengkap saat sedang musim buah. Tidak seperti ketika persediaan semua jenis buah lengkap. Hal tersebut menjadi kendala tersendiri bagi

usaha Asinan Padang. Apabila tidak memiliki stok buah, maka produksi produk asinan akan terganggu dan akan menurun. Dengan beberapa kendala baku yang telah dijelaskan, maka diperlukannya strategi dalam pengolahan bahan baku agar tetap tersedia untuk memproduksi asinan dan produk olahan buah lainnya dengan kualitas yang baik untuk konsumen sehingga konsumen merasa puas dalam mengkonsumsi produk Asinan Padang.

Selain permasalahan bahan baku, sistem ketenagakerjaan di Asinan Padang juga mengalami kendala terhadap kualitas dan kuantitas tenaga kerjanya. Pemilik mengatakan bahwa jumlah karyawan yang bekerja di Asinan Padang masih kurang, hal tersebut disebabkan karena terjadinya pemutusan hubungan kerja pada karyawan, yang awalnya berjumlah 10 orang (2019), kini tersisa 5 orang karyawan (2023) yang bekerja pada usaha Asinan Padang. Pemberhentian ini dilakukan karena beberapa faktor yang salah satunya mewabahnya virus covid-19 yang membuat usaha Asinan Padang menurun tajam dan kehilangan omset tetap, untuk itu sementara pemilik Asinan Padang merumahkan beberapa karyanya. Selain itu karyawan tidak kompeten dan kurang jujur dalam dalam bekerja juga menjadi penentu pengurangan karyawan di Asinan Padang. Kompetensi dalam melakukan pekerjaan sangatlah penting untuk mempermudah mencapai tujuan perusahaan, dimana semakin kompeten karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut, maka kinerja dan produktivitas perusahaan semakin meningkat, sehingga pendapatan dalam periode tertentu juga ikut meningkat. Pemilik menyebutkan bahwa terdapat karyawan yang tidak disiplin dalam bekerja, dimana sering telat atau tidak datang tepat waktu. Tentu hal tersebut akan menghambat kegiatan operasional perusahaan. Namun sampai saat ini Asinan Padang belum menambahkan jumlah karyawannya seperti semua, karena terkendala ruang kerja yang cukup sempit pasca pindah dari lokasi lama ke lokasi baru, jika dipaksakan hal ini bisa mengganggu aktifitas kerja pegawainya, untuk itu pemilik Asinan Padang sudah memikirkan hal ini untuk memperbaharui ruang kerja karyawan untuk jangka panjang.

Lokasi usaha merupakan salah satu aspek operasional yang juga sangat penting untuk diperhatikan, dimana apabila lokasi usaha berada di tempat yang strategis maka akan mudah bagi konsumen untuk mengakses tempat usaha. Asinan Padang berlokasi

di jalan Gajah Mada No.21B, Kelurahan Gunung Pangilun, Kecamatan Padang utara, Kota Padang. Lokasi tersebut cukup strategis karena berada dipinggir jalan utama, sehingga mudah dicari dan diakses oleh konsumen. Namun *outlet* usaha yang masih tergolong kecil menjadi kendala usaha tersebut karena saat konsumen sedang ramai dan kursi tunggu sudah penuh maka mau tidak mau konsumen akan menunggu diluar.

Selain keadaan lokasi dan bangunan usaha, kondisi lahan parkir juga penting untuk diperhatikan. Salah satu pendukung kemajuan usaha adalah ketersediaan lahan parkir yang baik dan cukup luas. Pelanggan akan cenderung mencari lahan parkir usaha yang cukup luas agar kendaraan pribadinya dapat diparkir dengan aman dan nyaman. Kurangnya lahan parkir pada usaha Asinan Padang menyebabkan pengunjung yang menggunakan kendaraan mobil susah untuk parkir dan berhenti lama karena lokasi usaha berada dipinggir jalan raya.

Dari permasalahan yang ditemukan pada saat melakukan survei pendahuluan oleh peneliti pada usaha Asinan Padang di Kecamatan Padang Utara Kota Padang, maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha Asinan Padang di Kecamatan Padang Utara Kota Padang?
2. Alternatif strategi apa saja yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha Asinan Padang di Kecamatan Padang Utara Kota Padang?

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Asinan Buah (Studi Kasus Usaha Asinan Padang Di Kelurahan Gunung Pangilun Kecamatan Padang Utara Kota Padang)”**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha Asinan Padang di Kecamatan Padang Utara Kota Padang.

2. Merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha Asinan Padang di Kecamatan Padang Utara Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak diantaranya:

1. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik di masa yang akan datang, terutama dalam strategi pengembangan UMKM.
2. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan mengenai pemilihan strategi pengembangan UMKM yang tepat sebagai upaya untuk memenuhi dan memuaskan harapan pelanggan.
3. Bagi mahasiswa, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pembelajaran dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan serta untuk menambah pengetahuan dan memahami manajemen strategi khususnya pengembangan usaha dan sebagai pengalaman nyata dalam bidang sosial.
4. Bagi pihak lain, semoga penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi, wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi untuk penelitian yang sejenis.

