

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki penduduk yang mayoritas bekerja disektor pertanian. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara agraris yang memiliki lahan pertanian yang cukup luas. Letak Indonesia yang berada pada daerah yang beriklim tropis yang menyebabkan proses pelapukan batuan yang terjadi secara sempurna sehingga membuat tanah menjadi subur. Pada negara agraris seperti Indonesia, sektor pertanian memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian serta pemenuhan kebutuhan pokok penduduknya. Pertanian juga menjadi faktor penting dalam peningkatan kesejahteraan masyarakatnya (Ayun, 2020).

Nilai tambah pada sektor pertanian dapat meningkat dengan pendekatan sistem agribisnis dan agroindustri. Sektor agribisnis dalam perekonomian Indonesia memiliki peranan yang penting. Perkembangan sektor ini memiliki dampak terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga dapat mengurangi ketimpangan pendapatan antar masyarakatnya (Maihani, 2016).

Menurut Elizabeth (2016) dalam Kamarudin (2023) agroindustri harus mengalami akselerasi pengembangan agroindustri dalam rangka menghasilkan produk olahan yang berkualitas dan berdaya saing. Hal ini dilakukan dengan melakukan revitalisasi implementasi pemberdayaan dan pengembangan pelaksanaan industrialisasi sehingga barang ekspor dalam bentuk olahan dan bukan lagi bahan mentah.

Salah satu bentuk agroindustri yang berskala kecil yaitu Unit Kecil Mikro dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan usaha yang produktif dalam mendukung perkembangan ekonomi di Indonesia baik secara mikro maupun makro serta mampu mempengaruhi sektor-sektor yang lain untuk dapat berkembang. UMKM mampu menjadi solusi dalam menanggulangi kemiskinan, sebab UMKM menyumbang kontribusi yang cukup besar dalam menyerap tenaga kerja, yaitu sekitar lebih dari 99,45% tenaga kerja dan sumbangan terhadap PDB sekitar 30%. UMKM kini telah menjadi bagian penting dalam sistem perekonomian Indonesia di mana

jumlah UMKM tersebut yang lebih banyak dibandingkan dengan usaha-usaha industri berskala besar yang memiliki kemampuan lebih banyak dalam menyerap tenaga kerja yang mampu mempercepat proses pemerataan pembangunan di Indonesia (Suci, 2017).

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian cukup besar saat Indonesia menghadapi tantangan krisis ekonomi yang berkepanjangan. UMKM dapat dikatakan merupakan salah satu solusi masyarakat untuk tetap bertahan dalam menghadapi krisis yakni dengan melibatkan diri dalam aktivitas usaha kecil terutama yang berkarakteristik informal. Saat ini banyak berkembang usaha mikro, terutama yang terkait dengan usaha boga karena dianggap mudah untuk memulai usahanya dan tentu semua orang membutuhkan makanan dan minuman. salah satu jenis produk yang banyak dikembangkan oleh usaha kecil adalah makanan ringan. Salah satu alternatif pengembangan produk makanan ringan yang cenderung praktis (Siregar, 2010).

Salah satu komoditas pertanian yang mempunyai potensi untuk dikembangkan adalah buah pisang. Buah pisang sudah sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia. Pemanfaatan buah ini sebagian besar dikonsumsi segar (buah matang), sebagian lagi dibuat sayur dan diolah dalam berbagai bentuk olahan makanan dan minuman. Salah satu jenis buah-buahan tropis pisang masih berpotensi untuk dikembangkan, baik dalam bentuk segar maupun produk olahan (Dianti, dkk, 2014).

Buah pisang merupakan salah satu jenis buah-buahan yang disukai oleh masyarakat, karena pisang yang enak, terjangkau, mudah didapat, cocok untuk segala usia dan semua lapisan masyarakat. Ketersediaan buah pisang di Sumatera Barat pada lima tahun terakhir ini cenderung fluktuasi bahkan pada tahun 2023, jumlah produksi mengalami penurunan signifikan menjadi 138.782, yang menunjukkan penurunan sekitar 12,5% dibandingkan tahun sebelumnya (Lampiran 1).

Pisang dapat diolah menjadi berbagai makanan siap saji atau makanan cemilan seperti keripik pisang, es pisang ijo, nugget pisang, pudding pisang, pisang sale, es krim pisang, kolak pisang dan sebagainya. Selain dapat di konsumsi langsung, buah pisang juga dapat diolah lebih lanjut menjadi tepung pisang dan lain sebagainya yang bernilai gizi tinggi. Ketersediaan jumlah bahan baku dan potensi pasar yang cukup luas menjadikan buah pisang memiliki peluang bisnis dan memiliki nilai tambah.

Keripik pisang balado merupakan salah satu camilan khas Indonesia yang memiliki cita rasa unik dan menarik. Terbuat dari pisang pilihan yang digoreng hingga renyah dan kemudian dilapisi dengan bumbu balado yang pedas dan gurih, keripik pisang balado telah menjadi favorit banyak orang, baik di dalam daerah maupun luar daerah. Produk ini memanfaatkan bahan baku lokal, yakni pisang yang melimpah di daerah tropis Indonesia, menjadikannya pilihan camilan yang tidak hanya lezat tetapi juga bernilai ekonomis tinggi. Seiring dengan berkembangnya industri makanan ringan di Indonesia, permintaan terhadap produk olahan pisang seperti keripik pisang balado semakin meningkat. Terlebih lagi, keripik pisang balado sering dijadikan oleh-oleh khas daerah, khususnya dari Sumatera Barat, yang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun internasional. Keripik pisang balado, dengan rasanya yang khas, menjadi simbol dari kekayaan kuliner Indonesia yang menggabungkan bahan lokal dengan bumbu tradisional.

Salah satu pelaku usaha industri keripik pisang balado di Kota Padang yaitu Keripik Pisang Balado Tanti yang berlokasi di Jl. Palinggam No. 5 Pasa Gadang Kecamatan Padang Selatan Kota Padang, Sumatera Barat. Usaha Keripik Pisang Balado Tanti ini tergolong dalam usaha skala mikro. Hal tersebut tidak hanya dilihat dari modal dan tenaga kerja saja akan tetapi keuntungan yang diperoleh dari usaha ini cenderung hanya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sehingga usaha seperti ini biasanya rentan terhadap masalah dalam strategi pengembangan terutama yang

digunakan dalam menghasilkan produk, perluasan pasar dan keuntungan yang diperoleh dari usaha Keripik Pisang Balado Tanti ini.

Strategi pengembangan usaha merupakan suatu perencanaan yang dilakukan berbagai pihak yang terkait dalam usaha tersebut. baik pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat, dan terutama pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi saha yang lebih besar dengan adanya daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan yang disertai dengan motivasi serta kreativitas (Fahmi, 2013). Usaha Keripik Pisang Balado Tanti tentunya membutuhkan manajemen strategi dalam menjalankan suatu usaha yang berguna untuk meningkatkan kualitas serta keunggulan bersaing dipasar dari setiap produk yang dimiliki. Dengan adanya strategi tersebut maka suatu organisasi akan terarah dalam menjalankan usahanya serta jelas apa tujuan yang sebenarnya ingin dicapai. Dalam sebuah strategi ini maka sebuah organisasi dapat merumuskan dan memformulasikan strategi apa yang baik untuk digunakan dalam mencapai tujuan serta mengevaluasi kinerja serta pengendalian terhadap kinerja yang telah dilakukan apakah sudah sesuai dengan perencanaan sebelumnya atau belum.

Maka dari itu, diperlukan adanya strategi dalam menjalankan usahanya untuk bisa mencapai suatu tujuan tersebut. Untuk memformulasikan startegi pengembangan usaha Keripik Pisang Balado ini perlu diketahui apa saja yang menjadi faktor internal dan faktor eksternal dari usaha tersebut. Sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan yang tepat untuk usaha tersebut.

B. Rumusan Masalah

Usaha Keripik Pisang Balado Tanti ini masih tergolong dalam usaha mikro. Hal tersebut dapat dilihat dari informasi yang diperoleh dari pelaku usaha dimana skala usahanya masih kecil yang masih menggunakan tenaga kerja dalam keluarga. Usaha ini didirikan oleh Ibu Tanti yang kini sudah berjalan 7 tahun. Usaha Keripik Pisang ini berlokasi di Jl. Palinggam No. 5 Pasa Gadang Kecamatan Padang Selatan

Kota Padang, Sumatera Barat. Usaha ini berdiri pada tahun 2017 dan mengeluarkan modal awal sebesar Rp. 7.000.000,00 yang berasal dari modal pribadi.

Berdasarkan hasil wawancara pada usaha Keripik Pisang Balado Tanti diperoleh informasi bahwa usaha ini dalam melakukan kegiatan usaha pengelolaan keripik pisang menggunakan tenaga kerja sebanyak 3 orang yang berasal dari dalam keluarga dan 1 dari luar keluarga. Usaha Keripik Pisang Balado Tanti ini termasuk usaha mikro sesuai dengan kriteria industri berdasarkan jumlah tenaga kerja karena hanya memiliki tenaga kerja sebanyak 4 orang (Lampiran 2).

Usaha Keripik Pisang Balado Tanti ini tidak hanya menyediakan produk berbahan baku pisang saja, tetapi juga ada produk berbahan baku kacang yaitu kacang balado dan produk berbahan baku singkong yaitu keripik singkong balado. Penjualan produk yang berbahan baku pisang ini lebih banyak diminati oleh para konsumen karena Usaha Keripik Pisang Balado Tanti ini mensuplai lebih banyak bahan baku pisang dari pada bahan baku kacang dan singkong dengan persentase bahan baku pisang (45%), bahan baku kacang (25%), dan bahan baku singkong (30%).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan usaha Keripik Pisang Balado Tanti, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi, yaitu aspek manajemen, pemasaran, keuangan dan akuntansi, operasional dan teknologi pada usaha Keripik Pisang Balado Tanti.

Usaha Keripik Pisang Balado Tanti saat ini masih belum melakukan pemasaran produknya secara maksimal salah satunya pendistribusian produk yang masih belum luas jangkauan pasarnya. Karena pelaku usaha hanya mendistribusikan produknya ke toko-toko yang berada di Kota Padang. Kecuali, saat ada pesanan dari luar kota yang mengharuskan pengiriman produk ke kota tersebut. Namun, untuk saat ini pemilik usaha baru mendistribusikan produknya ke 4 toko saja yaitu pusat oleh-oleh Minang yang berada di Bandara dan toko Nella Cake yang memiliki 3 cabang yaitu di daerah Nipah, Padang Baru dan Lubuk Begalung. Pemasaran produk dilakukan secara langsung melalui pendistribusian ke toko-toko serta pemasaran

melalui telepon serta Whatsapp. Pemanfaatan media sosial dan *marketplace* (belanja online) belum optimal dilakukan oleh pelaku usaha karena dirasa belum banyak menguasai pasar dimedia sosial dan *marketplace* serta keterbatasan kemampuan dalam mengolah media sosial dan *marketplace* tersebut. Sehingga pemesanan produk banyak melalui telepon seluler serta Whatsapp. Dilihat dari permintaan konsumen dan data penjualan keripik pisang balado (Lampiran 3) masih berubah-ubah. Kadang permintaan dipasar meningkat namun kadang menurun. Usaha ini akan memproduksi dalam jumlah banyak saat hari-hari tertentu saja, seperti hari raya Idul Adha dan hari raya Idul Fitri sebagai oleh-oleh keluarga yang berkunjung ke kampung halaman. Disaat hari biasa usaha tersebut tetap memproduksi namun dalam jumlah yang lebih sedikit untuk dipasarkan ke beberapa toko yang sudah menjadi pemasok tetapnya. Namun, meskipun keripik pisang balado sudah cukup populer, pengembangan usaha di sektor ini masih memiliki banyak peluang yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana meningkatkan daya saing produk dalam pasar yang semakin kompetitif.

Permasalahan pada aspek administrasi keuangan yakni usaha Keripik Pisang Balado Tanti masih melakukan pencatatan keuangan dengan manual dan masih membutuhkan pencatatan keuangan yang baik. Pemilik usaha hanya melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara manual bahkan pemilik usaha tidak mencatatnya secara rutin. Sehingga usaha ini belum bisa mengidentifikasi biaya produksi, biaya pemasaran, dan pendapatan yang diperoleh secara mendetail setiap bulannya.

Permasalahan pada aspek operasional pada usaha Keipik Pisang Balado Tanti terletak pada keterbatasan tenaga kerja yang mengakibatkan produksi menjadi kurang efisien. Pada proses produksi peralatan yang digunakan masih berupa mesin manual, seperti alat pengiris pisang dan wajan sederhana untuk menggoreng, yang membutuhkan tenaga kerja intensif dan memakan waktu. Akibatnya, kapasitas produksi sangat terbatas, hanya mampu menghasilkan jumlah keripik pisang balado

yang relatif kecil dalam satu kali produksi. Lokasi yang tidak strategis juga menjadi kendala operasional dari usaha keripik Pisang Balado Tanti yang mempengaruhi kuantitas konsumen yang berkunjung karna tidak berada di kawasan yang terlalu ramai ditambah usaha tersebut terletak di dalam gang.

Potensi produk keripik pisang balado sangat besar, sehingga usaha ini memiliki peluang yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang. Oleh karena itu, diperlukan sebuah strategi yang komprehensif dan berkelanjutan agar produk ini tidak hanya tetap diminati tetapi juga bisa menembus pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun luar negeri. Melalui pendekatan yang tepat, keripik pisang balado dapat menjadi salah satu ikon kuliner Indonesia yang mendunia, sekaligus memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal dan pengusaha kecil menengah.

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan perumusan masalah diatas, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Balado Tanti di Kota Padang”** dengan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor- faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang terdapat pada usaha Keripik Pisang Balado Tanti?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam pengembangan usaha Keripik Pisang Balado Tanti?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor- faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang mempengaruhi usaha Keripik Pisang Balado Tanti
2. Merumuskan strategi pengembangan yang akan diterapkan oleh usaha Keripik Pisang Balado Tanti

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam hal mempelajari dan meneliti strategi pengembangan usaha produk pertanian. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai keterangan atau bahan acuan untuk melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha selanjutnya.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dalam memahami strategi pengembangan usaha, dan juga penelitian ini dijadikan sebagai wadah untuk melatih kemampuan menganalisis dan pengaplikasian konsep ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.

3. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pihak industri kedepannya. Selain itu digunakan sebagai bahan kajian dalam pengembangan usaha pembuatan keripik dalam rangka mencapai keuntungan yang maksimal.