

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berkontribusi 90 persen terhadap ekonomi global (Alshanty & Emeagwali, 2019). Menurut data Kementerian UMKM per Desember 2024, terdapat 65,5 juta unit usaha mikro kecil di Indonesia atau setara dengan 99,9% dari total usaha yang ada. Jumlah usaha besar sekitar 5550 unit usaha atau 0.01%. UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap PDB nasional, dengan nilai mencapai Rp9.300 triliun. Selain itu, kontribusi UMKM terhadap ekspor nonmigas mencapai 15%, yang sebagian besar berasal dari sektor makanan, kerajinan tangan, dan produk tekstil. Sektor UMKM juga menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia(djkn.kemenkeu.go.id). Sasaran RJPMN tahun 2020-2024 adalah mewujudkan masyarakat Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan makmur dengan percepatan pembangunan di berbagai bidang, membangun struktur perekonomian yang kokoh berlandaskan keunggulan kompetitif di berbagai bidang serta didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil, 2019). UMKM menyumbang 96 persen lapangan kerja dan menyumbang terhadap produk domestik bruto (PDB) adalah 60 persen.

Usaha Mikro dan Kecil dan Menengah (UMKM) umumnya memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumberdaya alam dan padat karya, seperti; pertanian tanaman pangan, perkebunan, perternakan, perikanan, perdagangan, dan restoran. Usaha kecil memiliki keunggulan dalam penciptaan nilai tambah di sektor hotel, keuangan, persewaan, jasa perusahaan, dan kehutanan. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari:

1. Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi diberbagai sector
2. Penyedia lapangan kerja yang terbesar
3. Pemeran penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdaya masyarakat
4. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi
5. Sumbangan dalam menjaga neraca pemberdayaan melalui kegiatan ekspor.

Banyak UMKM yang sukses saat ini tergantung pada para pengusahanya untuk terus belajar, beradaptasi, dan menyesuaikan keahlian mereka pada perubahan lingkungan internal dan eksternal yang berubah sangat cepat saat ini. Ini akan menjadi penting bagi para pengusaha UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif bagi perusahaannya dalam menentukan pasar yang dipilihnya, dengan sumber daya terbatas yang dimilikinya saat ini, terutama dalam upaya untuk memanfaatkan peluang bisnis di masa depan. Keahlian manajemen strategis dalam lingkungan yang terus berubah seperti saat ini diperlukan oleh para pengusaha UMKM. Perubahan lingkungan eksternal yang cepat merupakan awal untuk memahami manajemen strategis terutama dalam menjalankan perusahaan UMKM seperti yang dirasakan sebagaimana proses kewirausahaan terjadi pada saat para pengusaha tersebut memulainya.

Menciptakan sebuah peluang bisnis memerlukan sebuah antusiasme, keterampilan, sumber daya, birokrasi, komitmen, dan juga strategi yang harus dipunyai oleh banyak individu dan perusahaan. Peluang bisnis tidak dapat dibuat hanya karena faktor lingkungan dan/atau faktor pribadi, meskipun kedua faktor tersebut terkait erat. Penciptaan kesempatan bisnis dapat dijelaskan dan memerlukan hampir semua disiplin ilmu; ekonomi, psikologi dan ilmu kognitif, manajemen strategi, sumber daya, serta teori kontingensi yang digabungkan secara bersama-sama, selaras dan membentuk serta menciptakan sesuatu yang baru dalam bentuk “ide

bisnis”. Aspek pentingnya adalah kemampuan melihat peluang bisnis untuk melihat pertama kalinya, bertindak pertama kalinya dan sebelum orang lain melakukannya. Proses ini terjadi karena fungsi panca indera bekerja dan bagaimana cara memandang dunia luar, serta memproses semua informasi yang telah diperolehnya sekaligus. Sesuatu yang dihasilkan oleh intuisi, visi, wawasan, penemuan, atau penciptaan ide berkembang menjadi sebuah kemampuan melihat sebuah peluang yaitu sebuah peluang bisnis.

Keberhasilan dan kegagalan akan tergantung pada kesempatan, keterampilan, fokus, waktu yang tepat, sumber daya, kompetensi individu, dan strategi yang dijalankan saat ini yang mungkin cocok atau tidak untuk mengeksekusi peluang bisnis tersebut. Beberapa perusahaan dapat berkembang pesat sejak mereka didirikan, karena mungkin mereka telah mampu mengidentifikasi peluang bisnis yang tepat, memiliki keterampilan yang tepat untuk itu, memiliki jaringan dan sumber daya yang cukup, serta menyusun strategi yang paling tepat untuk mengeksploitasi peluang bisnis secara efektif, sementara perusahaan lain mungkin membutuhkan waktu lebih lama untuk mencapainya.

Kemitraan bisnis atau usaha adalah suatu kontrak kerjasama antara dua mitra bisnis (individu, kelompok atau organisasi) atau lebih dalam menjalankan suatu usaha bisnis dengan syarat dan ketentuan kemitraan yang dinyatakan secara jelas, termasuk rasio bagi hasil, kewajiban, aset, investasi, dan lain-lain. (Syapruddin, 2020)

Pada tahun 2021, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Balangan adalah 8.478 unit usaha (data.kalselprov.go.id) salah satunya adalah UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina yang terletak di desa Dahai rt.02. Beroperasi sejak 2016 UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina memiliki produk utamanya yaitu emping singkong dengan berbagai macam varian rasa seperti manis, asin, balado, pedas manis, ayam bakar, jagung bakar, barbeque dan jahe. Emping singkong di produksi tidak menentu tergantung dari permintaan

pelanggan, bisa 2 hari sekali atau seminggu sekali. Karena proses pembuatan cukup memakan waktu maka dari itu penjualan produksi untuk saat ini produksi dilakukan jika ada pemesanan dari pelanggan, warung-warung, atau jika ada expo UMKM di Balangan. UMKM emping singkong kalimantari Al-Aina adalah satu-satunya UMKM di Balangan yang memproduksi emping singkong bahkan emping singkong ini sudah pernah terjual sampai ke pulau jawa. Oleh karena itu, untuk ,meningkatkan penjualan dan produksi serta mengenalkan produk kepada masyarakat lebih luas pemilik UMKM emping singkong kalimantari Al-Aina ingin membuka peluang bisnis baru dengan cara bermitra dengan Indomaret di kecamatan paringin.

Kemitraan UMKM dengan Indomaret dilakukan melalui beberapa program yang dirancang untuk membantu pelaku UMKM mengembangkan usaha mereka dan memperluas pemasaran produk. Berikut adalah bentuk-bentuk kemitraan utama yang ditawarkan Indomaret :

1. Mitra Teras Indomaret

Indomaret menyediakan lahan di teras toko untuk pelaku UMKM berjualan produk kuliner atau minuman. Biaya sewa lahan cukup terjangkau, berkisar antara Rp250.000 hingga Rp500.000 per bulan. Produk yang dijual harus satu jenis dan lokasi gerai ditentukan oleh Indomaret.

2. Menjadi Pemasok Produk di Indomaret

UMKM dapat menjadi pemasok produk seperti snack, makanan ringan, jajanan pasar, kerajinan batik, dan produk pertanian lokal yang akan dijual di toko Indomaret. Produk yang diajukan harus memenuhi syarat seperti memiliki izin edar (BPOM/PIRT, halal), kemasan yang lengkap, dan kualitas yang terjamin. Proses penerimaan produk meliputi penawaran, pengisian formulir, kurasi produk, dan pengiriman produk ke gerai atau distribution center Indomaret.

3. Pelatihan dan Pendampingan UMKM

Indomaret bersama mitra seperti Sasa Housefoods dan Mamasuka memberikan pelatihan kewirausahaan, packaging, branding, dan peningkatan daya saing bagi pelaku UMKM di berbagai daerah. Program ini bertujuan membantu

UMKM beradaptasi dengan nilai baru dalam berusaha dan meningkatkan kualitas produk agar layak dipasarkan di Indomaret.

Indomaret di Kabupaten Balangan telah bermitra dengan pelaku UMKM setempat untuk memasarkan produk-produk mereka secara resmi. Kerjasama ini diluncurkan secara resmi oleh Bupati Balangan, Abdul Hadi, pada 30 juni 2021 di Indomaret Haur Batu Kecamatan Paringin yaitu sebanyak 8 produk UMKM. Produk UMKM Balangan yang menjadi mitra usaha ritel modern Indomaret ini mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah daerah sebagai bagian dari upaya pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Balangan. Selain pemasaran produk UMKM di Indomaret, Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Balangan juga aktif menggelar seminar dan program peningkatan kapasitas UMKM, termasuk mendukung kemitraan dengan ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart. Program ini bertujuan meningkatkan daya saing, pemasaran, dan kualitas produk UMKM di Balangan. (www.radar.banjarmasin)

Untuk menjalin kemitraan dengan indomaret tentu ada kriteria dan tantangan yang harus dipenuhi oleh UMKM, maka dari itu berdasarkan data dan observasi awal maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Peluang Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Mmemperluas Pemasaran Produk Melalui Kemitraan Indomaret (Studi Kasus Emping Singkong Kalimantan Al-Aina Kecamatan Paringin Kabupaten Balangan)”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana peluang usaha Emping Singkong Kalimantan Al-Aina untuk dipasarkan di toko ritel Indomaret Kecamatan Paringin Kabupaten Balangan?
2. Bagaimana tantangan dan kendala Emping Singkong Kalimantan Al-Aina untuk dipasarkan di toko ritel Indomaret Kecamatan Paringin Kabupaten Balangan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis peluang usaha produk Emping Singkong Kalimantan Al-Aina agar bisa dipasarkan di toko ritel Indomaret Kecamatan Paringin Kabupaten Balangan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tantangan dan kendala produk Emping Singkong Kalimantan Al-Aina agar bisa dipasarkan di toko ritel Indomaret Kecamatan Paringin Kabupaten Balangan.

D. Signifikansi Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka peneliti berharap penelitian ini membawa manfaat kepada beberapa pihak. Signifikansi penelitian yang diharapkan peneliti yaitu ;

1. Bagi Peneliti :

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menerapkan ilmu selama masa perkuliahan dan menambah wawasan pengetahuan di bidang ekonomi syariah, khususnya mengenai peluang bisnis produk UMKM melalui kemitraan di Indomaret.

2. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan membawa manfaat untuk UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina terutama dalam hal pendapatan dan menjadi inspirasi bagi UMKM lain yang ada di kabupaten balangan untuk mencoba kemitraan dengan toko ritel modern indomaret.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat menyelesaikan Pendidikan di UIN Antasari Banjarmasin dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca yang membutuhkan sumber bacaan atau informasi dalam mencari peluang usaha.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan persepsi dari penelitian ini maka peneliti perlu menyertakan definisi operasional sebagai berikut :

1. Peluang Bisnis

Peluang bisnis adalah suatu kondisi dimana dapat memberikan kesempatan bagi seseorang terutama pebisnis untuk mencapai tujuannya. Tujuan bisnis tersebut dilakukan dengan usaha tertentu serta memakai sumber daya yang dimiliki secara efektif. Sehingga, bisnis tersebut dapat berkembang, penjualan meningkat, reputasi semakin baik, dan pada akhirnya keuntungan pun akan meningkat. Maksud dari peluang bisnis dalam penelitian ini adalah kesempatan atau kondisi yang memungkinkan UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina untuk mulai memanfaatkan situasi dan kondisi keberadaan toko ritel modern Indomaret untuk menaikkan prospek keuntungan dengan melakukan kerjasama kemitraan.

2. Pemasaran

Menurut (Putri, 2017) merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang memberikan dampak kepada individu maupun kelompok untuk bisa mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan dan timbal balik terhadap produk dan nilai dengan individu lain. Menurut (Hariyanti & Wirapraja, 2018) definisi pemasaran adalah bentuk keseluruhan dari aktivitas bisnis mulai perencanaan, promosi, dan distribusi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada saat ini maupun konsumen potensial.

3. Kemitraan

Menurut undang-undang peraturan mengenai kemitraan di Indonesia yang di atur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 13 tahun 2017 yang menyebutkan bahwa kemitraan merupakan kerjasama antara usaha peternakan dengan memperlihatkan prinsip saling memerlukan, memperkuat, menguntungkan, menghargai dan bertanggung jawab, dan ketergantungan. Maksud dari

Kemitraan pada penelitian ini adalah dari kerjasama antara UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina dengan indomaret diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan peluang UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing, meningkatkan kualitas usaha dan menurunkan resiko kerugian.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi gambaran singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini.

BAB I Pendahuluan, Bab pertama Pendahuluan, terdiri dari latar belakang yang menguraikan alasan mengapa peneliti memilih judul ini dan gambaran dari permasalahan yang akan diteliti. Setelah permasalahan tergambar maka disusunlah rumusan masalah, setelah itu kemudian disusunlah tujuan penelitian yang merupakan hasil dari penelitian. Lalu definisi operasional untuk membatasi teori-teori yang bermakna umum atau luas. Kajian pustaka sebagai informasi adanya tulisan dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan yaitu keseluruhan susunan skripsi.

BAB II Landasan Teori, pada bab ini akan dibahas peneliti yaitu tentang teori yang digunakan oleh peneliti dan kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan judul yang diteliti oleh peneliti.

BAB III Metode Penelitian, Pada bab ini berisi tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data dan Tahapan Penelitian.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, berisi mengenai laporan hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, serta analisa dari pembahasan mengenai hasil penelitian Peluang bisnis usaha mikro kecil dan menengah dalam memperluas pemasaran produk melalui kemitraan indomaret (Studi kasus Emping singkong kalimantari Al-Aina kecamatan paringin kabupaten balangan)

BAB V Penutup, pada bab ini peneliti membuat kesimpulan atas hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang nantinya akan berguna bagi ilmu pengetahuan.