

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya, setiap manusia memiliki kebutuhan hidup yang harus dipenuhi demi kelangsungan hidupnya, baik kebutuhan jasmani maupun rohani. Untuk memenuhi berbagai kebutuhan tersebut, manusia memerlukan penghasilan yang diperoleh melalui berbagai cara yang halal dan sesuai norma. Salah satu cara utama yang dapat dilakukan untuk memperoleh harta ialah dengan bekerja. Pekerjaan menjadi salah satu faktor penting yang memungkinkan seseorang mencari nafkah atau rezeki guna mencukupi kebutuhan sehari-hari, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk keluarganya. Terdapat banyak jenis pekerjaan yang bisa dijalani oleh manusia, tergantung pada kemampuan, minat, dan peluang yang tersedia. Salah satu bentuk pekerjaan yang umum dilakukan sejak zaman dahulu hingga kini adalah berdagang atau menjalankan aktivitas bisnis. (Simorangkir, 2003)

Dalam melakukan kegiatan bisnis hal penting yang harus dipersiapkan adalah menyusun strategi dalam menjalankan suatu bisnis. Strategi menurut Basu Swastha adalah sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Strategi bisnis adalah upaya perusahaan dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan yang terintegrasi serta dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis. (Basu Wasta, 1997)

Strategi tersebut dijalankan untuk mengembangkan suatu usaha yang telah dijalankan agar usaha tersebut agar menjadi lebih maju. Adapun Berdasarkan etimologi, pengembangan berasal dari padanan kata "pengembang", yang memiliki makna sebagai suatu proses, cara, perbuatan, atau proses kegiatan bersama yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan mereka yang melibatkan suatu proses atau kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama oleh individu dalam suatu organisasi untuk meningkatkan atau memenuhi kebutuhan mereka. Sementara menurut KBBI, pengembangan memiliki arti suatu proses membuat sesuatu menjadi maju, baik, sempurna, dan berguna. Ini menunjukkan bahwa pengembangan merupakan suatu upaya yang bertujuan untuk meningkatkan atau memperbaiki sesuatu agar menjadi lebih baik, lebih berguna, dan lebih sempurna. Jadi, dari definisi etimologis dan KBBI, pengembangan merupakan suatu proses yang melibatkan tindakan untuk meningkatkan atau memperbaiki sesuatu agar menjadi lebih baik dan lebih berguna. (Sri Larasati, 2018)

Usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan, pembelian, maupun pertukaran barang dan jasa, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. (Aisyah & Achiria, 2019). Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu hal yang menarik untuk dikaji dalam hal upaya pengembangan karena memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Hal ini tidak hanya berlaku di Indonesia saja akan tetapi juga di berbagai negara di seluruh dunia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam

aktivitas ekonomi masyarakat Indonesia. Sebagian besar penduduk mengandalkan sektor ini sebagai sumber utama penghasilan mereka. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tahun 2015, sekitar 90% dari seluruh unit usaha yang ada di Indonesia tergolong dalam kategori UMKM, sementara hanya sekitar 10% sisanya yang termasuk dalam kelompok usaha besar. Meskipun UMKM tergolong skala usaha yang kecil dan menengah, kontribusinya terhadap perekonomian nasional sangat signifikan dan tidak bisa dianggap remeh. UMKM terbukti mampu menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan menyumbang sekitar 60% terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung stabilitas dan kemajuan ekonomi negara.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2012), jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mengalami peningkatan signifikan, yaitu sebesar 1.328.163 unit usaha dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini mencerminkan tren pertumbuhan UMKM yang positif, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan yang hampir selalu melebihi 10%. Pertumbuhan jumlah UMKM tersebut juga berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Pada tahun 2012, UMKM mampu menyerap sebanyak 107.657.509 tenaga kerja, meningkat sekitar 5.935.051 orang dibandingkan tahun 2011. Dengan demikian, UMKM menyumbang sekitar 97% dari total penyerapan tenaga kerja nasional, yang menunjukkan peran strategis sektor ini dalam mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Selain berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan, UMKM juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pada tahun 2012, UMKM tercatat menyumbang sebesar 56,53% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta berperan dalam mendukung aktivitas ekspor. UMKM juga dikenal memiliki ketahanan yang relatif tinggi terhadap tekanan ekonomi global. Hal ini disebabkan oleh karakteristik UMKM yang umumnya tidak terlalu terhubung dengan sistem ekonomi global, lebih fokus pada produksi barang kebutuhan pokok dibandingkan barang mewah, serta menjalankan kegiatan produksi dan pemasaran secara lokal. Selain itu, UMKM cenderung lebih adaptif terhadap perubahan dan tidak terbebani oleh biaya administrasi yang tinggi, sehingga lebih fleksibel dalam menghadapi tantangan ekonomi. (Suyadi, Syahdanur, 2018)

Ketika sudah memilih untuk berkecimpung dalam dunia bisnis maka siap ataupun tidak persaingan tersebut harus dihadapi. Persaingan dalam bisnis tidak hanya dirasakan oleh perusahaan-perusahaan besar saja, namun usaha-usaha kecil juga merasakan hal yang sama. Usaha-usaha kecil yang biasanya lebih dikenal dan disebut UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Menurut Rudjito UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah yang tercipta. UMKM adalah suatu kegiatan ekonomi yang memiliki basis dari kalangan masyarakat dengan keterjangkauan modal yang minim. Terdapat beberapa kriteria UMKM menurut Undang-Undang yang dibagi berdasarkan asset dan omzet yang dimiliki. (Ayonda, 2020)

Salah satu usaha UMKM bergerak di bidang kuliner yang menarik perhatian saya serta paling sering dijumpai disekitar kita berupa pentol. Yaitu sebuah produk olahan daging yang berasal dari Indonesia serta sangat populer di kalangan semua segmen masyarakat dan memiliki nilai gizi yang tinggi karena kandungan protein hewani yang melimpah. Biasanya, pentol terbuat dari daging sapi, namun bahan baku untuk pembuatan pentol dapat bervariasi dari berbagai jenis daging ternak, termasuk daging ayam. Pentol yang berkualitas baik membutuhkan bahan baku utama berupa daging ayam yang berasal dari hewan ternak.

Salah satu Pentol yang paling umum dikonsumsi oleh masyarakat meliputi varian dari daging sapi dan ayam. Pentol ayam adalah salah satu yang sering diolah dan dikonsumsi di Indonesia. Untuk menghasilkan pentol ayam yang sehat, daging ayam yang dipilih sebaiknya berasal dari bagian dada, sedangkan bagian paha atas dan bawah sebaiknya dihindari. Hal ini dikarenakan bagian paha atas dan bawah memiliki kandungan lemak jenuh dan kolesterol yang lebih tinggi dibandingkan dengan daging putihnya, yaitu daging dada. (Singgih Wibowo, 2014)

Makanan ini merupakan salah satu makanan yang populer dan sering ditemukan di warung atau pedagang kaki lima di Indonesia. Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan individu atau kelompok yang melakukan aktivitas dagang secara perorangan atau kelompok dengan menjalankan usaha dagang di tempat-tempat umum seperti trotoar, tepi jalan, dan lokasi serupa. Para pedagang ini biasanya menggunakan peralatan dan perlengkapan yang mudah dipindahkan, dirakit, dan dipasang, serta memanfaatkan lahan-lahan umum sebagai tempat berjualan. Adapun nama "Pedagang

Kaki Lima" kemudian muncul karena pedagang tersebut menggunakan dua kaki mereka bersama dengan tiga roda pada gerobak dorong, sehingga menciptakan citra ikonik yang terkait dengan pedagang tersebut. (Damsar, 2002)

Banjarmasin merupakan salah satu wilayah di Kalimantan Selatan yang banyak dijumpai pedagang yang berjualan pentol karena dinilai masyarakatnya yang menyukai makanan jenis tersebut sehingga menyebabkan banyaknya pelaku usaha yang membuka usaha tersebut karena produk tersebut dinilai memiliki daya Tarik atau minat konsumen dalam membeli. Hal inilah yang menyebabkan pedagang pentol yang terus bermunculan di wilayah tersebut karena melihat daya Tarik atas produk tersebut sangat tinggi.

Salah satu sektor persaingan di Banjarmasin adalah sektor pangan. Pangan mencakup semua bahan yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang telah diolah maupun belum diolah, yang ditujukan sebagai makanan atau minuman untuk konsumen. Dalam perkembangan fenomena kuliner saat ini, bisnis kuliner telah mengalami pertumbuhan yang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Bisnis kuliner saat ini menjadi bisnis yang menguntungkan bagi para produsen sendiri, terutama dengan gaya hidup masyarakat yang semakin hedon dan minat yang tinggi terhadap keunikan dalam suatu kuliner tertentu. Salah satu jajanan yang tetap populer dari zaman dulu hingga sekarang dan disukai oleh banyak orang adalah jajanan pentol. Sebagai salah satu sektor yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi, sektor pangan memainkan peran yang penting dalam perekonomian Indonesia.

Adapun hal yang melatarbelakangi peneliti melakukan penelitian ini karena telah melakukan sedikit wawancara dengan seorang pedagang pentol tersebut yang mengeluhkan mengenai pendapatan yang mereka peroleh mengalami penurunan pendapatan yang asalnya Rp. 700.000 sekarang bisa menjadi Rp. 400.000 -500.000 saja. Hal ini di karenakan banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama atau lebih bervariasi sehingga sangat berpengaruh terhadap omzet pendapatan, dimana omzet penjualan merupakan salah satu hal yang sangat penting dan penentu jumlah keuntungan yang akan mereka dapatkan karena jika omzet terus mengalami penurunan akan tetapi bahan baku yang digunakan juga mengalami kenaikan maka akan sangat berdampak bagi kelangsungan usaha mereka . Oleh karena itu Penelitian ini ditekankan pada bagaimana upaya pengembangan yang dilakukan oleh UMKM pedagang pentol dalam meningkatkan omzet saat banyaknya pesaing antar pelaku UMKM di wilayah Banjarmasin Barat yang memiliki banyak usaha serupa.

B. Rumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang tersebut, dimana pelaku usaha yang terus bertambah sehingga menyebabkan terjadinya persaingan antar pelaku UMKM, terutama di wilayah Banjarmasin Barat yang memiliki banyak usaha serupa. Maka dari itu diperlukan strategi pengembangan dalam usaha pentol tersebut guna dapat meningkatkan omzet agar mampu bersaing antar pelaku usaha serupa. Hal ini membuat peneliti ingin mengetahui:

1. Bagaimana strategi pengembangan yang telah dilakukan pedagang pentol agar dapat meningkatkan omzet penjualan disaat banyaknya pesaing di wilayah Banjarmasin Barat?
2. Apa saja penghambat yang dihadapi pedagang pentol dalam proses pengembangan yang dilakukan untuk meningkatkan omzet penjualan disaat banyaknya pesaing?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan yang telah dilakukan pedagang pentol agar dapat meningkatkan omzet penjualan disaat banyaknya pesaing.
2. Untuk mengetahui penghambat yang dihadapi dalam proses pengembangan yang dilakukan pedagang pentol untuk meningkatkan omzet penjualan disaat banyaknya pesaing.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini memiliki signifikansi atau manfaat yang diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam beberapa aspek, antara lain:

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dalam bidang Ekonomi Syariah, khususnya dalam kajian strategi pengembangan UMKM di tengah persaingan bisnis. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi

dan landasan bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa, terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan omzet UMKM berbasis kuliner di lingkungan lokal.

2. Secara Praktis

Bagi pelaku UMKM, khususnya pedagang pentol di wilayah Banjarmasin Barat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai strategi-strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan omzet penjualan. Temuan ini juga dapat menjadi acuan dalam mengatasi hambatan yang dihadapi dalam menjalankan dan mengembangkan usaha di tengah kompetisi yang ketat.

3. Secara Sosial-Ekonomi

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika UMKM sebagai pilar penting dalam perekonomian lokal. Strategi yang efektif dalam pengembangan UMKM diharapkan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha kecil serta mengurangi angka pengangguran dengan terbukanya lebih banyak lapangan pekerjaan melalui perluasan usaha.

4. Secara Keislaman

Penelitian ini juga menanamkan nilai-nilai Islam dalam dunia usaha, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, yang menjadi prinsip penting dalam persaingan bisnis yang sehat. Sehingga diharapkan pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, namun juga keberkahan dalam usaha mereka.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam penelitian yang dimaksud, maka penulis memberikan penjelasan yang berkenaan dengan definisi operasional sebagai berikut.

1. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha merupakan proses pemilihan serta menganalisis terhadap pasar yang menjadi suatu target utama suatu usaha. Untuk mencapai pasar tersebut secara efektif, suatu usaha perlu merancang kombinasi usaha yang tepat dan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen yang dituju. Dalam dunia bisnis, persaingan antara produsen dan pedagang yang menawarkan produk sejenis di dalam medan pertempuran. Oleh karena itu, penyusunan strategi pengembangan usaha yang tepat menjadi hal yang sangat penting agar suatu usaha tersebut dapat tetap unggul dan mempertahankan kedudukan dalam kompetisi tersebut. (Saifudin et al., 2024) Dalam penelitian ini akan ditekankan pada bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan oleh UMKM pedagang pentol dalam mempertahankan omzet saat banyaknya pesaing antar pelaku UMKM di wilayah Banjarmasin Barat yang memiliki usaha serupa.

2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha produktif yang dijalankan oleh perseorangan atau badan usaha dengan skala kecil hingga

menengah, yang memiliki kriteria tertentu berdasarkan jumlah aset, omzet, dan jumlah karyawan. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil dan kemudian dilaksanakan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang kemitraan, dimana pengertian UKM adalah sebagaimana diatur Pasal 1 UU Nomor 9 tahun 1995 sebagai berikut: 1) Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang undang ini. 2) Usaha Menengah dan Besar adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan usaha kecil. Dalam penelitian ini akan ditekankan pada UMKM pedagang pentol yang masuk dalam kategori usaha kecil di wilayah Banjarmasin Barat. (Hafsah, 2004)

3. Omzet Penjualan

Menurut Chaniago omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Adapun Menurut Swastha omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang-barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus-menerus atau dalam satu proses akuntansi. Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa

pengertian omzet penjualan adalah total keseluruhan jumlah pendapatan suatu perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Omzet penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan dari para UMKM pedagang pentol di sebagian wilayah Banjarmasin Barat. (Setiawati & Lim, 2015)

4. Persaingan Bisnis

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga iklan atau promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar. Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik juga. Persaingan bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persaingan antar

pedagang yang menjual produk serupa yaitu pentol dalam wilayah pemasaran yang sama

5. Hambatan Usaha

Hambatan usaha adalah segala bentuk kendala, tantangan, atau masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam menjalankan, mengembangkan, atau mempertahankan bisnisnya. Hambatan ini bisa berasal dari faktor internal (misalnya keterbatasan modal, kurangnya keterampilan manajerial) maupun eksternal (seperti persaingan pasar, regulasi pemerintah, atau kondisi ekonomi). Adapun hambatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hambatan yang dihadapi para pedagang dalam proses pengembangan usaha yang mereka jalankan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Proposal ini ditulis dalam 5 bab yang dilakukan secara sistematis sesuai dengan cara penulisan yang telah diatur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adapun sistematika penulisan proposal ini adalah sebagai berikut.

Bab I merupakan pendahuluan yang menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan kajian teori yang berhubungan yang menggambarkan judul yaitu Analisis Strategi Pengembangan Umkm Pedagang Pentol Untuk

Mempertahankan Omzet Penjualan Dalam Persaingan Bisnis (Studi Pada Pedagang Pentol Di Wilayah Banjarmasin Barat).

Bab III merupakan metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan tahapan penelitian.

Bab IV merupakan laporan hasil penyajian data dan analisis data, dalam penyajian data ini penulis menggambarkan gambaran umum dan deskripsi hasil wawancara. Sedangkan analisis data merupakan jawaban dari rumusan masalah yakni strategi pengembangan yang dilakukan umkm pedagang pentol untuk mempertahankan omzet penjualan dalam menghadapi persaingan.

Bab V merupakan penutup, yang berisikan penjelasan kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran atas dasar penelitian.