

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri dalam beberapa dekade terakhir semakin berkembang. Perkembangan itu tidak hanya terjadi pada industri besar melainkan juga pada industri-industri berskala mikro. Perkembangan usaha dibidang mikro memang menjadi tolak ukur kemajuan tingkat kemandirian masyarakat. Di Indonesia sendiri kemandirian masyarakat dalam membuka usaha turut membantu mengurangi beban tenaga kerja yang kekurangan lapangan kerja.

Perkembangan UMKM merupakan hal penting bagi perkembangan perekonomian. Sebagai sebuah UMKM rumahan yang telah berdiri sejak 2012. UMKM ini bergerak pada industri pembuatan makanan berupa siomay berdasarkan pesanan dari mulut ke mulut pada awalnya. Pesanan yang diterima umumnya dari teman dan kerabat yang dekat dengan ibu Lani. Dari para kerabat inilah ibu Lani mendapatkan pesanan yang ternyata makin banyak. Muncul ide untuk mengkomersilkan siomay yang dibuatnya. Dari yang semula hanya kerabat yang memesan dengan system pre-order, ternyata ada beberapa konsumen juga memesan untuk catering. Sampai pada tahun 2015 muncul ide untuk mulai memperkenalkan ke publik.

Pada Tahun 2015 UMKM Siomay Nyonya Lani diperkenalkan dengan merek jual. Merek jual yang digunakan UMKM ini adalah Siomay Nyonya Lani. Diperkenalkan merek ini dilakukan dengan harapan lebih dikenal pasar. Ternyata penerimaan pasar pun baik. UMKM yang pada awalnya hanya usaha rumahan dengan ibu Lani merangkap sebagai *maker* dan *owner*, kini telah memiliki karyawan. Omzet perbulan yang diterima pun terbilang cukup besar yaitu Rp 22,800,000,00/bulan. Dengan laba kotor Rp 13,680,000,00 nilai yang terbilang besar untuk usaha kecil.

Melihat perkembangan inilah peneliti merasa usaha ini sangat perlu pengembangan. Potensi pasar yang dimiliki UMKM ini pun tergolong besar

meskipun harga yang tergolong tidak murah Rp 18,000,00/ porsi nya, tapi UMKM tetap bertahan dan membangun kelasnya sendiri di pasar. Peneliti merasa UMKM ini wajib dibantu dalam pengembangannya. Tetapi dalam melakukan pengembangan tidak hanya menentukan strategi lalu dikembangkan. Peneliti terlebih dahulu ingin mengkaji bagaimana kelayakan usaha yang dimiliki UMKM Siomay Nyonya Lani ini. Hal ini dilakukan agar dapat menentukan langkah yang tepat, mengingat persaingan UMKM yang sengit maka status kelayakan menjadi tolak ukur utama yang menjadi senjata UMKM untuk menjual produknya dipasar dan membangun *image* yang baik akan produknya.

Tahapan pengembangan dalam penelitian dilakukan dengan dua tahap. Tahap pertama dengan terlebih dahulu melakukan analisis kelayakan untuk mengetahui bagaimana status kelayakan *existing* yang dimiliki. Selanjutnya menentukan aspek mana yang mampu dilayakan untuk memperbaiki status kelayakan jika ada yang kurang memperhitungkan tingkat efektifitas dan urgensinya.

Tahapan kedua adalah mengembangkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran diambil mengingat pemasaran berdampak langsung untuk *omzet*. Tapi tidak berhenti dikenakan *omzet* saja, UMKM juga harus mampu mempertahankan kenaikan *omzet* ini. Maka dari itu strategi pengembangan ini dilakukan dengan metode 4P (*product, price, place, promotion*) dengan pendekatan SWOT agar strategi yang diambil tepat sasaran. Penelitian ini dilakukan pada periode Januari-Juni 2017.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang dihadapi dalam penelitian adalah

1. Bagaimana memperbaiki kelayakan pada UMKM Siomay Nyonya Lani?
2. Bagaimana menentukan strategi implementasi pengembangan usaha yang tepat pada UMKM Siomay Nyonya Lani ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Memperbaiki kelayakan usaha pada UMKM Siomay Nyonya Lani.
2. Implementasi pengembangan usaha pada UMKM Siomay Nyonya Lani.

1.4 Batasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang spesifik dan terarah, maka ruang lingkup dari penelitian ini adalah penelitian ini berfokus industri Pembuatan Siomay Nyonya Lani.

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang spesifik dan terarah, maka ruang lingkup dari penelitian ini adalah

1. Hanya berfokus pada UMKM Siomay Nyonya Lani
2. Penjualan dianggap linear dengan asumsi penjualan minimal

1.5 Penelitian Terdahulu

Agar penelitian ini mendapatkan hasil yang terbaik, maka perlu dilakukan perbandingan dengan peneliti sebelumnya yang hampir sejenis yang dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul	Asal PT	Perbedaan
1.	Nunung Nurhayanti, Musa Hubeis, dan Sapta Raharja, 2012, "Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha industri kecil Tahu di Kabupaten Jawa Barat"	Institut Pertanian Bogor	Penelitian dilakukan pada usaha dengan karakteristik berbeda. Perbedaan komoditi produk jadi yang menjadi perbedaan
2.	Ferdiansa, Abu Bakar, dan Lisye Fitria, 2013, "Analisis Kelayakan Usaha Pembuatan Seragam Sekolah di Desa Panyirapan Soreang Kabupaten Bandung"	Institut Teknologi Nasional Bandung	Penelitian dilakukan dengan kasus yang telah berjalan, dan tidak sebatas pada tahap perencanaan melainkan pengembangan perbaikan.
3.	Fernando, 2014, Analisis Kelayakan Usaha Bimbel I'Smart dengan Metode SWOT	Universitas Katolik Musi Charitas	Penelitian dilakukan pada industry jasa. dan terbatas pada analisis kelayakan tanpa berbasis implementasi