

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

UKM (Usaha Kecil dan Menengah) merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang pembangunan ekonomi kerakyatan. Sejarah telah membuktikan bahwa UKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi. UKM sangat diperlukan sebagai sarana mengentaskan masyarakat dari kemiskinan untuk membantu perekonomian mereka dan mendorong minat masyarakat dalam menuangkan ide-ide kreatif terhadap usaha yang akan mereka geluti. Dengan demikian banyak tenaga kerja yang terserap, sehingga mengurangi pengangguran di Indonesia.

Hal ini sesuai dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) di tahun 2018 yang menyatakan bahwa tingkat pengangguran terbuka (TPT) pada tahun 2015 tercatat sebesar 6,18 persen, 2016 sebesar 5,61 persen, dan 2017 turun lagi menjadi 5,50 persen. Lalu pada tahun terakhir 2018 mengalami penurunan kembali sebesar 5,13 persen. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengangguran di Indonesia semakin menurun dikarenakan masyarakat mulai tertarik untuk membuka usaha sendiri. Di sisi lain, UKM juga memiliki peran untuk memberikan pemasukan devisa bagi negara sesuai dengan data dari Kementerian Koperasi dan UKM di tahun 2017 yang menunjukkan tingginya devisa negara dari para pelaku UKM. Angkanya pun relatif sangat tinggi, mencapai Rp 88,45 miliar. Angka ini mengalami peningkatan hingga delapan kali lipat dibandingkan tahun 2016 (Sumber: Kompasiana Hikhman, 2017).

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) melansir sebanyak 3,79 juta usaha kecil dan menengah (UKM) sudah memanfaatkan *platform online* dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku UKM yang ada di Indonesia, yakni 59,2 juta. Untuk menumbuhkan jumlah pelaku UKM yang berselancar di dunia maya, Kemenkop UKM dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) bersama

dengan para pelaku *e-commerce* mengagas program bertajuk 8 Juta UKM Go Online (Sumber: Kominfo, 2017).

UKM bukan hanya diminati oleh kaum ibu-ibu tetapi para pelajar dan mahasiswa yang mencoba menggeluti usaha ini. Produk yang dijual pun bervariasi mulai dari kerajinan tangan, makanan, minuman, aneka *fashion*, dan alat-alat kecantikan lainnya. Hal ini jelas melatih jiwa *entrepreneur* masing-masing para pelajar dan mahasiswa serta menyumbang pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan nilai mencapai 60 persen.

Semakin banyaknya pelaku UKM di Indonesia ini menyebabkan mereka harus melakukan inovasi terhadap produk yang akan mereka jual sehingga produk-produknya akan selalu diminati dan terkenal di pasaran. Oleh karena itu, strategi yang matang demi pengembangan UKM harus diperhatikan.

*Pertama*, produk yang tepat. Produk yang tepat biasanya berkaitan dengan cara menentukan produk yang akan dijual dan harus sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen yang dituju. Produk ini harus menarik, inovatif, dan kreatif serta bermanfaat bagi penggunanya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melakukan *survey* lapangan kepada calon konsumen mengenai produk yang dibutuhkan atau diinginkan sehingga produk yang dijual tersebut akan tepat sasaran.

*Kedua*, harga yang sesuai. Biasanya sebelum memulai usaha harus melakukan perhitungan terlebih dahulu untuk mengetahui secara rinci mengenai modal yang akan dikeluarkan dan keuntungan yang akan didapat. Hal ini berkaitan dengan biaya operasional seperti gaji pegawai, harga bahan baku dan biaya produksi. Penentuan harga jual ini sangat penting karena konsumen biasanya menginginkan produk dengan kualitas yang tinggi namun harga yang murah. Oleh karena itu, kita harus mengetahui terlebih dahulu mengenai rincian dari pengeluaran dan pemasukan pada usaha yang akan dijalankan.

*Ketiga*, lokasi yang strategis. Selanjutnya yang harus diperhatikan adalah lokasi yang strategis dan ideal. Lokasi tempat produk yang akan dijual harus di tempat-tempat yang ramai pengunjungnya sehingga produk yang dijual akan tepat

sasaran. Selain itu, pengaruh pesaing produk yang dijual juga harus menjadi perhatian karena hal ini bisa menjadi ancaman bagi usaha yang dijalankan.

*Keempat*, Sistem Promosi. Strategi ini sangat berperan penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Ketika promosi berjalan dengan baik maka produk yang dijual akan dikenal oleh masyarakat sehingga minat konsumen dalam membeli produk akan relatif meningkat. Biasanya strategi promosi yang sering digunakan adalah melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* karena sistem promosi ini sering mendatangkan keuntungan dan menghemat biaya operasional.

Strategi *kelima* adalah sumber daya manusia. Strategi ini paling berperan dalam usaha yang akan dijalankan. Jika sumber daya manusia atau karyawan yang ada dalam UKM tersebut memiliki pengetahuan dan paham mengenai bisnis maka bukan hal yang mustahil jika usaha yang dijalankan akan berkembang dengan sangat pesat. Oleh karena itu, pengetahuan dan pandangan bisnis yang luas harus dimiliki oleh seorang karyawan atau sumber daya manusia dalam suatu usaha (Sumber: Jurnal *Entrepreneur*, 2017).

Setelah mengetahui berbagai strategi pengembangan UKM seperti di atas, maka selanjutnya kita sebagai pelaku UKM harus memperhatikan strategi-strategi yang sesuai dengan jenis usaha dan potensi yang dimiliki. Misal sebagai mahasiswa ketika ingin membuka suatu usaha harus memperhatikan hal-hal penting untuk menunjang usaha yang akan digeluti kelak. Salah satunya melakukan analisis SWOT dalam merumuskan strategi pengembangan usaha tersebut.

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2016:19).

Oleh karena itu, ada beberapa strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan UKM di kalangan mahasiswa seperti inovasi produk yang lebih menarik untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan, meningkatkan iklan dan

promosi, serta efisiensi biaya produksi dengan cara mengurangi pos-pos yang kurang penting atau tidak terkait dengan usaha.

Strategi lainnya yang dapat dilakukan adalah dengan mengikuti program-program Perguruan Tinggi yang terkait dengan pengembangan kewirausahaan dan meningkatkan *skill* kewirausahaan serta manajemen usaha. Itulah beberapa strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan UKM di kalangan mahasiswa, disamping strategi di atas ada beberapa hal yang harus diperhatikan kembali sehingga strategi pengembangan tersebut dapat dijalankan dengan baik. Hal ini sangat penting demi berlangsungnya suatu usaha yang akan dijalankan.

Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh penulis pada mahasiswa jurusan rekayasa di Politeknik Negeri Sriwijaya, menyatakan bahwa tidak adanya Mata Kuliah *Entrepreneurship* yang praktek langsung membuka usaha sendiri. Di beberapa jurusan tersebut seperti jurusan Teknik Mesin dengan Mata Kuliah Ekonomi Teknik yang mempelajari suatu pertimbangan untuk menentukan keputusan atau kebijakan menguntungkan atau tidak dalam dunia teknik. Begitu juga dengan jurusan Teknik Kimia dengan Mata Kuliah *Technopreneur* hal ini sama seperti jurusan Teknik Mesin. Jadi, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa di jurusan rekayasa tersebut tidak melakukan praktek langsung membuka usaha sendiri dan tidak adanya manajemen usaha yang dilakukan sehingga hal ini menjadi salah satu alasan penulis tidak melakukan penelitian terhadap mahasiswa Jurusan Rekayasa di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Hal ini berbanding terbalik dengan mahasiswa Jurusan Non Rekayasa di Politeknik Negeri Sriwijaya, pada jurusan tersebut terdapat Mata Kuliah *Entrepreneurship* yang mengharuskan mahasiswa membuat *bisnis plan*, melakukan manajemen usaha, membuat strategi yang tepat untuk pengembangan usaha tersebut dan pada akhirnya akan melakukan praktek langsung membuka usaha sendiri. Bahkan ada salah satu jurusan memiliki *lab bisnis* yang memudahkan dan mengajarkan mahasiswa untuk mulai berwirausaha. Ada beberapa mahasiswa juga yang memiliki usaha sendiri baik itu usaha kecil dan menengah dengan jumlah 166 mahasiswa dari beberapa Jurusan Non Rekayasa tersebut, hasil ini didapatkan pada *survey* yang dilakukan oleh penulis.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin mengangkat masalah mengenai “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Kalangan Mahasiswa**” khususnya mahasiswa Jurusan Non Rekayasa di Politeknik Negeri Sriwijaya (Jurusan Administrasi Bisnis, Jurusan Akuntansi, Jurusan Bahasa Inggris, dan Jurusan Manajemen Informatika).

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis menemukan permasalahan yaitu bagaimana analisis strategi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di kalangan mahasiswa?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Untuk mempermudah dan lebih terarah maka perlu dibuat batasan masalah dalam penulisan skripsi ini. Adapun batasan masalah yang akan dianalisis dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Penulis akan membahas mengenai analisis strategi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di kalangan mahasiswa dengan menggunakan analisis SWOT.
2. Analisis SWOT menggunakan Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) meliputi *Strengths* (Kekuatan) dan *Weaknesses* (Kelemahan), serta Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) meliputi *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman).
3. Objek penelitian yang akan diteliti yaitu mahasiswa Jurusan Non Rekayasa di Politeknik Negeri Sriwijaya.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui strategi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di kalangan mahasiswa dengan menggunakan analisis SWOT khususnya mahasiswa Jurusan Non Rekayasa di Politeknik Negeri Sriwijaya.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Secara Teoritis

1. Bagi akademika, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terhadap strategi pengembangan usaha yang digunakan ketika mahasiswa ingin berwirausaha.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah khususnya pada mata kuliah kewirausahaan dan kajian tentang strategi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di kalangan mahasiswa dengan menggunakan analisis SWOT.

b. Secara Praktis

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat melalui analisis SWOT yang telah dilakukan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di kalangan mahasiswa.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para mahasiswa tentang strategi pengembangan usaha dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh.