

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pandemi ini mempunyai akibat signifikan pada perekonomian Indonesia sebab pemerintah mengambil langkah-langkah yang menghindari mobilitas masyarakat untuk berkumpul bersama namun pasca pandemik itu berlalu seiring dengan waktu, pemerintah dihadapkan dengan kondisi ancaman resesi yang telah dialami oleh berbagai negara di pertengahan tahun 2022 hingga saat ini. *POJK Nomor 14/POJK.05/2020 “Tentang Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019 bagi Lembaga Jasa Keuangan Non Bank Maka Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)”* (dinkop-umkm.jatengprov.go.id/, 2021), bagi perekonomian Indonesia sangat urgen dimana UMKM mampu menyerap tenaga kerja sekitar 97% dari semua tenaga kerja nasional dan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 57% (Bank Indonesia, 2018).

UMKM terbukti tidak terpengaruh oleh krisis yang terjadi tahun 1997 – 1998 dan tetap mampu berdiri kokoh. Namun demikian persoalan klasik seputar pembiayaan dan pengembangan usaha masih melekat pada UMKM. Pemerintah mencatat dari 56,4 juta UMKM di seluruh Indonesia baru sekitar 30% yang mampu mengakses pembiayaan, sekitar 76,1% mendapat kredit dari bank dan 23,9% mengakses dari non-bank termasuk usaha simpan pinjam seperti koperasi. Dengan kata lain sekitar 60% - 70% dari seluruh sektor UMKM belum mempunyai akses pembiayaan melalui perbankan. Bank

Indonesia (BI) telah mengeluarkan Peraturan BI No. 14/22/PBI/2012 tanggal 21 Desember 2012 tentang pemberian kredit oleh Bank Umum dan bantuan teknis dalam pengembangan UMKM yang mewajibkan perbankan mengalokasikan kredit kepada UMKM mulai tahun 2015, sebesar 5% tahun 2016, sebesar 10% tahun 2017 dan sebesar 20% akhir tahun 2018.

Melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar hampir mencapai Rp 15.000,- saat ini berdampak cukup besar pada perekonomian Indonesia terutama bagi pelaku UMKM yang menggunakan bahan baku impor sehingga makin mahalnya bahan baku produksi. Kondisi pelemahan nilai rupiah berdampak secara langsung maupun tidak langsung terutama terhadap kondisi profit margin. Pelemahan rupiah juga akan meningkatkan inflasi terutama bahan pangan sehingga akan menurunkan daya beli masyarakat.

Penurunan daya beli masyarakat dihadapkan dengan biaya produksi yang semakin tinggi untuk produsen bahan baku impor sehingga akan menurunkan profit dan penghasilan. Kondisi ini juga akan dirasakan oleh UMKM yang kegiatan produksinya tidak menggunakan bahan baku impor. Meskipun biaya produksi tidak meningkat, pelaku UMKM tidak mampu mengontrol penurunan daya beli konsumen yang terjadi akibat meningkatnya harga barang produksi lainnya. Belum lagi bila modal UMKM berasal dari pinjaman yang sangat terikat pada kondisi suku bunga pinjaman yang cukup rawan terhadap kondisi makro. Jika kondisi ini dibiarkan atau tidak diselesaikan dengan tepat maka tidak menutup kemungkinan akan banyak UMKM yang gulung tikar atau berhenti produksi sehingga akan berdampak

pada pertumbuhan ekonomi dan beresiko meningkatkan angka pengangguran. Menurut (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2018) hingga saat ini tercatat penurunan omset rata-rata 15% untuk UMKM berbasis bahan baku impor. Maka diperlukan daya dorong pasca pandemik khususnya pada Sektor Industri Kreatif sebagai Pendorong roda perekonomian di negeri ini.

Industri Kreatif di Jawa Barat terus melejit dan membantu kehidupan masyarakat (Alamanda et al,2015). Garut merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang sangat terkenal dengan aneka ragam usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mulai dari makanan hingga industri kreatif. Sentra kulit garut ini sudah lama berdiri sejak tahun 1930, maka tidak dihiraukan lagi jika sentra kulit garut ini tumbuh dan berkembang lebih cepat di bandingkan pengrajin kulit di daerah lain bahkan sentra kulit garut sukaregang telah menembus pasar mancanegara seperti Singapura, Malaysia, Taiwan dan Jepang (Editor, 2017). Menurut Dinas Perindustrian Garut dan salah satu pemilik toko yaitu Zulfikar dalam perkembangannya ini tidak lepas dari masalah yang di alaminya salah satu permasalahan yang di alami industri kreatif ini adalah pemasaran. Pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Sentra Kulit Garut pada dasarnya menggunakan pemasaran tradisional yang dimana masih banyak para pelaku usaha yang belum menerapkan entrepreneurial marketing pada usahanya. Sebagian besar pelaku usaha Sukaregang Garut ini tidak memiliki strategi yang baik ketika berbisnis khususnya pada bidang pemasaran (Alamanda et al., 2010), hal tersebut disebabkan karena usaha yang dilakukan merupakan usaha turun temurun sehingga strategi pemasaran atau

keputusan yang dilakukan hanya mengikuti apa yang pada umumnya dilakukan pelaku usaha lain (Chaldun, 2018)

Menjadi seorang wirausahawan yang sukses tidaklah lepas dari kemampuannya dalam memasarkan produk. Keberhasilan usaha sering dikaitkan dengan hasil kerja atau kinerja. Menurut Indriyatni (2013) keberhasilan usaha adalah laba atau keuntungan yang dihasilkan, mampu mensejahterakan kehidupan (Indriyatni, 2013). Entrepreneurial marketing merupakan konsep pemasaran yang menggunakan pendekatan yang ditinjau dari keterbatasan sumber daya dan permasalahan yang sedang terjadi pada UMKM. Kemunculan konsep entrepreneurial marketing merupakan respon dari beberapa hasil penelitian yang menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara teori pemasaran konvensional dan praktek pemasaran pada pelaku usaha kecil dan menengah, berdasarkan kondisi tersebut diketahui bahwa konsep pemasaran konvensional (tradisional) yang awalnya dikembangkan untuk perusahaan besar, tidak dapat langsung ditransfer ke dunia usaha kecil tanpa adaptasi (Septiani, Sarma, & Limbong, 2013).

Maka penelitian lebih lanjut diperlukan berdasarkan hal di atas, peneliti tertarik dan ingin mengetahui mengenai strategi dalam pengembangan usaha pengolahan kulit, apakah sudah mampu memberikan pelayanan yang prima bagi konsumen yaitu berupa jaminan halal pada produk, kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi yang diperlukan serta integritas jasa apakah mampu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk umkm tersebut terutama di masa Covid 19 saat ini. Oleh karena itu, dilakukanlah

penelitian yang berjudul “**STRATEGI WIRAUSAHAWAN MUSLIM DALAM PENGEMBANGAN USAHA PENGOLAHAN KULIT PASCA COVID 19 PADA UMKM DI GARUT**”.

B. Rumusan Masalah

Kondisi lingkungan usaha yang mengalami perubahan drastis pasca Covid 19, membuat usaha harus segera mengambil langkah-langkah strategis menyesuaikan kembali strategi yang selama ini sudah digunakan, untuk itu fokus rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kondisi lingkungan internal dan eksternal Pengembangan Usaha Pengolahan Kulit Pasca Covid 19 Pada UMKM Di Garut ?
2. Bagaimana Strategi yang dapat dilakukan oleh wirausahawan muslim dalam Pengembangan Usaha Pengolahan Kulit Pasca Covid 19 Pada UMKM Di Garut?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan utama penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengungkap berbagai perubahan yang terjadi pada lingkungan internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha UMKM Pengolahan kulit di Garut.
2. Memformulasikan strategi terbaik untuk seorang wirausahawan muslim untuk dapat bertahan dalam industri pengolahan kulit di Garut.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan ilmu ekonomi dan perbankan khususnya dalam bidang bisnis, terutama dalam penyusunan dan pengembangan model aplikatif dalam menentukan strategi pengembangan UMKM pengolahan kulit pasca masa covid 19.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan UMKM pengolahan kulit di sukaregang dalam mengelola usahanya khususnya dari segi ekonomi yang memberikan masalah dalam meningkatkan pemahaman dan minat usaha kepada masyarakat.

