

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah salah satu tulang punggung yang dapat berkontribusi bagi perekonomian nasional. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) sebanyak lebih dari 99% unit usaha yang digolongkan sebagai UMKM mampu menyumbang sekitar 61% dari PDB Indonesia. Selain menyumbang PDB, UMKM juga menyediakan 97% lapangan pekerjaan bagi seluruh tenaga kerja Indonesia (Damuri *et al.*, 2020). Kontribusi UMKM yang penting dalam tatanan perekonomian perlu mendapat dukungan dari *stakeholder*. Salah satu bentuk dukungan yang dapat diberikan yaitu dengan menciptakan lingkungan usaha yang memungkinkan UMKM untuk mampu beradaptasi dengan cepat dalam situasi persaingan industri 4.0 maupun pandemi *covid-19* (Ningsih *et al.*, 2020). Selain itu, pemerintah perlu meningkatkan peran dalam memberdayakan UMKM dengan mengupayakan UMKM agar mampu tumbuh dan berkembang secara kondusif, meningkatkan peran dalam pemberdayaan UMKM, serta kualitas sumber daya manusia (Ratnaningtyas, 2020).

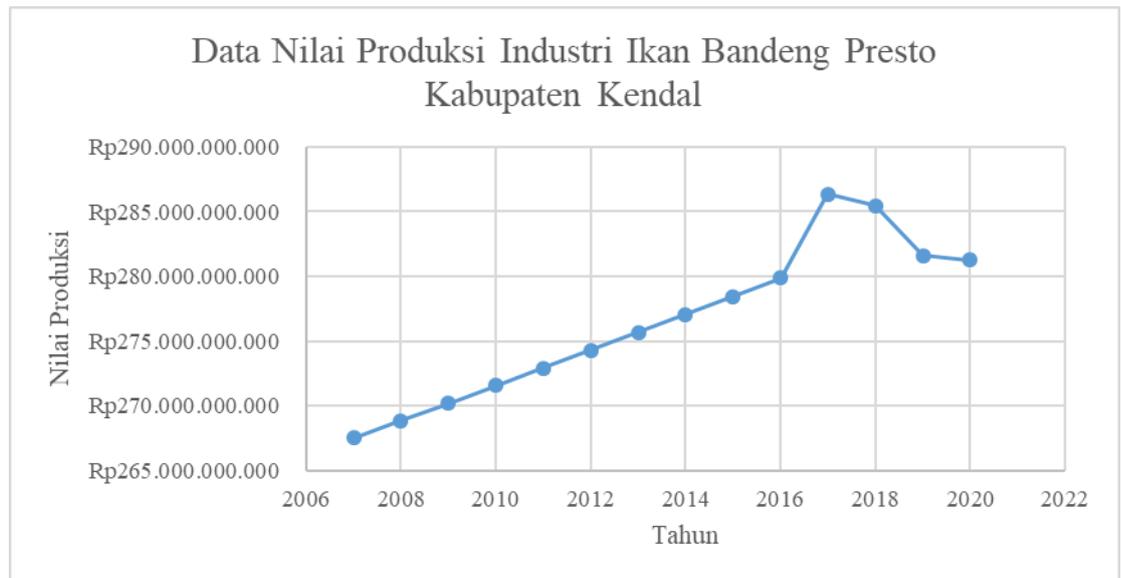
BPS (Badan Pusat Statistik) melakukan survei dengan tema dampak pandemi *covid-19* terhadap para pelaku usaha yang dilaksanakan pada 10-26 Juli 2020, pada survei yang telah dilakukan terdapat 42% pelaku usaha hanya mampu bertahan selama 3 bulan, yaitu pada bulan Juli sampai dengan bulan Oktober 2020. Sedangkan 58% lainnya mampu bertahan di atas 3 bulan. Perkiraan ini muncul bila tidak ada campur tangan dari pemerintah terkait kondisi pandemi ini. Survei dilakukan dengan jumlah responden 34.559 yang terdiri dari 25.256 UMK (Usaha Mikro dan Kecil), 6.821 UMB (Usaha Menengah dan Besar), dan 2.482 pada bidang pertanian.

Menurut Amelia & Zahara (2020), terdapat empat strategi yang dapat dilakukan selama masa pandemi *covid-19*. Strategi pertama, yang dapat dilakukan dari sisi pemerintah yaitu dengan memberlakukan

penting yang dapat menyelamatkan UMKM berupa stimulus perekonomian. Strategi kedua dari sisi UMKM itu sendiri bisa dengan beralih usaha atau menerapkan metode pemasaran dengan cara yang baru. Strategi ketiga yaitu dari sisi masyarakat sebagai konsumen diharapkan mengutamakan membeli dan bertransaksi pada UMKM. Strategi yang terakhir yaitu yang terpenting dari semua itu adalah harus tetap yakin bisa melewati situasi yang sulit ini. Selain itu, Alfian & Pitaloka (2020) menyebutkan bahwa terdapat empat strategi bertahan bagi UMKM dimasa pandemi *covid-19* yaitu 1) melakukan pemasaran melalui *digital marketing*, 2) memperkuat SDM, 3) melakukan inovasi kreatif, dan 4) meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

Adanya pandemi *covid-19* yang terjadi di Indonesia sejak Maret 2020 menjadi perhatian bagi sektor industri olahan pangan. Keadaan yang tiba-tiba berubah tidak hanya perilaku pengusahanya tetapi juga aktivitas usahanya juga berubah membuat para pelaku usaha menemukan tantangan baru dalam menjalankan usahanya (Silvatika, 2020). Kebiasaan normal yang kemudian berubah secara mendadak seperti jaga jarak, tidak berkumpul dalam jumlah besar, memakai masker, tidak berjabat tangan, periksa suhu tubuh, serta mematuhi protokol kesehatan menimbulkan banyak penyesuaian untuk tetap beradaptasi ditengah pandemi *covid-19*. Para pelaku usaha olahan pangan juga merasakan dampak akibat adanya perubahan tersebut. Tantangan jangka pendek untuk mendukung berjalannya UMKM selama masa pandemi harus dihadapi.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM yaitu turunnya permintaan. (Damuri *et al.*, 2020). UMKM Ikan Bandeng Presto yang ada di Kota Kendal merasakan adanya perubahan yang harus dihadapi dan dijalani agar usahanya tetap berjalan demi memenuhi kebutuhan. Perubahan-perubahan yang dialami seperti adanya penurunan penghasilan, area pemasaran yang berkurang, dan jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi. Gambar 1.1 merupakan data nilai produksi industri ikan bandeng presto pada Kabupaten Kendal berdasarkan data BPS.



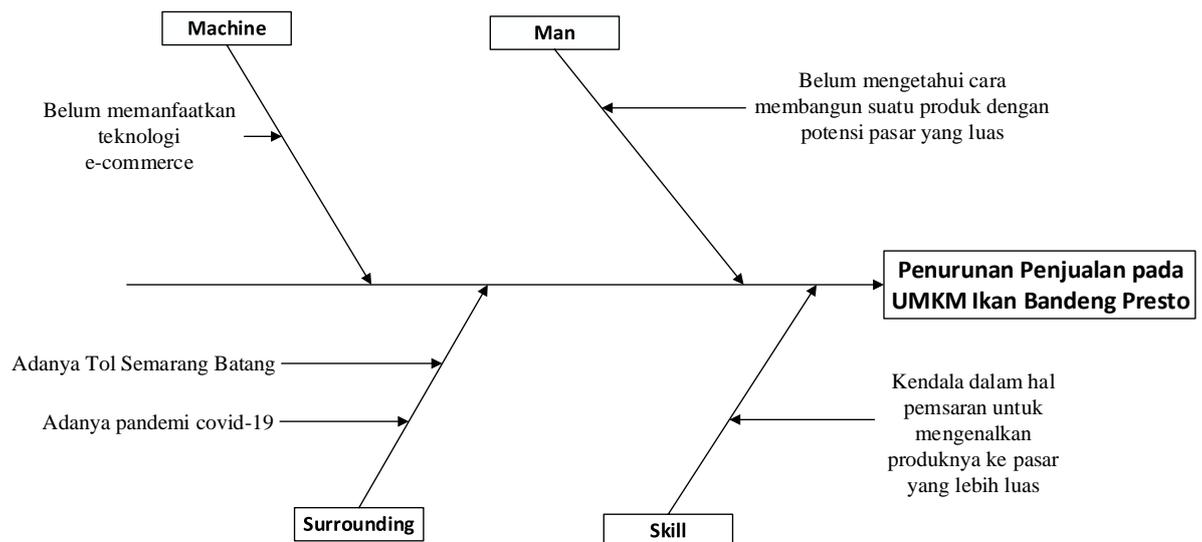
**Gambar 1. 1 Grafik Nilai Produksi Ikan Bandeng Presto Kabupaten Kendal**

Bandeng presto merupakan produk olahan perikanan dengan bahan baku ikan utuh yang mengalami perlakuan penerimaan bahan baku, sortasi, penyiangan, pencucian, perendaman, pembungkusan, pengukusan, pendinginan, pengepakan, pengemasan, penandaan, dan penyimpanan (SNI 4106.1-2009). Proses pemasakan bandeng presto selama 4 jam dengan *pressure cooker* kapasitas 50 kg berpengaruh terhadap nilai organoleptik, proksimat, dan kekerasan dari bandeng presto. Lamanya proses pemasakan bandeng presto selain membuat duri menjadi lunak juga dapat meningkatkan kadar air, lemak, protein, dan abu serta menurunkan nilai kekerasan bandeng (Kurniasih, 2018).

Bandeng presto merupakan salah satu makanan khas Kota Kendal yang banyak dijual sebagai oleh-oleh khas Kendal. Hal tersebut memberikan peluang bagi masyarakat Kendal untuk membuka dan menjalankan usahanya sendiri. Namun dari banyaknya potensi usaha yang ada di Kendal masih banyak juga mengalami kendala dalam hal pemasaran untuk mengenalkan produknya ke pasar yang lebih luas. Masih banyak masyarakat yang tidak tahu cara membangun suatu produk menjadi dikenal dan punya potensi pasar yang luas dengan pemanfaatan teknologi internet. Diperlukan sesuatu yang dapat secara efektif mengelola UMKM, dalam hal ini yaitu *E-commerce*

Menurut David Baum (1999), *E-commerce* adalah satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. *E-commerce* biasa juga disebut *Ecom*, atau *Emmerce* yang berarti pertukaran bisnis yang rutin dengan menggunakan transmisi *Electronic Data Interchange* (EDI).

Dengan besarnya jumlah penggunaan internet di Indonesia memiliki kesempatan besar untuk mengembangkan *E-commerce*. Pertumbuhan pasar *online* atau yang lebih dikenal sebagai *E-commerce* di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang. Saat ini pengguna internet di Indonesia berjumlah sekitar 88 juta atau kurang lebih 30% dari total jumlah penduduk. Berdasarkan data yang dirilis oleh BMI *research*, pada tahun 2014 saja, jumlah pengguna situs *e-commerce* sudah mencapai sekitar 24% dari jumlah pengguna internet di Indonesia, dan jumlah ini naik menjadi dua kali lipat di tahun berikutnya. Besarnya potensi yang ditawarkan *E-commerce* tidak sampai disitu, menurut Rudiantara sebagai Menkominfo, pada tahun 2016 diperkirakan nilai transaksi yang didapat dari *e-commerce* bisa mencapai US\$ 4,89 miliar atau Rp, 68 triliun. Nilai penjualan ini naik dari tahun 2015 yang bernilai US\$ 3,56 miliar.



Gambar 1. 2 *Fishbone Diagram*

Usulan tugas Akhir “Model Dinamik Sistem Untuk Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Pemanfaatan E-commerce (Studi Kasus UMKM Ikan Bandeng Presto Di Kabupaten Kendal)” diharapkan mampu memberikan skenario terbaik dari pengembangan model dinamik sistem, demi mewujudkan sistem pemasaran yang lebih baik bagi pelaku usaha di Kendal sehingga mampu meningkatkan pemasaran UMKM serta meluaskan pasar produk dengan pemanfaatan E-commerce.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan Masalah yang diangkat dalam tugas akhir ini adalah

1. Bagaimana sistem rantai pasok ikan bandeng presto pada UMKM Ikan Bandeng Presto Kabupaten Kendal?
2. Bagaimana pengaruh skenario pemanfaatan *e-commerce* terhadap profit UMKM Ikan Bandeng Presto Kabupaten Kendal?
3. Skenario mana yang paling baik untuk diterapkan dalam rantai pasok ikan bandeng presto pada UMKM Ikan Bandeng Presto Kabupaten Kendal?

## **1.3 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan pengerjaan tugas akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem rantai pasok ikan bandeng presto pada UMKM Ikan Bandeng Presto Kabupaten Kendal.
2. Untuk mengetahui hasil dari penerapan skenario pemanfaatan *e-commerce* terhadap profit UMKM Ikan Bandeng Presto Kabupaten Kendal.
3. Untuk mengetahui skenario mana yang paling baik diterapkan dalam perilaku rantai pasok ikan bandeng presto pada UMKM Ikan Bandeng Presto Kabupaten Kendal

## **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan di UMKM Ikan Bandeng Presto Kabupaten Kendal.

2. Penelitian ini dilakukan pada bidang usaha olahan pangan yang fokus ke olahan pangan ikan bandeng presto. Penelitian ini hanya membahas mengenai rantai pasok ikan bandeng presto mulai dari UMKM Ikan Bandeng Presto, retailer, dan konsumen.

### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa :

#### **Bagi akademis**

1. Sebagai literatur tentang model sistem dinamik untuk membantu dalam pendukung keputusan.
2. Menjadi acuan penelitian sistem dinamik untuk penerapan di bidang lainnya.

#### **Bagi pemerintah**

1. Menjadi alternative solusi bagi UMKM dalam menggunakan *E-commerce* melalui skenario yang telah dibuat.
2. Menjadi bahan analisis dinas kabupaten terkait dalam meningkatkan kinerja UMKM daerah melalui pemanfaatan *E-commerce*.
3. Membantu pengambilan kebijakan untuk pengembangan UMKM di Kabupaten Kendal.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan penunjang pada gambaran umum mengenai penelitian ini maka terdapat sistematika penulisan dengan memberikan beberapa bab penjelasan singkat adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdapat beberapa penjelasan dan penjabaran dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II STUDI PUSTAKA**

Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai teori yang digunakan sebagai landasan dalam melakukan penelitian dan pedoman untuk menganalisa permasalahan yang akan diteliti.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai data yang digunakan untuk diolah dan dari mana sumber data didapatkan sehingga dapat dilakukan Teknik pengumpulan data dan kerangka pemecahan masalah.

**BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini terdapat penjelasan tentang mengolah data menggunakan metode yang telah direncanakan sehingga menghasilkan output sebagai dasar penarikan hasil perhitungan.

**BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini terdapat suatu analisis dari hasil pengolahan data sehingga dapat dijabarkan secara sistematis pembahasan dari hasil yang telah didapatkan.

**BAB VI PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran yang diperoleh dari pengumpulan dan pengolahan data, dan analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan dan saran akan diberikan kepada perusahaan yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan.