

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kebutuhan *primer* adalah kebutuhan yang sangat penting bagi manusia untuk dapat hidup. Kebutuhan *primer* terdiri dari tiga komponen yang diperlukan manusia selama hidup didunia, yaitu pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Pakaian, makanan, dan tempat tinggal adalah kebutuhan yang sangat penting. Jika ada kebutuhan yang tidak tercukupi, akibatnya individu tersebut kelak menghadapi tantangan dalam kehidupannya. Salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi adalah busana. yang merupakan kebutuhan yang wajib di penuhi karena jika tidak akan mengakibatkan terganggunya aktivitas sehari-hari.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah elemen vital dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Dalam aspek ini, pengembangan UMKM bisa mempercepat pertumbuhan ekonomi serta membantu menurunkan tingkat kemiskinan di suatu negara. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sering dipandang sebagai salah satu tanda keberhasilan pembangunan, khususnya di negara-negara yang memiliki pendapatan per kapita yang rendah. Melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pemerintah Indonesia mengklasifikasikan usaha menjadi empat kategori, yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Menurut Tambunan (2013) UMKM merupakan suatu bentuk usaha yang mandiri dan efisien, yang dijalankan oleh individu atau badan usaha di seluruh bidang ekonomi. Berdasarkan data dari Badan Perencanaan Pembangunan Riset dan Inovasi Kabupaten Sragen antara tahun 2016 hingga 2020 telah mengalami kenaikan jumlah UMKM. Hingga akhir tahun 2020, total UMKM di Kabupaten Sragen mencapai 69.066 unit usaha. Beberapa jenis usaha yang menonjol di wilayah ini termasuk batik dan goyor, konveksi serta percetakan, mebel dan kerajinan tangan, tas rajut, kerajinan kain perca, serta produk makanan. Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan UMKM ini sangat berpengaruh terhadap penyerapan tenaga kerja, aset, dan pendapatan. Dengan adanya UMKM, hampir 64% dari angkatan kerja Kabupaten Sragen bekerja, yang pada tahun 2019 berjumlah 469.895 orang. Selain itu, *omzet* usahanya juga meningkat pesat dari tahun 2017 sebesar 599.225 miliar menjadi 629.225 miliar hingga akhir 2019. Tabel

I.1 memperlihatkan jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Sragen selama tahun 2021 hingga 2022.

Tabel I. 1 Jumlah UMKM di Kabupaten Sragen Tahun 2021-2022

Kabupaten dan Kota	Jumlah UMKM Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Tengah	
	2021	2022
Kabupaten Sragen	17.047	15.533

Kabupaten Sragen merupakan salah satu wilayah yang terletak di Provinsi Jawa Tengah mempunyai banyak UMKM. UMKM yang ada di Kabupaten Sragen pada tahun 2021 mencapai 17.047 dan pada tahun 2022 mengalami penurunan yaitu 15.533 karena faktor pandemi COVID-19. Menurut informasi yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sragen jumlah produksi UMKM di Kabupaten Sragen adalah 20.745 ton. Dari data jumlah produksi tersebut menggambarkan bahwa sektor UMKM di Kabupaten sragen memiliki tingkat produksi yang tinggi. Dapat dilihat pada Tabel I.2 mengenai banyaknya produksi pakaian di Kabupaten Sragen pada tahun 2015.

Tabel I. 2 Jumlah Produksi Pakaian Di Kabupaten Sragen Pada Tahun 2015

Kelompok Industri	Jumlah Perusahaan	Jumlah Investasi (Juta)	Kapasitas Produksi	Satuan (Unit)	Komoditas	Produksi	
						Volume	Nilai (Juta)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Aneka Industri							
Tekstil	7	995,000	26,970,000	M	Kain	23,500,000	470,000
			279,765	Ball	Benang	215,524	862,095
Garment	2	13,000	5,000,000	pcs	Pakaian	4,920,000	196,800
Konveksi (Penjahitan)	1,115	10,200	1,204,200	kodi	Pakaian jadi	903,150	361,260

Ada banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Kabupaten Sragen salah satunya yaitu di Kecamatan Masaran yaitu Teddy Jaya yang merupakan usaha milik keluarga peneliti yang sudah sejak lama menekuni bidang tersebut. Teddy Jaya didirikan pada tahun 2000 yang saat itu hanya berjualan di rumah dan berkeliling. Teddy Jaya berfokus pada penjualan celana pendek dan celana panjang (*training*). Dari tahun ke tahun terdapat peningkatan jumlah penjualan celana ,Teddy Jaya

membuka Toko Di Jalan Kebayanan 3, Dawungan, Kec. Masaran , Kabupaten Sragen. Penjualan yang paling banyak yaitu penjualan celana pendek dan untuk celana panjang tidak sebanyak celana pendek. Toko Teddy Jaya memiliki ukuran 8 x 10 m. Kegiatan penjualan yang dilakukan di Toko Teddy jaya dilakukan oleh 3 orang, 1 sebagai kasir dan 2 bagian pengemasan.



Gambar I. 1 Jumlah Penjualan Toko teddy jaya 2019-2023

Berdasarkan Gambar I.1 diatas menunjukkan bahwa tahun 2020-2021 mengalami penurunan penjualan, namun dari tahun 2022-2023 mengalami peningkatan penjualan di setiap tahunnya. Peningkatan ini dipengaruhi oleh daya beli yang banyak dan kualitas dari celana yang dijual oleh Toko Teddy Jaya sangat bagus. Penurunan penjualan pada tahun 2020-2021 dikarenakan adanya pandemi COVID-19 yang mengakibatkan penjualan celana di Toko Teddy Jaya terganggu dan di karenakan oleh pemilik teddy jaya mengalami sakit serta orang kepercayaan dari Teddy Jaya meninggal.



Gambar I. 2 Jumlah Pendapatan Toko Teddy Jaya dari tahun 2019 - 2023

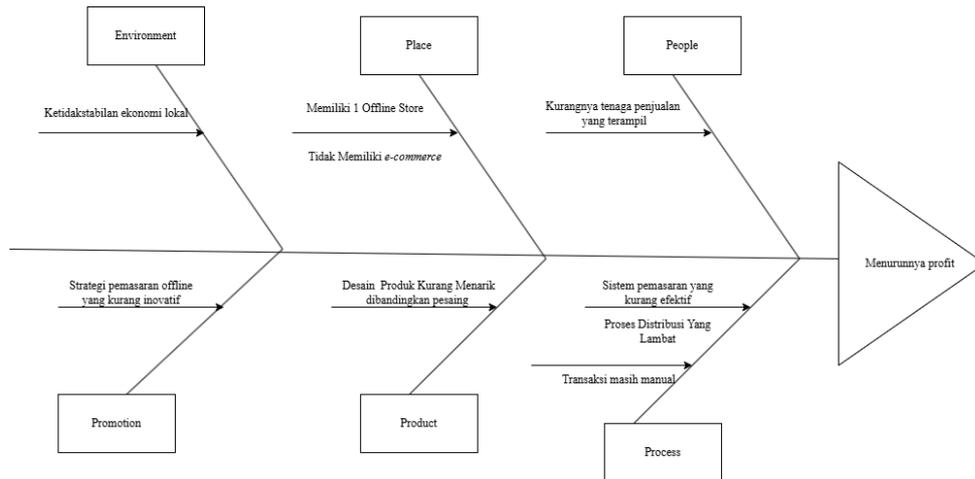
Berdasarkan Gambar I.2 peningkatan jumlah pendapatan tergantung dengan peningkatan jumlah penjualan hal ini terlihat pada gambar 1.2. Pendapatan tersebut sudah termasuk biaya operasional yang dikeluarkan selama satu tahun. Proporsi biaya operasional mencapai 20 - 30% dari hasil pendapatan diterima setiap tahun.



Gambar I. 3 Profit UMKM Teddy Jaya

Berdasarkan Gambar 1.3 profit UMKM Teddy Jaya bergantung pada peningkatan jumlah penjualan dan jumlah pendapatan ini dapat dilihat pada gambar 1.3. Keuntungan tersebut sudah termasuk biaya operasional yang dikeluarkan selama satu tahun dan Proporsi profit yaitu sebesar 15%. Berdasarkan gambar 1.3 Profit penjualan UMKM Teddy Jaya Mengalami Penurunan pada tahun 2020-2023.

Fishbone diagram akan membantu menemukan penyebab potensial dari masalah atau efek tertentu dan menganalisis masalah tersebut melalui wawancara dan *brainstorming*. Dalam sesi wawancara dan *brainstroming* dengan pemilik UMKM Teddy Jaya untuk menentukan kategori dari pemasalahan dan akar permasalahan. Kategori masalah yang berkaitan, manusia, tempat, lingkungan, promosi, produk, dan proses.



Gambar I. 4 Diagram *Fishbone* UMKM Teddy Jaya

Pada Gambar I.4 terdapat enam faktor permasalahan, yaitu dari segi manusia yaitu kurangnya tenaga penjualan yang terampil yang dimaksud yaitu tenaga kerja yang dimiliki oleh UMKM Teddy Jaya tidak memiliki kemampuan menjual produk yang baik, selanjutnya untuk proses yaitu sistem pemasaran yang kurang efektif pekerja UMKM Teddy Jaya hanya memasarkan produk melalui mulut ke mulut dan hanya melalui story whatsapp, selanjutnya untuk faktor transaksi masih menggunakan manual dan proses distribusi yang lambat dapat diartikan yaitu transaksi pencatatan keuangan dan ketersediaan barang masih menggunakan buku dan proses distribusi lambat dikarenakan manajemen ketersediaan dan keterlambatan dari pengiriman produsen.

Selanjutnya untuk produk desain produk yang kurang menarik dapat diartikan desain produk yang ada hanya mengikuti hasil dari produksi produsen dan UMKM Teddy Jaya belum memiliki desain sendiri. Selanjutnya untuk faktor tempat UMKM Teddy Jaya memiliki toko yang berada di jalan desa jadi jauh dari jangkauan masyarakat perkotaan selain itu tidak menjual produk secara *online*. Selanjutnya untuk faktor promosi UMKM Teddy Jaya hanya melalui whatsapp dan mulut ke mulut dan faktor lingkungan ketidakstabilan ekonomi lokal setelah pandemi *covid 19* menyebabkan daya tarik pembeli menurun. Berdasarkan enam faktor tersebut yang didapatkan berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM Teddy Jaya yang memiliki faktor menurunnya profit, maka dengan adanya diagram *fishbone* dapat membantu untuk menemukan akar - akar permasalahan yang

diidentifikasi di UMKM Teddy Jaya untuk meningkatkan pendapatan serta meningkatkan profit berdasarkan permasalahan yang ada pada usaha tersebut.

Berdasarkan permasalahan - permasalahan diatas penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan profit. Saat ini, Toko teddy jaya bertumbuh dan berkembang sesuai dengan kemajuan usaha yang telah dilakukan. Beberapa variasi produk celana dikembangkan untuk memenuhi permintaan pasar yang ada di eks kerassidenan surakarta dan diluar jawa. Banyak usaha yang sejenis membuat Toko Teddy Jaya perlu memiliki rencana-rencana untuk bersaing dengan pebisnis lainnya yang sesuai dengan situasi di dalam dan luar organisasi. Jadi, startegi ini dapat digunakan sebaik mungkin untuk mengembangkan bisnis Toko Teddy Jaya di masa depan.

Seperti yang disebutkan sebelumnya, penjualan celana sangat dicari oleh masyarakat karena merupakan kebutuhan penting dalam menunjang hidup, jika tidak terpenuhi akan mengganggu aktivitas sehari-hari. Penelitian dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) TEDDY JAYA DI KABUPATEN SRAGEN MENGGUNAKAN METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM)” strategi dipilih dan pemilihan strategi utama dilakukan untuk pengembangan bisnis agar tetap bertahan dan bersaing di pasar saat ini.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, maka perumusan masalah yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi usaha Toko Teddy Jaya?
2. Apa saja rumusan strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha Toko Teddy Jaya?
3. Apa prioritas strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan dalam usaha Toko Teddy Jaya?

I.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diperoleh, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menentukan komponen internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha Toko Teddy Jaya.

2. Merumuskan alternatif strategi apa yang dapat diterapkan dalam usaha Toko Teddy Jaya.
3. Menentukan prioritas strategi apa yang dapat diterapkan dalam usaha Toko Teddy Jaya.

I.4 Manfaat Tugas Penelitian

Berdasarkan tujuan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk:

1. Manfaat Teoritis

Secara konseptual, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang berguna sebagai panduan dalam penelitian yang sejenis. Di samping itu, bisa dijadikan sebagai rujukan untuk bahan analisis dalam upaya meneliti perkembangan bisnis..

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti

Dapat menjadikan inspirasi dan menjadi bahan pertimbangan selama proses pengembangan usaha terutama dalam usaha Toko Teddy Jaya.

- b. Bagi usaha Toko Teddy Jaya

Dapat Dipertimbangkan saat membuat leputusan untuk mengembangkan usaha Toko Teddy Jaya.

I.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Penulis membuat batasan penelitian ini untuk membantu peneliti dan pembaca tetap fokus pada masalah utama. Berikut merupakan batasan yang dibuat penulis untuk penelitian ini.

1. Penelitian ini hanya sampai pemilihan prioritas strategi pengembangan usaha UMKM Teddy Jaya.
2. Penelitian ini dilakukan antara bulan Februari dan bulan Maret 2025.

I.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah langkah-langkah penulisan tugas akhir:

BAB I PENDAHULUAN

Memuat tentang isu yang dihadapi, konteks dari isu tersebut, penjabaran masalah yang bertujuan untuk menemukan solusi

alternatif yang bisa diterapkan, sasaran dari tugas akhir, keuntungan dari tugas akhir, pembatasan masalah, serta cara penulisan yang sistematis.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini terdapat prinsip-prinsip dasar dari teori yang akan diterapkan untuk mendukung penelitian yang akan diulas. Sasaran dari bagian ini adalah memberikan dasar teori yang menjelaskan kerangka serta teori yang akan diterapkan dalam penelitian ini. Agar teori yang digunakan bisa berkaitan dengan isu yang akan dibahas dengan menggunakan referensi buku/penelitian/referensi lainnya yang dapat membantu merancang dan menyelesaikan permasalahan dengan tepat. Pada bab ini dilakukan pemilihan metode yang akan digunakan di dalam tugas akhir ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini menjelaskan langkah-langkah penyelesaian masalah yang diterapkan dalam penelitian secara rinci meliputi sistematika perancangan, pengembangan konseptual dan sistematika perancangan masalah, tahap pendahuluan, tahap pengumpulan data, dan alat analisis.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bagian ini terdapat informasi mengenai objek penelitian. Data tersebut telah dikumpulkan, lalu dilakukan analisis dan pengolahan untuk memperoleh solusi dari masalah yang ada. Bagian ini juga menjelaskan penerapan metode yang telah dipilih serta pengolahan data di setiap tahap dan verifikasi. Tujuan dari bagian ini adalah untuk memberikan solusi terhadap masalah-masalah yang timbul.

BAB V VALIDASI, ANALISIS HASIL, DAN IMPLIKASI

Pada bab ini, diuraikan validasi. Prinsip-prinsip validasi dan evaluasi hasil desain dapat disesuaikan dengan topik yang diangkat. Bab ini juga membahas mengenai analisis hasil, analisis implementasi dan implikasi tugas akhir.

BAB VI KESIMPULAN

Pada bagian ini terdapat penjelasan mengenai kesimpulan dari solusi yang diajukan, serta memberikan jawaban atas pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah dan menyampaikan rekomendasi untuk tugas akhir berikutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.