

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada periode 1997 hingga 1998, Indonesia mengalami krisis ekonomi yang memperburuk keadaan/kondisi ekonomi di Indonesia. Namun hanya sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) saja yang mampu bertahan. Menurut data BPS keadaan tersebut, pasca krisis ekonomi jumlah UMKM di Indonesia tidak berkurang, justru makin meningkat. Sektor UMKM pasca krisis ekonomi mampu menyerap tenaga kerja sebesar 85 Juta hingga 107 Juta tenaga kerja. Keadaan ini menggambarkan bahwa sektor UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan sebagai pendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia, serta mempengaruhi sektor-sektor lain untuk bisa berkembang.

Semua keberhasilan yang telah dicapai memiliki titik kelemahan yang harus diselesaikan. Beberapa indikator kelemahan yang dihadapi oleh UMKM salah satunya adalah kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir serta terbatasnya pemasaran.

Data dari Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (KUKM), jumlah pelaku UMKM pada 2018 sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM sebesar 117 juta tenaga kerja, merupakan 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Pada saat yang sama, kontribusi usaha kecil, menengah dan mikro terhadap perekonomian

nasional (PDB) 61,1%, sisanya 38,9% disumbangkan oleh pemain usaha besar, hanya menyumbang 5.550 atau 0,01% dari total jumlah pemain usaha. Usaha kecil, menengah dan mikro (UMKM) didominasi oleh usaha mikro sebesar 98,68%, dan daya serap tenaga kerjanya sebesar 89%. Pada saat yang sama, tingkat kontribusi usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8%.

Perekonomian Aceh tahun 2019 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp164,21 triliun atau US\$ 11,61 miliar dan PDRB perkapita mencapai Rp30,70 juta. Sementara itu PDRB tanpa migas adalah sebesar Rp158,55 triliun atau US\$ 11,21 miliar dan PDRB perkapita tanpa migas mencapai Rp29,64. Ekonomi Aceh tahun 2019 mengalami pertumbuhan/peningkatan sebesar 4,51% melambat disbanding pada tahun 2018 yang tumbuh sebesar 4,61%. Dilihat dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi dicapai oleh lapangan usaha pengadaan air sebesar 27,25%. Sedangkan dari sisi pengeluaran, pertumbuhan tertinggi ada dikomponen impor luar negeri (BPS, Provinsi Aceh, 2019).

TABEL 1.1
Jumlah UMKM di Provinsi Aceh

No	Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM
1	Aceh selatan	3.251
2	Aceh Barat	2.011
3	Simeulue	2.088
4	Gayo Lues	996
5	Bener Meriah	1.011
6	Lhoksemawe	2.354
7	Aceh Tenggara	1.245
8	Aceh Besar	4.456
9	Aceh Singkil	1.474
10	Aceh Jaya	1.212
11	Pidie Jaya	5.579
12	Langsa	3.579

No	Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM
13	Aceh Timur	5.891
14	Pidie	1.545
15	Bireun	6.998
16	Nagan Raya	6.451
17	Banda Aceh	9.591
18	Subulussalam	1.318
19	Aceh Utara	3.600
20	Aceh Barat Daya	2.262
21	Tamiang	2.948
22	Sabang	2.171

Sumber: Data UKM, Dinas Koperasi Dan UKM Aceh

UMKM di Aceh merupakan salah satu sektor yang dapat diandalkan menjadi tulang punggung atau roda penggerak perekonomian kota. UMKM pun sangat dibutuhkan dalam pengembangan sektor pariwisata Banda Aceh yang semakin diminati dunia. UMKM di Banda Aceh sebelumnya pada tahun 2017 berjumlah 8.255 unit lalu meningkat per 30 september 2020 menjadi 15.105 unit. Kenaikannya setara dengan 98%. Dampak dari pesatnya pertumbuhan UMKM di Banda Aceh, mengalami pengurangan jumlah pengangguran serta berkontribusi menekan jumlah kemiskinan yang disebabkan oleh tingginya penyerapan tenaga kerja dari sektor UMKM. Tercatat angka pengangguran pada tahun 2017 sebesar 7,75% dan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 6,92%. Pada tahun 2017 angka kemiskinan sebesar 7,44% dan pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 7,22% (Diskominfo Kota Banda Aceh, 2020).

Aksi 212, yang juga dikenal dengan Aksi Perdamaian 2 Desember, melihat jutaan orang dari seluruh nusantara tiba di lokasi 212. Gerakan ini telah memajukan umat Islam di berbagai bidang, termasuk bidang ekonomi, politik, dan budaya. Berawal dari also ini, Gerakan Nasional Pemantau Fatwa (GNPF)

Majelis Ulama Indonesia (MUI) memprakarsai berdirinya Koperasi 212 Syariah, dan 212 Mart merupakan produk dari Koperasi Syariah 212.

Motto Koperasi Syariah 212 adalah Amanah, Berjamaah, Izzah. Amanah artinya pengelolaan Koperasi 212 harus dilakukan dengan aman. Semua orang yang terlibat harus merupakan sumber daya manusia yang kompeten. Manajemen harus dilengkapi dengan seperangkat prosedur operasi sistem (SOP) dan manual yang sangat baik. Pengurus harus didampingi oleh berbagai komite pelengkap seperti Dewan Pengawas Syariah, Dewan Penasihat dan Dewan Pengawas, serta Komite Investasi, Komite Audit, dan Komite Kompensasi dan Promosi. Direksi dan manajemen harus memberikan laporan berkala kepada anggota, regulator dan publik. Berjamaah berarti Koperasi Syariah 212 harus mampu menampung sebanyak-banyaknya potensi dan aspirasi guna membangkitkan ekonomi umat Islam dan seluruh bangsa Indonesia. Koperasi harus dimiliki bersama dan tidak dikuasai oleh segelintir orang atau kelompok. Koperasi Syariah 212 juga harus memberikan manfaat bagi sebanyak mungkin umat Islam Indonesia dan dunia. Izzah berarti kemuliaan dan kejayaan. Pada tataran pribadi, kemuliaan berarti memenuhi segala kebutuhan anggota dalam hal sandang, pangan, papan, pendidikan, kesehatan, dan transportasi. Di tingkat nasional, Indonesia dan Umat Islam harus menjadi negara yang bermartabat dan mandiri secara ekonomi. Hal ini tercermin dari swasembada pangan dan energi, ekspor yang tinggi, surplus neraca perdagangan, rasio Gini antara kaya dan miskin yang terendah, tingkat pengangguran absolut yang rendah, dan semakin sedikit jumlah keluarga miskin

serta keluarga pra sejahtera. 212 Mart adalah merek minimarket dari Koperasi Syariah 212. Dimiliki secara berjamaah, dikelola secara profesional dan terpusat untuk menjaga daya saingnya dalam jaringan distribusi, produk, harga dan promosi. (Koperasisyariah.co.id).

212 Mart pertama kali didirikan pada tanggal 10 Mei 2017 di Bogor tepatnya di Jl. Kh. Abdullah Bin Nuh, Ruko No.80 Taman Yasmin VI Bogor. Seiring berjalannya waktu jumlah gerai 212 Mart terus bertambah, jumlah gerai 212 Mart sudah mencapai 205 gerai. Termasuk dikota Banda Aceh, sudah ada dua gerai 212 Mart tepatnya di keutapang Jl. Mata Ie Keutapang Aceh Besar, dan dilampit tepatnya Jl. Gabus, Bandar Baru, Kec. Kuta alam, Kota Banda Aceh.

Produk yang dijual di 212 Mart hanya produk halal saja, dan tidak menjual produk seperti rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan sejenisnya. Kepemilikan dari 212 Mart ini tidak bersifat perseorangan, namun harus dimiliki minimal 100 jamaah. Dalam keuntungan penjualan tidak hanya dinikmati oleh pemilik toko, tapi juga akan disalurkan kepada yang membutuhkan seperti dhuafa, panti asuhan, dan anak yatim, karena berbelanja di 212 Mart bertujuan untuk dunia dan akhirat (Muhammad Hardiansyah, 2019).

Sesuai dengan tujuan dari 212 Mart yaitu mensejahterakan umat, 212 Mart juga merangkul para UMKM yang ingin memasarkan produk nya, dengan kualifikasi tertentu seperti produknya telah mendapatkan izin. Dengan adanya tambahan dari produk UMKM, barang yang dijual 212 Mart pun semakin bervariasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam sehari-hari. Terkait dengan sistem bagi hasil untuk para investor 212 Mart pembagian keuntungan

memakai sistem sisa hasil usaha (SHU). 212 Mart Aceh mempunyai peran dan manfaat antara lain:

1. Mendukung peningkatan jumlah pengusaha (UMKM)
2. Mendukung perkembangan produk mitra UMKM Aceh
3. Mendukung peningkatan penjualan (Omzet) UMKM Aceh
4. Pengumpulan infaq kembalikan digunakan untuk kegiatan pemberantasan rentenir serta pengembangan Usaha Kecil (UMKM) di Banda Aceh dan sekitarnya.

TABEL 1.2

Perkembangan Jumlah UMKM, Jumlah Produk Mitra UMKM, dan Jumlah Omzet UMKM, 212 Mart Aceh, Tahun 2018-2019

No	Peran & Manfaat 212 Mart Aceh	2018	2019
1	Mendukung peningkatan jumlah pengusaha (UMKM) Aceh	30 UMKM	151 UMKM
2	Mendukung perkembangan produk mitra UMKM Aceh	296 Item Produk	1.171 Item Produk
3	Mendukung peningkatan penjualan (omzet) UMKM Aceh	26,67% Omzet	33,05% Omzet

Sumber: Tata Usaha 212 Mart Aceh

Dilihat dari tujuan utama didirikan 212 Mart, berlandaskan dari QS. Ash-

Shaff ayat 10-11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِّنْ عَذَابِ أَلِيمٍ

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman maukah kamu aku tunjukkan suatu perdagangan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (Q.S. Ash-Shaff ayat (61) : 10)

تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : (Yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahui. (Q.S. Ash-Shaff ayat (61) : 11)

Tafsir dari dua ayat tersebut adalah perniagaan yang memiliki keuntungan yang besar adalah perniagaan yang dilakukan oleh orang yang beriman dengan dengan Allah SWT. Dengan perniagaan tersebut orang yang beriman akan menggapai seluruh harapan kebaikan dan ia akan terhindar dari azab yang pedih. Ini perniagaan sesungguhnya yang harus dilakukan oleh orang yang beriman dalam rangka untuk meraih kemuliaan dari Allah SWT (Mawar, 2017).

Setelah dilakukan wawancara terhadap 3 UMKM yang memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yaitu adanya penolakan pada saat UMKM memasarkan produknya di swalayan atau warung, selain itu ada beberapa produk UMKM yang rusak akibat tidak ada kontrol dari pihak swalayan. Dari 3 UMKM yang diwawancarai, terdapat 2 UMKM yang mengalami kendala pada saat memasarkan produknya di 212 Mart Banda Aceh, sedangkan 1 UMKM tidak mengalami kendala apapun pada saat memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh. Pada saat UMKM memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh, UMKM tidak mengalami kendala. Setelah UMKM memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh, UMKM mengalami perubahan seperti Omzet penjualan, modal usaha, jumlah produksi, dan jumlah tenaga kerja yang meningkat. Adapun manfaat yang dirasakan oleh UMKM setelah memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh, UMKM mengalami perluasan pasar dan juga produk yang semakin dikenal masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Dampak Yang Terjadi Pada UMKM Setelah**

Memasarkan Produknya Di 212 Mart Banda Aceh, (Studi Kasus: 212 Mart Cabang Ketapang)”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pembahasan dari latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumusan masalah yang akan dibahas di penelitian ini:

1. Bagaimana Modal Usaha UMKM sebelum dan sesudah memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh?
2. Bagaimana Jumlah Produksi UMKM sebelum dan setelah memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh?
3. Bagaimana Jumlah tenaga kerja UMKM sebelum dan setelah memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh?
4. Bagaimana Omzet penjualan UMKM sebelum dan setelah memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dampak yang terjadi pada UMKM setelah memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh terhadap perubahan modal usaha.
2. Untuk menganalisis dampak yang terjadi pada UMKM setelah memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh terhadap perubahan jumlah produksi.
3. Untuk menganalisis dampak yang terjadi pada UMKM setelah memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh terhadap jumlah tenaga kerja.

4. Untuk menganalisis dampak yang terjadi pada UMKM setelah memasarkan produk di 212 Mart Banda Aceh terhadap omzet penjualan.

D. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis: Menjadi sumber referensi bagi mahasiswa ekonomi dan pihak pihak lainnya yang melakukan kajian sejenis.
2. Manfaat Akademis: Diharapkan agar dapat menjadi kajian tingkat lanjut pada penelitian berbasis bisnis syariah.