

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di masa globalisasi saat ini, UMKM mempunyai kedudukan sebagai salah satu mesin penggerak perekonomian dimana ia berdiri. Tidak hanya sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga tempat kerja yang dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang signifikan. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk dukungan bagi pembangunan nasional di bidang ekonomi, seperti pendirian usaha kecil dan menengah (UMKM). Hal ini karena UKM dapat menyerap sebagian besar tenaga kerja, tidak hanya itu UMKM merupakan bentuk membantu pemerintah mengatasi pengangguran dan kemiskinan (Aldita, 2016).

Sebagai organisasi bisnis yang bersifat mandiri, UMKM memiliki peranan yang penting dalam industri dan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Rita, 2014). Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM) bisa jadi penopang perekonomian sesuatu negeri sebab UMKM sanggup meresap banyak tenaga kerja. Sektor UMKM menolong penyerapan tenaga kerja di dalam negara. Sepanjang periode 5 tahun terakhir, tingkat penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM berkembang dari 96,99 persen jadi 97, 2 persen. Banyaknya tenaga kerja yang sanggup diserap

oleh zona UMKM bisa meningkatkan pemasukan warga. Oleh sebab itu, UMKM dikira mempunyai kedudukan strategis dalam kurangi angka kemiskinan serta pengangguran (Kamar Dagang serta Industri Indonesia).

Kontribusi yang diberikan UMKM tidak hanya penyediaan lapangan pekerjaan namun berkontribusi juga terhadap produk domestik bruto (PDB) yang terus menggeliat dalam 5 tahun terakhir. Bersumber pada catatan Departemen Koperasi serta Usaha Kecil Menengah (Kemenkop serta UKM), donasi zona UMKM bertambah dari 57, 84 persen jadi 60, 34 persen. Ada pula dari 15 subsektor ekonomi kreatif yang dibesarkan, 3 di antara lain tercatat berkontribusi sangat besar terhadap PDB, ialah kuliner sebesar 209 triliun Rupiah ataupun 32, 5 persen, fesyen sebesar 182 triliun Rupiah ataupun 28, 3 persen, serta kerajinan sebesar 93 triliun Rupiah ataupun 14,4 persen (Kemenperin). Walaupun penanda donasi terhadap pembuatan produk dalam negeri bruto (PDB) serta serapan tenaga kerja bertambah, akses zona UMKM ke rantai pasok penciptaan global sangat sedikit. Kontribusi UMKM di Indonesia terhadap rantai pasok global cuma sebesar 0,8 persen. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan usaha besar tidak terkait dengan donasi dari UKM. Sebagian besar UKM tidak memiliki akses data dan data dari pasar global (Kementerian Perindustrian). Usaha UMKM memiliki beberapa kelemahan operasional. Misalnya kesulitan pemasaran, keterbatasan akses sumber pendanaan, kesulitan bahan baku, keterbatasan inovasi dan teknologi.

Di Indonesia kinerja UMKM relatif masih lebih rendah dibanding dengan negara-negara di ASEAN yang lain, paling utama dalam perihal produktivitas, donasi ekspor, partisipasi penciptaan global serta regional dan donasi terhadap nilai tambah. Rendahnya energi saing UMKM di Indonesia antara lain diakibatkan oleh rendahnya tingkatan pembelajaran serta kemampuan, sulit dalam pengurusan perizinan untuk UMKM, minimnya akses pemodalannya, serta minimnya sokongan infrastruktur.

Salah satu pemicu rendahnya kinerja UMKM merupakan sebab minimnya akses pemodalannya. Perihal ini bisa diakibatkan oleh sedikitnya pengetahuan serta uraian UMKM terhadap keberadaan lembaga keuangan. Industri kreatif ataupun yang kerap diucap ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang mencakup kegiatan industri dengan memberdayakan energi kreasi manusia selaku aset buat menaikkan nilai ekonomi (Bekraf, 2008). Ekonomi kreatif dibutuhkan dalam upaya menjajaki tren dunia serta keahlian bersaing di pasar global yang senantiasa bertumpu serta berpegang pada keahlian lokal. Bagi Inacraft (PGN, 2013), pada tahun 2002 aktivitas usaha kreatif terkategori sangat menjanjikan. Informasi statistik menampilkan terdapat 2,2 juta industri kreatif dengan 700.000 industri kerajinan, perihal tersebut ialah kemampuan besar yang sanggup meresap tenaga kerja yang pada gilirannya bisa bermuara kepada kenaikan kesejahteraan warga. Bagi Inacraft (PGN, 2013), produk kerajinan rata-rata menyumbang 33,20 persen terhadap ekspor industri kreatif. Kenyataan tersebut menjadikan

harapan baru untuk perekonomian Indonesia sebab mempunyai kesempatan besar buat membenahi perekonomian Indonesia. Pelakon usaha yang mempunyai kemitraan yang baik hendak membentuk jaringan penciptaan serta distribusi produk yang luas (M Bado, 2011).

TABEL 1. 1
Data UMKM Yogyakarta

S	Sub Elemen	Tahun			
		2016	2017	2018	2019
	Aneka Usaha	28.716,00	29.917,00	31.069,00	31.374,00
	Perdagangan	36.547,00	38.009,00	40.436,00	40.834,00
	Industri Pertanian	33.937,00	35.294,00	36.653,00	37.012,00
	Industri Non Pertanian	31.326,00	32.579,00	33.833,00	34.165,00

sumber: BAPPEDA DIY 2021

Pintu untuk menumbuhkan kapabilitas UMKM di Indonesia secara fundamental masih terbuka lebar. Indonesia sebagai tempat wisata yang kaya akan keragaman sosial dan budaya merupakan daya tarik utama dalam memajukan produk UMKM. Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya, sebagai kota tujuan bagi wisatawan asing selain pulau Bali. Sebagai salah satu tempat wisata di Indonesia, Yogyakarta juga memiliki jumlah UMKM yang cukup banyak yang tersebar di lima kabupaten. UKM yang paling potensial di Yogyakarta adalah kuliner dan kerajinan. Berbagai karya kerajinan di Yogyakarta akan menarik perhatian wisatawan.

Pada Industri pertanian yang kemudian banyak menghasilkan produk-produk kerajinan tangan di daerah Yogyakarta dalam tahun ketahun mengalami kenaikan yang cukup konsisten. Data yang diambil

dari BAPPEDA (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah) dimulai pada tahun 2016 dengan jumlah 33.937,00 unit yang mengalami peningkatan pada tahun berikutnya di 2017 yaitu dengan jumlah 35.294,00 unit mengalami kenaikan kembali pada tahun 2018 yaitu dengan jumlah 36.653,00 unit dan pada data terakhir yang diambil pada tahun 2019 dengan jumlah 37.012,00 unit.

Kabupaten Bantul sebagai salah satu kabupaten di Yogyakarta yang memiliki potensi wisata dan UMKM yang beragam juga menjadi tujuan wisata baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Kabupaten Bantul memiliki lima kerajinan unggulan yaitu kerajinan batik, meubel, kerajinan kulit, gerabah, dan kerajinan bambu. UMKM di Kabupaten Bantul, khususnya untuk industri kerajinan menggunakan bahan baku lokal (Bappeda Bantul).

Di Kabupaten Bantul ada sebanyak 75 sentra industri kerajinan pada tahun 2017, sedangkan pada tahun 2018 ada sebanyak 78 sentra industri kerajinan, sentra berbagai macam jenis kerajinan diantaranya sentra kerajinan batik, kerajinan tatah sungging, kerajinan rajut serta kerajinan kayu dan bambu, produk kerajinan tersebut menjadi produk unggulan daerah setempat. Dan maka dari itu kabupaten Bantul menjadi kabupaten terbanyak di DIY yang mempunyai sentra industri kerajinan salah satunya yaitu kerajinan bambu (Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Bantul).

Bambu merupakan bahan lokal yang sudah sangat dikenal di Indonesia dan memegang peranan sangat penting dalam kehidupan masyarakat, ini dapat dilihat dari banyaknya penggunaan bambu pada berbagai keperluan masyarakat kita sejak nenek moyang kita ada. Bambu adalah salah satu tanaman yang tumbuh paling cepat. Bambu merupakan salah satu jenis tumbuhan perdu, batang dan simpulnya berongga, terdapat banyak jenis bambu dan juga memiliki banyak manfaat bagi manusia. Bambu adalah tanaman yang tumbuh paling cepat, karena memiliki sistem ketergantungan rimpang yang unik, yang tergantung pada tanah dan iklim tempat bambu tumbuh.

Persiapan Untuk bahan baku sebenarnya semua jenis tanaman bambu bisa untuk membuat produk kerajinan. Usia bambu yang digunakan untuk kerajinan yaitu yang sudah berumur 13 bulan, dengan pertimbangan bahwa tanaman bambu memiliki kehidupan produksi dan memiliki cukup lingkaran untuk diolah menjadi produk kerajinan.

Pengolahan untuk anyaman adalah dengan menebang pohon bambu, kemudian diraut dan dihaluskan baik kulit maupun isi, lalu dikeringkan dan kemudian dianyam. Bambu yang sudah diolah dapat dipergunakan untuk membuat apa yang diinginkan perajin. Pengrajin selalu memanfaatkan bambu yang mereka punya dan jarang membeli karena di Kabupaten Bantul memiliki kebun bambu.

Di Bantul kerajinan bambu berkembang serta tumbuh pesat sejak bambu mendapat sentuhan dari tangan kreatif para perajin bambu, nyatanya bambu sebagai bahan baku kerajinan dapat diolah guna menciptakan beranekaragam produk kerajinan, sehingga kontribusinya lumayan signifikan terhadap perkembangan ekonomi warga secara nasional. Meski, kelompok perajin bambu terkategori dalam usaha mikro, kecil, serta menengah (UMKM) dengan modal serta aset yang sangat terbatas. Di sisi yang lain, aktivitas usaha ini dibentuk serta digerakkan di atas fondasi kehidupan rumah tangga. Oleh sebab itu, kerap diucap dengan industri rumah tangga (home industry). Begitu pula, secara esensial UMKM ini tahan banting serta senantiasa eksis dalam mengalami bermacam gejolak perekonomian, baik itu dialami oleh negara Indonesia ataupun negara- negara di dunia. Perihal ini sebetulnya mendapat perhatian serta mendesak pemerintah pusat serta pemerintah wilayah supaya bersenergi membangkitkan perekonomian rakyat sebagaimana sudah dicanangkan dalam revolusi industri 4.0 tersebut.

Desa Muntuk Kecamatan Dlingo merupakan salah satu Desa penghasil kerajinan bambu. Bambu diolah menjadi aneka produk yaitu tampah, cetong nasi, tudung saji, rantang, tambir, pincuk jajan, tempat lalapan hingga gelas semuanya dibuat dari bambu. Awalnya masyarakat mengolah bambu menjadi perabotan rumah tangga tradisional hingga saat ini masyarakat mulai mengolah bambu menjadi kerajinan, juga souvenir untuk cinderamata bagi wisatawan, seperti gantungan kunci, vas bunga,

kotak tisu, pengemas kaos, lampu hias, kotak berkas, hingga tempat pensil. Di showroom bernama Muntuk Bamboo Art Space di Dusun Tangkil, Desa Muntuk, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul, semua kerajinan dari bambu dapat dilihat disana. Awalnya, kerajinan anyaman bambu ini merupakan penghasilan tambahan bagi warga Desa Muntuk. Mereka menganyam bambu setelah menyelesaikan pekerjaan di ladang atau pekerjaan lainnya. Namun, seiring berjalannya waktu dan tujuan wisata yang semakin meningkat, membuat kerajinan dari bambu menjadi pekerjaan utama. Desa Muntuk terdiri dari 11 dusun. Di setiap desa, lebih dari seratus rumah tangga bergantung pada pendapatan mereka untuk menganyam produk bambu. Beberapa di antaranya membuat furnitur, kerajinan souvenir. Anyaman bambu menggunakan bahan baku bambu khusus. Karena tidak semua jenis bambu bisa dianyam. Bahan baku anyaman umumnya bambu jenis apus atau bambu tali. Ia memiliki serat dan elastisitas yang kuat, sehingga tumbuh dan menyebar di depan gerbang desa. Namun, jika pasokan bahan baku habis. Penduduk desa Muntuk sering membeli bahan baku dari luar daerah.

Banyak yang berpikir bahwa pemasaran itu identik ataupun sama halnya dengan penjualan. Sebetulnya pemasaran mempunyai makna yang luas jika dibandingkan dengan penjualan. Bidang penjualan ialah bagian dari bidang pemasaran, sekaligus bagian utama dari bidang pemasaran itu sendiri. Pemasaran berarti bekerja dengan pasar buat mewujudkan pertukaran potensial dengan iktikad memuaskan kebutuhan serta kemauan

manusia. Bila industri menyimpan atensi lebih banyak buat terus menerus menjajaki pergantian kebutuhan serta kemauan baru, mereka tidak bakal hadapi kesusahan buat mengidentifikasi peluang- peluangnya. Oleh sebab itu, dalam pengabdian ini dibutuhkan pemasaran produk sehingga produk kerajinan bambu bisa diminati oleh banyak konsumen. Pemasaran perlu mendapat perhatian serius oleh UMKM. Terutama didalam proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang, sehingga strategi pemasaran yang dipilih akan mampu menembus pasar. Apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup UMKM itu sendiri.

Untuk penjualan, setiap warga desa Muntuk menggunakan sistem penjualannya masing-masing. Beberapa dijual di showroom pinggir jalan. Dan beberapa menembus langsung ke pasar kota-kota, seperti Bandung, Lombok, Jakarta, Bali, Surabaya, dll. Ada yang ke Sumatera dan ada yang bekerja sama dengan pabrik (pihak ketiga) menggunakan sistem penjualan untuk ekspor ke luar negeri seperti USA, Jerman dan beberapa negara di Eropa, (tribunjogja). Kondisi ini menjadi sebuah pertanyaan terkait pemasaran yang dilakukan masing-masing orang di Desa Muntuk, perbedaan dalam memasarkan kerajinan bambu di Desa Muntuk membuat kesenjangan harga jual dari masing-masing pengerajin dan berpengaruh terhadap pendapatan dari masing-masing pengerajin bambu.

Pembahasan mengenai topik ini terdapat dalam Al-Quran Surah Al-Hasyr ayat 7 yang berbunyi :

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ
 كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ
 اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Harta rampasan (fai) dari mereka yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah sangat keras hukuman-Nya”.

Menurut para pakar disebutkan bahwa Allah S.W.T melarang berputarnya harta atau modal hanya di kalangan orang-orang kaya saja. Dari ayat ini kita bisa belajar bahwa aktivitas perekonomian hendaknya melibatkan partisipasi aktif dari kelompok masyarakat menengah-bawah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerajinan Bambu?
2. Bagaimana hubungan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerajinan Bambu ?
3. Bagaimana hubungan *Knowledge Management* terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerajinan Bambu ?

4. Bagaimana hubungan Strategi Kemitraan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerajinan Bambu ?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang dijelaskan tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerajinan Bambu.
2. Untuk menganalisis pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerajinan Bambu.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Knowledge Management* terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerajinan Bambu.
4. Untuk menganalisis pengaruh Strategi Kemitraan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerajinan Bambu.

D. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif, baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak, manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai wawasan baru mengenai Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, *Knowledge*

Management, Strategi Kemitraan dan Kinerja Pemasaran pada UMKM Kerajinan Bambu di Kabupaten Bantul.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai semacam perspektif untuk membantu penelitian lebih lanjut dan mendorong peneliti yang berbeda untuk mendorong dan mengembangkan penelitian yang belum dicapai oleh penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi UMKM Kerajinan Bambu di Kabupaten Bantul ketika menentukan strategi Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, *Knowledge Management*, serta Strategi Kemitraan agar lebih tepat untuk memaksimalkan kinerja pemasarannya.

b. Bagi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bantul

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran bagi instansi terkait untuk memberikan arahan yang benar kepada para pelaku bisnis di Kabupaten Bantul.