

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan usaha dan pembangunan ekonomi yang semakin mendunia (globalisasi), menyebabkan seluruh bangsa berusaha mengejar ketertinggalan. Bangsa-bangsa dengan berbagai kelebihan dan kekurangan telah berusaha membangun dengan menyesuaikan kemampuan dan aset yang dimilikinya. Sumber daya manusia sangat berperan dalam membangun suatu bangsa. Bukan saja tingkat pendidikan tetapi faktor kedisiplinan, kerja keras dan kreativitas dapat menjadikan seseorang memperoleh keunggulan dan daya saing sehingga dapat bertahan dalam berbagai bentuk lingkungan. Kini kreativitas ikut menentukan daya saing suatu usaha. Pengembangan ekonomi dan industri juga membutuhkan kreativitas agar dapat menghasilkan produk-produk dan pada akhirnya, perkembangan ekonomi mampu membawa bangsa tersebut menjadi pemimpin dari bangsa-bangsa lain.

Dalam upaya persaingan di era global, maka suatu bangsa perlu meningkatkan sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2012). Menurut Mc Clelland (1987) bahwa kriteria suatu bangsa dikatakan maju jika memiliki pengusaha lebih dari

5%. UMKM pada dasarnya dihadapkan pada persaingan yang lebih ketat, sehingga harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pangsa pasar, sekaligus menghindari kehilangan pasar (*market misses*).

Setiap UMKM harus mampu mengimbangi perkembangan yang terjadi pada dunia bisnis dan mampu mengatasi masalah umum yang terdapat pada UMKM. Permasalahan tersebut antara lain konsep manajemen yang kurang baik. Termasuk didalamnya mental dan budaya kerjanya, tingkat pendidikan Sumber Daya Manusia (SDM) yang terkait dengan keterampilan dan keahlian, keterbatasan modal, informasi pasar yang kurang mendukung, penggunaan dan penguasaan teknologi yang relatif rendah, serta kurangnya kerjasama antar UMKM. Oleh karena itu, dibutuhkan pengembangan yang tepat bagi UMKM, melalui perbaikan kinerja yang mampu meningkatkan daya saing dan pangsa pasar, serta sesuai dengan karakteristik UMKM dengan segala keterbatasannya.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 ayat 6 dalam Tambunan (2012), kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM adalah:

nilai kekayaan bersih atau nilai aset, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria ini, Usaha Mikro (UMI) adalah unit usaha yang memiliki nilai aset paling banyak Rp 50 juta, atau dengan penghasilan penjualan tahunan paling besar Rp 300 juta; Usaha Kecil (UK) dengan nilai aset lebih dari Rp 50 juta sampai dengan paling banyak Rp 500 juta, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta hingga maksimum Rp 2.500.000.000,00; dan Usaha Menengah (UM) adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta hingga paling banyak Rp 10 milyar, atau memiliki hasil penjualan tahunan di atas Rp 2 milyar lima ratus juta sampai paling tinggi Rp 50 milyar.

Provinsi Lampung mempunyai potensi yang cukup besar untuk berkembang. Salah satu sektor UMKM agroindustri yang memiliki prospek sangat potensial untuk dikembangkan adalah usaha pembuatan keripik. Keripik adalah salah satu makanan khas Lampung yang sudah terkenal di luar Lampung. Kebanyakan orang-orang membawa keripik dari Lampung sebagai oleh-oleh khas Lampung.

Keripik banyak diminati pengunjung karena produk yang ditawarkan tersedia dalam berbagai pilihan rasa, mulai dari rasa original, asin, manis, jagung bakar, strawberry, melon, coklat, vanila, asin manis, keju, moka, dan coklat kacang. Harga keripik bervariasi antara Rp. 10.000,00 sampai dengan Rp. 50.000,00, tergantung ukuran dan kemasannya. Selain itu, juga terdapat aneka keripik lain, seperti keripik ketela, tales, angka, dan sukun. Selain terkenal karena kualitas produk, keripik juga aman untuk dikonsumsi. Hal ini dapat dilihat dari proses pengolahannya yang selalu mengutamakan faktor kebersihan. Selain itu, penggunaan bahan-bahan atau bumbu baik jenis maupun takarannya sudah memenuhi persyaratan yang direkomendasikan oleh Departemen Kesehatan RI.

Oleh karena itu, kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu bangsa yang sedang membangun kemajuan ekonomi suatu bangsa sangat ditentukan oleh keberadaan dan peranan dari kelompok wirausahawan ini (Rachbini, 2002). Lebih lanjut, Drucker (1993) menyatakan bahwa seluruh proses perubahan ekonomi pada akhirnya tergantung dari orang yang menyebabkan timbulnya perubahan tersebut yakni sang “*entrepreneur*”. Kebanyakan perusahaan yang sedang tumbuh dan bersifat inovatif menunjukkan suatu jiwa (*spirit*) *entrepreneur*. *Entrepreneurial skill*

berkaitan dengan kemampuan mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang lebih baik. Dengan demikian seorang *entrepreneur* harus tetap berlandaskan pada kemampuannya menerapkan fungsi-fungsi manajemen agar usaha yang dijalankannya dapat berhasil dengan baik Riyanti dalam Handriyani (2011).

Seorang wirausahawan adalah seorang yang memiliki keahlian untuk menjual, mulai dari menawarkan ide hingga komoditas baik berupa produk atau jasa. Dengan kreativitasnya, wirausahawan mampu beradaptasi dengan berbagai situasi dan kondisi lingkungan. Sebagai pelaku bisnis, wirausahawan harus mengetahui dengan baik manajemen penjualan, gaya dan fungsi manajemen. Untuk berhasil, ia harus mampu berkomunikasi dan menguasai beberapa elemen kecakapan manajerial, serta mengetahui teknik menjual yang strategis mulai dari pengetahuan tentang produk, ciri khas produk dan daya saing produk terhadap produk sejenis ([www.wirausaha.com/bisnis/kewirausahaan.html](http://www.wirausaha.com/bisnis/kewirausahaan.html), 2007).

Menurut Rachbini (2002), kelompok wirausahawan ini selalu mempunyai peranan krusial, baik sebagai pihak yang mengisi jarak/kesenjangan antara peluang potensial dengan kenyataan yang ada (*gap filler*) maupun sebagai pihak yang melengkapi faktor-faktor produksi dalam menghasilkan *output* berupa barang dan jasa (*input completer*). Peranan itu berarti mendinamisasikan perekonomian atau bahkan menjadi penopang yang menahan gerak perekonomian pada masa resesi. Peranan krusial ini ada pada masa pasang maupun masa surut dari suatu sistem perekonomian bangsa. Jadi, peran penting dari para wirausahawan tersebut tidak terbantahkan.

Perkembangan usaha keripik khususnya di Kota Bandar Lampung dari waktu ke waktu menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Hal ini tentunya karena beberapa faktor yang menyebabkan hal tersebut. Mulai dari sumber bahan baku yang melimpah dan produk makanan ringan seperti keripik, cukup dinikmati oleh masyarakat Lampung dan diluar Lampung. Tentunya hal tersebut menyebabkan peluang usaha bagi mereka yang tertarik dan memiliki jiwa wirausahaan (*entrepreneur*) untuk mulai mengembangkan bisnis keripik. Selain karena kemampuan individual serta minat, ada faktor lain yang sangat kuat yaitu karena prospek dan potensi untuk berkembang di masa yang akan datang. Hanya mereka yang cermat yang dapat memanfaatkan dan memaksimalkan segala potensi dan peluang tersebut untuk dapat meningkatkan kewirausahaanya.

Usaha di bidang sektor UMKM keripik agar dapat berkembang, maka pelaku usaha perlu mendapatkan perhatian khusus dari Pemerintah daerah Kota Bandar Lampung. Dimana Pemerintah Daerah telah megembangkan suatu Kawasan Sentra Industri Keripik yang berada di Kota Bandar Lampung. Jumlah produsen keripik semula hanya berjumlah 3 orang pelaku usaha, diantaranya Asa, Askha Jaya dan Lateb. Namun kini jumlah pelaku usaha keripik semakin banyak sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Data Pengusaha Industri Keripik di Bandar Lampung.**

No	Nama UMKM	Nama Penanggung Jawab/Pemilik	Alamat Pabrik
1	Asa	Sucipto Hadi	Jl. P. Alam No.35
2	Askha Jaya	Aswal Junaidi	Jl. P. Alam No.30
3	Alinda	Sunarti	Jl. P. Alam No.17
4	Agil	Solena	Jl. P. Alam No.11
5	Arema Jaya	Mardinah	Jl. P. Alam No.20
6	Alam Jaya	Andi alam	Jl. P. Alam No.15
7	Assalam Family	Wiwik	Jl. P. Alam Segala Mider
8	Akbar Berjaya	Akbar	Jl. Pagar Alam Segala Mider
9	Cesyilia	Suhartini	Jl. P. Alam No.42
10	Dua Dara	Mardinah	Jl. Damai Gg. PU
11	Fino	Suwarno	Jl. P. Alam No.38
12	Firman	Firman	Jl. P. Alam No.31
13	Fadila	Suparjo	Jl. P. Alam No.10
14	Goyang lidah	Teguh Wijaya	Jl. P. Alam No.8
15	Istana Keripik Ibu Mery	Sinta	Jl. P. Alam No.53
16	Stana Keripik Ibu Mery	Sayuti	Jl. P. Alam No.48
17	Karya Mandiri	Malik	Jl. P. Alam No.13
18	Karisma	Mariah	Jl. P. Alam No. 136
19	Lateb	Hariyanto	Jl.Geriya Sejahtera II
20	Lala	Yatino	Jl. P. Alam No.81
21	Lima Muakhi	Aspedia s.pdi	Jl. P. Alam No.25
22	Mahkota	Robby F.S.	Jl. P. Alam No.14
23	Mas suryo	Suryo	Jl. P. Alam No. 2c
24	Nisa	Hanafi	Jl. P. Alam No. 27
25	Nyoto Roso	Nyoto Raharjo	Jl. P. Alam No.36
26	Permana	Sarmi	Jl. P. Alam No.18
27	Rona Jaya	Heriyanto	Jl. Geriya Sejahtera II
28	Puri Jaya	Puri	Jl. P. Alam No.49
29	Rizka	Gunawan	Jl. P. Alam No.45
30	Ridho Jaya	Erma Lusiana	Jl. P. Alam No.12
31	Rojo Keripik	Joyo	Jl. P. Alam No.25
32	Suheri	Ahmad Suheri	Jl. P. Alam No.21
33	Sumber Rezeki	Suhartono	Jl. P. Alam No.29
34	Suryo	Sigit	Jl. P. Alam No.21
35	Tegar Jaya	Wiwik Haryati	Jl. P. Alam No.47
36	Wagiman	Wagiman	Jl. P. Alam No.46
37	Wagiman	Ratnawati	Jl. P. Alam No.22
38	Yoyong Keriuk	Aalan Haris	Jl. P. Alam No.28
39	Zom-Zom Family	Een Sarwasi	Jl. P. Alam No.7
40	Zahra	M. Zamil	Jl. P. Alam No.19

Sumber: Diskoperindag Kota Bandar Lampung (2012)

Tabel 1.1 mengindikasikan bahwa tingkat pertumbuhan usaha keripik untuk kedepannya akan mengalami perkembangan serta prospek usaha yang baik. Didukung bahan baku keripik yang ternyata mudah didapatkan di Lampung. Provinsi Lampung merupakan penghasil bahan baku keripik yang cukup tinggi, sehingga memudahkan para pelaku usaha untuk memproduksi keripik. Para pelaku usaha keripik dapat memproduksi keripik dengan kapasitas produksi yang berbeda-beda dalam memproduksi keripik tiap minggunya. Kapasitas produksi dan tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2 Data Kapasitas Produksi dan Tenaga kerja Industri Keripik di Bandar Lampung.**

No	Nama Perusahaan	Kap. Produksi	TK
		(kg / minggu )	(Orang)
1	Asa	235	5
2	Askha Jaya	300	6
3	Aalinda	114	3
4	Agil	29	3
5	Arena Jaya	675	11
6	Alam Jaya	228	8
7	Assala Family	125	2
8	Akbar Berjaya	245	5
9	Cesyliya	414	4
10	Dua Dara	228	8
11	Fino	177	7
12	Firman	107	4
13	Fadila	107	5
14	Goyang Lidah	215	5
15	Istana Keripik Ibu Mery	300	10
16	Istana Keripik Ibu Mery	393	9
17	Karya Mandiri	308	12
18	Karisma	263	6
19	Lateb	110	5
20	Lala	105	2
21	Lima Muakhi	255	7
22	Mahkota	186	5
23	Mas Suryo	200	4
24	Nisa	228	6
25	Nyoto roso	215	5
26	Permana	331	3
27	Rona Jaya	302	6
28	Puri Jaya	246	4
29	Rojo Keripik	255	5
30	Rizka	135	7
31	Ridho Jaya	186	5
32	Suheri	407	7
33	Sumber Rezeki	338	8
34	Suryo	103	9
35	Tegar Jaya	165	2
36	Wagiman	180	5
37	Wagiman	180	5
38	Yoyong Keriuk	235	5
39	Zom- Zom Family	125	2
40	Zahra	143	4
	Jumlah	7759	198

Sumber: Diskoperindag Kota Bandar Lampung (2012)

Pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa para pelaku UMKM keripik memiliki produksi yang bervariasi. Hal ini dapat diidentifikasi dari produksi yang mencapai 7759 kg/minggu. Tingkat produksi yang tinggi menggambarkan bahwa tingkat pangsa pasar para usaha keripik yang cukup besar. Berdasarkan hasil wawancara pra riset dengan para informan yaitu pemilik usaha keripik Asa sebagai informan 1 menjelaskan bahwa usaha keripik produksinya menghasilkan kapasitas produksi sebanyak 235 kg/ minggu. Dalam menjalankan usaha tersebut usaha Asa di bantu oleh 5 orang tenaga kerja yang bertugas sebagai tenaga produksi, tenaga pemasaran, dan tenaga penjual.

Informan 2 yaitu pemilik usaha keripik Askha Jaya diperoleh informasi bahwa usaha keripiknya dapat menghasilkan kapasitas produksi yang sebanyak 300 kg/ minggu. Dalam menjalankan produksinya usaha keripik Askha Jaya di bantu oleh 6 tenaga kerja yang bertugas sebagai tenaga produksi, tenaga pemasaran, dan tenaga penjual.

Informan 3 yaitu pemilik usaha keripik Lateb dapat menghasilkan produksi keripik sebanyak 110 kg/minggu. Usaha keripik Lateb memiliki 5 tenaga kerja yang bertugas sebagai tenaga produksi, tenaga pemasaran, dan tenaga penjual. Ketiga informan memiliki *outlet* sendiri di sentra keripik Bandar Lampung serta jangkauan pemasarannya hingga ke Kota besar lainnya seperti Palembang, Batam, Jakarta, Bandung dan Yogyakarta.

Tabel 2 menunjukkan dari 40 pelaku usaha keripik di Sentara Keripik Bandar Lampung bahwa usaha keripik Agil memiliki jumlah produksi terkecil yaitu sebesar 29 kg/minggu. Usaha keripik Arena Jaya memiliki jumlah produksi terbesar yaitu sebesar 675kg/minggu. Hal ini menunjukkan tingkat kemampuan berwirausaha yang baik ditunjukkan oleh pelaku usaha keripik Arena Jaya. Usaha keripik mampu memberikan lapangan pekerjaan yang baru dan sektor UMKM keripik memiliki prospek dan potensi bisnis yang bagus untuk kedepannya. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh *Entrepreneurial Skill* dan Strategi Terhadap Daya Saing UMKM (Studi Pada Sentra Usaha Keripik Bandar Lampung)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh *Entrepreneurial Skill* terhadap daya saing UMKM pada Sentra Usaha Keripik Bandar Lampung ?
2. Seberapa besar pengaruh strategi terhadap daya saing UMKM pada Sentra Usaha Keripik Bandar Lampung?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui besarnya pengaruh *Entrepreneurial Skill* terhadap daya saing UMKM pada Sentra Usaha Keripik Bandar Lampung.
2. Mengetahui besarnya pengaruh strategi terhadap daya saing UMKM pada Sentra Usaha Keripik Bandar Lampung.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran yang berguna bagi penelitian selanjutnya tentang Pengaruh *Entrepreneurial Skill* dan strategi terhadap daya saing UMKM Sentra Usaha Keripik.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi beberapa pihak yang berkepentingan dalam meneliti *Entrepreneurial Skill* dan strategi terhadap daya saing UMKM Sentra Usaha Keripik yang sedang berkembang atau maju.