

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional, baik sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) maupun sebagai penyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Kontribusi UMKM di Indonesia mencapai sekitar 99% dari total unit usaha dan mampu menyerap sekitar 60% tenaga kerja nasional, sehingga keberadaannya menjadi tulang punggung ekonomi rakyat. Dinamika perkembangan ekonomi global dan kemajuan teknologi digital mendorong pelaku UMKM untuk terus beradaptasi terhadap perubahan pasar yang semakin kompetitif. Transformasi digital, perubahan perilaku konsumen, serta meningkatnya persaingan usaha menjadi tantangan nyata yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya. Kondisi tersebut menuntut adanya strategi pengembangan bisnis yang tepat agar UMKM mampu meningkatkan daya saing serta mencapai keunggulan kompetitif di pasar (Sulistiyawan et al., 2024).

Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi nasional sangat dipengaruhi oleh kemampuan UMKM dalam mempertahankan eksistensi sekaligus meningkatkan daya saing usahanya. Namun demikian, kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional masih relatif rendah sehingga menjadi tantangan bagi pemerintah dalam mendorong UMKM agar mampu naik kelas dan bersaing pada pasar yang lebih luas (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2024).

Meskipun memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional, perkembangan UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan internal maupun eksternal. Hasil penghitungan data makro ekonomi UMKM yang dilakukan Badan Pusat Statistik bersama Kementerian Koperasi menunjukkan bahwa sebagian besar tenaga kerja UMKM masih terkonsentrasi pada sektor pertanian, perdagangan, dan industri pengolahan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa produktivitas dan daya saing sebagian besar UMKM masih perlu ditingkatkan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas sumber daya manusia, digitalisasi usaha, serta penerapan strategi bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan usaha. Selain itu, hasil Survei Industri Mikro dan Kecil juga menunjukkan bahwa pelaku usaha masih menghadapi berbagai hambatan berupa keterbatasan modal, rendahnya kemampuan manajerial, lemahnya legalitas usaha, serta akses pasar yang belum optimal. Hambatan tersebut menyebabkan banyak UMKM sulit berkembang meskipun memiliki potensi pasar yang cukup besar .

Dalam perspektif manajemen strategis, keberhasilan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam merumuskan serta mengimplementasikan strategi pengembangan bisnis secara tepat. Menurut David (2019), strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan jangka panjang yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien (Yatminiwati, 2019). Porter (1985) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing dapat diperoleh apabila perusahaan mampu menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing melalui strategi diferensiasi, kepemimpinan biaya (cost leadership), maupun fokus terhadap segmen pasar tertentu (Yatminiwati, 2019). Sementara itu,

Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa keberhasilan pemasaran sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan memahami kebutuhan konsumen, melakukan inovasi produk, membangun hubungan pelanggan, dan memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran (Kotler & Keller, 2016).

Fenomena yang terjadi di Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong menunjukkan bahwa perkembangan UMKM mengalami tren yang positif. Berdasarkan data Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan (DKUPP) Kabupaten Tabalong, jumlah pelaku UMKM meningkat dari 18.890 unit usaha pada tahun 2023 menjadi 19.124 unit usaha pada tahun 2024 atau bertambah sebanyak 234 pelaku usaha baru. Peningkatan tersebut didominasi oleh sektor kuliner yang menjadi salah satu sektor usaha dengan pertumbuhan paling pesat. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk berwirausaha semakin meningkat seiring berkembangnya peluang pasar. Namun demikian, peningkatan jumlah pelaku usaha belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan kualitas pengelolaan usaha maupun daya saing produk. Sebagian besar UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam pengembangan produk, pemasaran digital, pengelolaan keuangan, serta inovasi usaha sehingga pertumbuhan jumlah UMKM belum sepenuhnya mencerminkan peningkatan kualitas usaha secara berkelanjutan (BPS, 2025).

Salah satu UMKM yang berkembang di Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong adalah UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit yang bergerak pada bidang industri makanan ringan. Berdasarkan hasil observasi awal, usaha ini memiliki potensi untuk berkembang karena produk yang dihasilkan memiliki cita rasa yang khas dan telah dikenal oleh masyarakat sekitar. Akan tetapi,

usaha tersebut masih menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan daya saing bisnisnya. Aktivitas pemasaran masih didominasi oleh penjualan langsung dan promosi melalui media sosial sederhana sehingga jangkauan pasar relatif terbatas. Inovasi produk maupun variasi kemasan juga masih perlu dikembangkan agar mampu menarik minat konsumen yang lebih luas. Selain itu, persaingan dengan produk makanan ringan sejenis semakin meningkat seiring bertambahnya jumlah pelaku usaha kuliner di Kabupaten Tabalong. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha tidak cukup hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga memerlukan strategi bisnis yang terencana agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Apabila dikaitkan dengan teori manajemen strategi, kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein*. Secara teoritis, menurut David, Porter, Kotler, dan Rangkuti, setiap pelaku usaha seharusnya mampu merumuskan strategi bisnis yang terintegrasi melalui analisis lingkungan usaha, inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, serta strategi pemasaran yang efektif untuk menciptakan keunggulan bersaing. Namun pada kenyataannya, banyak UMKM, termasuk UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit, masih menjalankan usaha secara konvensional dengan pemanfaatan teknologi yang belum optimal, inovasi produk yang terbatas, serta perencanaan bisnis yang belum terstruktur. Kesenjangan tersebut menjadi permasalahan yang perlu dikaji secara ilmiah agar dapat ditemukan strategi pengembangan bisnis yang sesuai dengan karakteristik UMKM lokal.

Selain adanya kesenjangan antara teori dan praktik, penelitian ini juga didasarkan pada adanya *research gap*. Beberapa penelitian terdahulu, seperti

penelitian Sarita et al. (2022), lebih menitikberatkan pada strategi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan UMKM, sedangkan penelitian Sulistiyawan et al. (2024) lebih berfokus pada inovasi produk sebagai faktor peningkatan daya saing. Penelitian lain oleh Zainuri (2025) mengkaji pengembangan UMKM melalui aspek manajemen usaha secara umum. Penelitian-penelitian tersebut belum mengintegrasikan berbagai aspek strategi pengembangan bisnis secara menyeluruh, meliputi analisis lingkungan internal dan eksternal, inovasi produk, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, serta implementasinya pada UMKM kuliner di Kabupaten Tabalong. Selain itu, sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum mampu menggali secara mendalam pengalaman, kendala, serta strategi nyata yang diterapkan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan daya saing usaha.

Pengembangan usaha pada dasarnya merupakan serangkaian proses yang bertujuan untuk mengidentifikasi, merencanakan, dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan usaha. Implementasi pengembangan usaha dalam praktiknya tidak selalu berjalan sesuai dengan harapan, khususnya bagi pelaku usaha yang memulai bisnis dari skala kecil atau bahkan dari nol. Berbagai kendala sering dihadapi, seperti keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, kurangnya inovasi produk, lemahnya manajemen keuangan, serta keterbatasan akses terhadap teknologi dan pasar. Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan antara konsep ideal

pengembangan usaha yang seharusnya mampu mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan dengan realitas di lapangan yang masih dihadapkan pada berbagai hambatan struktural dan operasional (Zainuri, 2025).

Fenomena empiris menunjukkan bahwa jumlah pelaku UMKM Di Kabupaten Tabalong termasuk Kecamatan Kelua mengalami peningkatan pada tahun 2024. Data dari Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan (DKUPP) Kabupaten Tabalong mencatat terdapat 19.124 pelaku UMKM pada tahun 2024, meningkat dibandingkan tahun 2023 yang berjumlah 18.890 pelaku usaha. Peningkatan sebanyak 234 pelaku usaha baru tersebut didominasi oleh sektor kuliner. Pertumbuhan jumlah UMKM ini menunjukkan adanya potensi ekonomi yang cukup besar serta meningkatnya minat masyarakat dalam berwirausaha. Perkembangan kuantitas tersebut tidak selalu diikuti dengan peningkatan kualitas usaha, khususnya dalam aspek daya saing dan pengelolaan bisnis. Banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi kesulitan dalam mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Ihsan, 2025).

Kondisi ideal dalam pengembangan UMKM menuntut adanya penerapan strategi bisnis yang efektif dan terarah. Teori manajemen strategi menjelaskan bahwa keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam penerapan strategi yang tepat memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan distribusi. Harapan tersebut menunjukkan bahwa setiap UMKM seharusnya mampu mengembangkan strategi bisnis yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan pasar agar dapat meningkatkan daya saingnya (Sarita et al., 2022).

Realitas di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan teoritis dengan kondisi empiris yang terjadi pada pelaku UMKM. Banyak UMKM yang masih menjalankan usaha secara konvensional tanpa perencanaan strategis yang matang. Keterbatasan dalam inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal, serta lemahnya strategi pemasaran menjadi faktor yang menyebabkan rendahnya daya saing usaha. Situasi ini menunjukkan adanya perbedaan antara *das sollen*, yaitu kondisi ideal berdasarkan teori dan harapan, dengan *das sein*, yaitu kondisi nyata yang terjadi di lapangan. Kesenjangan tersebut menjadi permasalahan penting yang perlu dikaji secara mendalam agar dapat ditemukan solusi yang tepat dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Urgensi penelitian ini semakin kuat apabila dilihat dari dampak yang dapat ditimbulkan apabila permasalahan tersebut tidak segera diatasi. Rendahnya daya saing UMKM berpotensi menyebabkan menurunnya pendapatan pelaku usaha, berkurangnya keberlanjutan bisnis, serta meningkatnya risiko kegagalan usaha. Dampak yang lebih luas dapat dirasakan pada tingkat ekonomi daerah, seperti menurunnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian lokal serta berkurangnya kesempatan kerja bagi masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa permasalahan strategi pengembangan bisnis tidak hanya berdampak pada pelaku usaha secara individu, tetapi juga memiliki implikasi terhadap stabilitas ekonomi secara keseluruhan.

Kesenjangan penelitian yang juga menjadi fenomena dalam kajian ini terletak pada perbedaan fokus, pendekatan, dan konteks penelitian yang belum sepenuhnya menjawab permasalahan strategis pada UMKM tertentu. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada satu aspek strategi,

seperti pemasaran atau digitalisasi, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi pengembangan bisnis secara holistik. Pendekatan yang digunakan dalam beberapa penelitian juga cenderung kuantitatif, sehingga belum mampu mengungkap secara mendalam proses, kendala, serta pengalaman langsung pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya. Keterbatasan tersebut menunjukkan bahwa masih diperlukan penelitian dengan pendekatan kualitatif yang mampu menggali fenomena secara lebih mendalam dan kontekstual.

Perbedaan konteks lokasi dan objek penelitian juga menjadi bagian dari kesenjangan penelitian yang penting untuk diperhatikan. Penelitian sebelumnya banyak dilakukan pada wilayah perkotaan atau pada usaha yang telah berkembang dengan dukungan sistem manajemen yang relatif baik. Kondisi tersebut berbeda dengan UMKM di daerah seperti Kabupaten Tabalong yang memiliki karakteristik tersendiri, baik dari segi sumber daya, akses pasar, maupun tingkat pemanfaatan teknologi. Variasi kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang efektif tidak dapat digeneralisasi, sehingga diperlukan kajian spesifik yang mampu menggambarkan kondisi nyata pada unit usaha tertentu.

UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit sebagai objek penelitian memiliki karakteristik usaha kuliner yang berkembang di tengah persaingan yang cukup ketat. Kondisi ini menjadikan usaha tersebut relevan untuk dikaji dalam konteks strategi pengembangan bisnis. Analisis terhadap strategi yang diterapkan diharapkan mampu mengungkap praktik nyata yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menghadapi tantangan pasar serta meningkatkan daya saing produk. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi

baik secara teoritis maupun praktis dalam pengembangan strategi bisnis UMKM.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena diharapkan mampu memberikan kontribusi secara teoritis dalam memperkaya kajian mengenai strategi pengembangan bisnis UMKM, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit dalam menyusun strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha, memperluas pangsa pasar, serta mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama yang terjadi pada UMKM Di Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong, yaitu sebagai berikut:

- 1 Peningkatan jumlah UMKM yang tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas usaha, terutama dalam hal daya saing produk dan manajemen bisnis.
- 2 Rendahnya kemampuan pelaku usaha dalam menyusun dan menerapkan strategi bisnis yang efektif, sehingga usaha cenderung berjalan tanpa arah yang jelas.
- 3 Terbatasnya inovasi produk, yang menyebabkan produk kurang memiliki keunikan dan sulit bersaing di pasar.
- 4 Pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal, khususnya dalam pemasaran dan distribusi produk.

- 5 Strategi pemasaran yang masih konvensional, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas.
- 6 Ketidakmampuan sebagian pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, yang berdampak pada keberlanjutan usaha.

Berdasarkan uraian dan fenomena di atas, maka penulis menetapkan judul sebagai berikut: “Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit Di Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong)”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit dalam meningkatkan daya saing usaha.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari masalah yang diangkat dalam penelitian, perumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan bisnis tersebut?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis pada UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit.

2. Untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat usaha pada UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis.

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat pada kontribusinya dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen strategi dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep strategi pengembangan bisnis yang tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga berbasis pada realitas empiris di lapangan. Analisis yang dilakukan terhadap strategi pengembangan bisnis pada UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit Di Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong diharapkan mampu memperluas perspektif teoritis terkait bagaimana strategi dirancang, diimplementasikan, serta dievaluasi dalam konteks usaha skala kecil.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai strategi pengembangan bisnis yang efektif, termasuk dalam aspek inovasi produk, pemasaran, pengelolaan usaha, serta adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Informasi yang dihasilkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi terhadap strategi yang telah diterapkan, sekaligus menjadi dasar dalam merumuskan langkah-langkah perbaikan yang lebih tepat dan terarah.

Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM lain yang memiliki karakteristik usaha serupa, sehingga mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam menjalankan usaha. Peningkatan daya saing usaha melalui penerapan strategi yang tepat diharapkan dapat berdampak pada peningkatan pendapatan, keberlanjutan usaha, serta kemampuan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pihak pemerintah daerah atau instansi terkait dalam merancang program pembinaan dan pengembangan UMKM yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha di lapangan.

3. Manfaat Akademis.

Manfaat akademis dari penelitian ini berkaitan dengan perannya sebagai sumber referensi ilmiah bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengembangan studi mengenai strategi pengembangan bisnis dan daya saing UMKM, khususnya yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penyajian data dan analisis yang sistematis dalam penelitian ini dapat memberikan gambaran metodologis yang jelas bagi peneliti lain dalam merancang penelitian sejenis.

Kontribusi akademis lainnya terletak pada penyediaan data empiris yang dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam penelitian selanjutnya, baik dalam konteks wilayah, jenis usaha, maupun pendekatan penelitian yang berbeda. Penelitian ini juga dapat memperkaya literatur ilmiah yang berkaitan dengan pengembangan UMKM di tingkat lokal,

sehingga mendukung pengembangan ilmu pengetahuan yang berbasis pada kondisi nyata di lapangan. Keberadaan penelitian ini diharapkan mampu mendorong lahirnya penelitian-penelitian lanjutan yang lebih inovatif dan mendalam, serta berkontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam kajian strategi bisnis dan kewirausahaan.

