

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) membawa peranan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di Indonesia. UMKM merupakan bagian integral dari dunia usaha nasional yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional (Tambunan, 2006). Sektor UMKM mampu bertahan dari krisis moneter yang terjadi di Indonesia pada Tahun 1998. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM Tahun 2015 di Indonesia sebanyak 57,89 juta unit, atau 99,99% dari total jumlah pelaku usaha nasional. UMKM memberikan kontribusi terhadap kesempatan kerja sebesar 96,99 %, dan terhadap pembentukan Produk Domestik Regional Bruto sebesar 60,34 %.

Data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur Tahun 2014 menyatakan bahwa pertumbuhan produksi UMKM di Jawa Timur pada Triwulan IV mengalami kenaikan sebesar 2,66% dibandingkan Triwulan III. Rata-rata perkembangan UMKM di Jawa Timur sebesar 54,34% per tahun dan menampung 98% tenaga kerja. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi, mengurangi angka pengangguran, kemiskinan serta penerimaan devisa (Swa, 2014). Data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur Tahun 2015 menyebutkan bahwa perkembangan unit usaha menunjukkan *trend* yang meningkat, hingga triwulan I Tahun 2015 jumlah unit usaha meningkat sebesar 0,50% dari tahun 2014 dengan jumlah tenaga kerja yang terserap

sebesar 3.134.809 orang. Berikut data perkembangan UMKM di Jawa Timur Periode 2012 - 2015 :

Tabel 1.1  
Perkembangan UMKM di Jawa Timur Periode 2012 – 2015

<b>Uraian</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>Tw 1 2015</b>
Unit Usaha (unit)	796.537	803.454	807.478	807.903
Industri Kecil	779.090	785.906	789.837	789.957
Industri Menengah	16.387	16.484	16.566	16.863
Industri Besar	1.060	1.064	1.075	1.083
Tenaga Kerja(orang)	3.086.314	3.115.681	3.133.049	3.134.809
Industri Kecil	1.784.284	1.806.045	1.815.076	1.815.574
Industri Menengah	944.506	951.666	956.424	956.888
Industri Besar	357.524	357.970	361.549	362.347

Hal tersebut membuktikan sektor UMKM memiliki peranan strategis bagi perekonomian di Jawa Timur. Perkembangan sektor UMKM di Provinsi Jawa Timur didukung oleh peran pemerintah dalam melakukan pembinaan dari segala aspek usaha, salah satunya adalah pembinaan dan pendampingan dalam memasarkan produk UMKM.

Kegiatan komunikasi pemasaran UMKM juga dilakukan Kabupaten Gresik. Kabupaten Gresik merupakan salah satu kota industri di Provinsi Jawa Timur, peran industri di Kabupaten Gresik didukung dari usaha besar, menengah, kecil sampai mikro. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik Tahun 2014 menyebutkan jumlah unit usaha kecil dan mikro yang terbagi di 18 kecamatan dan 330 desa sebanyak 12.544 unit. Data Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan

Perdagangan di Kabupaten Gresik Tahun 2014 menyebutkan jumlah usaha mikro sebanyak 140.732 unit, Usaha Kecil sebanyak 17.508 unit dan Usaha Menengah 1.184 unit. Dengan total 159.424 unit. Secara lebih rinci dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1.2  
Daftar Jumlah UMKM Kabupaten Gresik Tahun 2014

No	Nama Kecamatan	Jumlah Usaha Mikro	Jumlah Usaha Kecil	Jumlah Usaha Menengah	Jumlah
1	Kec. Wringinanom	876	943	65	1884
2	Kec. Driyorejo	8133	515	53	8701
3	Kec. Kedamean	10486	676	25	11187
4	Kec. Menganti	12087	8790	432	21309
5	Kec. Cerme	11099	419	33	11551
6	Kec. Benjeng	7675	327	53	8055
7	Kec. Balongpanggang	11941	348	18	12307
8	Kec. Duduk Sampeyan	7408	466	17	7891
9	Kec. Kebomas	9572	744	87	10403
10	Kec. Gresik	6223	1182	143	7548
11	Kec. Manyar	8769	793	136	9698
12	Kec. Bungah	6825	365	24	7214
13	Kec. Sidayu	6455	396	27	6878
14	Kec. Dukun	6846	683	29	7558
15	Kec. Panceng	6770	181	17	6968
16	Kec. Ujungpangkah	6019	208	10	6237
17	Kec. Sangkapura	8612	310	13	8935
18	Kec. Tambak	4936	162	2	5100
	Total	140.732	17.508	1.184	159.424

Hal tersebut membuktikan bahwa usaha mikro, kecil dan menengah mempunyai peranan yang sangat signifikan dalam perkembangan industri

di Kabupaten Gresik. Kabupaten Gresik mempunyai UMKM unggulan yaitu industri batik tulis, bordir dan konveksi, kemasan atau perhiasan imitasi, rotan, rebana, tenun menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM), kopyah, anyaman bambu dan jajanan khas.

Industri unggulan prioritas yaitu industri tenun ATBM, kopyah, dan anyaman bambu. Selain UMKM yang menjadi industri unggulan, ada UMKM yang menjadi klaster industri Tahun 2014 sesuai dengan Keputusan Bupati Gresik Nomor 500/865/HK/437.12/2014 yaitu sentra Jajanan Khas Kabupaten Gresik di Kelurahan Lumpur, kerajinan rebana dan songkok di Desa Bungah, pusat makanan ringan di Desa Morowudi, kerajinan rotan dan pelepah pisang di Desa Putat Lor. Sentra industri dilakukan untuk memudahkan pembinaan dan pengembangan segala aspek usaha secara menyeluruh atas dasar produk yang dihasilkan. Permasalahan umum UMKM di Kabupaten Gresik dapat ditinjau dari berbagai aspek usaha. Pada aspek sumber daya manusia yaitu masih kekurangan tenaga kerja terampil dan sesuai keahlian. Pada aspek produksi yaitu masih menggunakan alat-alat tradisional dan belum menerapkan *Standart Operational Procedure* (SOP). Pada aspek keuangan yaitu belum memiliki pencatatan keuangan meski bersifat sederhana. Pada aspek manajemen usaha yaitu tidak memiliki struktur organisasi dan pembagian kerja. Pada aspek pemasaran yaitu produk tidak berdaya saing, belum mempunyai legalitas produk, desain kemasan yang kurang menarik dan cara mempromosikan produk pada konsumen yang kurang efektif. Permasalahan mendasar pemasaran produk UMKM di Kabupaten Gresik yaitu kurangnya kemampuan pelaku UMKM dalam mengakses

pasar dan mengkomunikasikan produk pada konsumen, sehingga secara langsung akan berpengaruh pada tujuan pemasaran yaitu adanya transaksi jual beli dan kepuasan konsumen.

Kendala akses pasar yang dialami oleh pelaku UMKM yaitu kurangnya kemampuan memperluas wilayah pemasaran dengan segmentasi konsumen yang berbeda dan membangun komunikasi pemasaran produk dengan konsumen. Adanya permasalahan internal UMKM serta perkembangan pasar yang sangat cepat menyebabkan UMKM kurang siap dan mampu dalam mengakses informasi pasar (Indra dan Lestari, 2009). Fokus komunikasi pemasaran harus mengandung informasi produk yang sesuai dengan kebutuhan atau kecenderungan pasar yaitu jenis barang, spesifikasi, kualitas, dan kuantitas. Hal tersebut dilakukan dengan dukungan efektifitas komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan pelaku UMKM di Kabupaten Gresik.

Komunikasi pemasaran terpadu mempunyai peran sebagai pencitraan suatu merek, mengembangkan kesadaran konsumen terhadap produk yang dihasilkan, dan membedakan produk yang ditawarkan pesaing lainnya. Sehingga dapat merangsang terjadinya transaksi jual beli dan menciptakan kepuasan konsumen. Komunikasi pemasaran terpadu menerapkan strategi pemasaran yaitu : periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, berita dari mulut ke mulut, dan penjualan personal. Komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh salah satu klaster industri yang ditetapkan di Kabupaten Gresik yaitu UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik lebih

menekankan pada pemenuhan produk secara langsung sesuai keperluan konsumen, bukan pada peran strategis komunikasi pemasaran terpadu yang memberi nilai tambah kepuasan konsumen.

Pelaku UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik mempunyai keterbatasan akses komunikasi pemasaran terpadu. Pemasaran yang selama ini dilakukan hanya menjual produk di daerah sekitar lokasi usaha dan tergantung pesanan. Produk dipasarkan sampai batas produk terjual pada konsumen yang datang. Pengembangan strategi komunikasi pemasaran terpadu belum sepenuhnya diterapkan pelaku UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik. Sehingga produk yang dihasilkan kurang berdaya saing untuk ditujukan pada segmentasi konsumen yang lebih tinggi dan pangsa pasar yang lebih luas. Fungsi pengembangan komunikasi pemasaran terpadu yang efektif bagi pelaku UMKM Jajanan Khas di Desa Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik adalah memberikan stimulan untuk mendukung percepatan transaksi jual beli produk, menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Kepuasan dan loyalitas konsumen diwujudkan dengan pembelian ulang produk tersebut secara berkelanjutan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana penerapan komunikasi pemasaran terpadu pada produk UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik?

2. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu yang efektif bagi produk UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui penerapan komunikasi pemasaran terpadu pada produk UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik
2. Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran terpadu yang efektif bagi produk UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik adalah menjadi referensi dalam membuat kebijakan peraturan pembinaan aktivitas pemasaran dan fasilitator untuk mengembangkan sentra UMKM dan Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik
2. Bagi Kelurahan Lumpur adalah menjadi referensi membuat program pengembangan pemasaran terpadu efektif bagi produk UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik

3. Bagi UMKM Jajanan Khas di Kelurahan Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik adalah menjadi referensi untuk mengambil langkah strategis dalam penerapan komunikasi pemasaran terpadu efektif pada usaha yang diterapkan