

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Keberhasilan pemerintah di era perkembangan globalisasi diukur dari keberhasilan sektor ekonomi yang sangat bergantung. Pembangunan nasional, khususnya pada pembangunan ekonomi memerlukan peran masyarakat didalamnya, salah satu peran masyarakat yang terlihat cukup jelas yaitu usaha mikro dan kecil menengah (UMKM). Menurut (Sarfiyah dkk) dalam (Puspita, 2023, hlmn.3) peran UMKM dalam perekonomian dalam pembangunan nasional adalah penting dan strategis, karena keberadaannya cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. Dikatakan penting karena fleksibilitas mereka di sebagian besar dunia perekonomian khususnya di sektor bisnis menjanjikan, sehingga pendapatan dan kemampuan untuk berinovasi menghasilkan kapasitas yang cukup besar.

Kontribusi terhadap produk domestik bruto selama lima tahun terakhir, diberikan oleh sektor UMKM. Peningkatan kontribusi tersebut terlihat oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop/UKM) sebesar 60,34% dari 57,84%. Selain itu, penyerapan tenaga kerja didalam negeri telah terbantu oleh sektor UMKM. Peningkatan persentase terhadap PDB Indonesia pada tahun 2018 yang diberikan oleh UMKM terjadi sebesar 57,8%. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya, peningkatan yang cukup besar terjadi pada tahun 2019 sebesar 60,3%. Akan tetapi kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia mengalami penurunan yang cukup drastis pada tahun 2020 sebesar 37,3%, dikarenakan adanya covid-19.

Usaha yang dapat tumbuh subur dan bertahan dalam perekonomian nasional adalah definisi sederhana dari kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UKM ini juga dijadikan sebagai wadah penciptaan lapangan kerja baik yang direncanakan oleh pemerintah, swasta dan/atau perusahaan perseorangan. UMKM terbukti mampu bertahan pada krisis mata uang Indonesia pada tahun 1999 dan 2008.

Meski peran UMKM dalam perekonomian Indonesia penting, namun kebijakan dan peraturan pemerintah yang mendukung UMKM saat ini dinilai kurang optimal. Pemasaran seringkali terkendala oleh birokrasi dan jaringan yang kurang luas, karena sulitnya memperoleh pembiayaan dan produksi yang kurang optimal menjadi faktor yang mempengaruhi keunggulan kompetitif UMKM. Rendahnya keterampilan dan pengetahuan sumber daya manusia, minimnya akses terhadap bank, perubahan preferensi konsumen yang tidak proporsional, dan terbatasnya penggunaan teknologi menjadi tantangan bagi LPPI dan BI untuk mempermudah pengelolaannya. Ini adalah beberapa kendala yang dijelaskan dalam (Puspita, 2023).

Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) dalam (Puspita, 2023, hlmn.5), kendala atau kesulitan yang dihadapi badan usaha UMKM adalah permasalahan pemasaran 22,94%, permodalan 22,46% dan bahan baku 19,5%, pesaing 18,99%, cuaca 13,18%, energi 11,24%, tenaga kerja 8,02%, infrastruktur 3,83%, dan lainnya 6,7%. Perkembangan UMKM tersebut perlu diperhatikan lebih lanjut baik oleh pemerintah maupun masyarakat agar nantinya dapat berkembang lebih kompetitif dengan pelaku ekonomi lainnya. Langkah-langkah pemerintah ke depan perlu diambil agar pertumbuhan dan perkembangan UMKM di berbagai daerah lebih aman.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh para ahli dalam (Hardjati et al., 2021. hlmn. 584) bahwa mengenai urgensi pengemasan produk ternyata dapat meningkatkan daya saing produk seperti dengan memperkuat pemasaran produk, memperluas segmen pasar, meningkatkan penjualan, dan mendorong UMKM untuk "naik kelas". Kemasan masa kini tidak hanya berfungsi melindungi produk dari kerusakan, namun juga membedakan, menginformasikan, dan menjadikannya menarik. Apalagi identitas produk dan media hiburan sudah cukup menjadi poin bagi konsumen untuk dimasukkan dalam satu paket. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistiono & Mulyana, 2020) bahwa para pelaku UMKM atau pemilik bisnis kecil seringkali mengabaikan kebutuhan pada pelabelan yang

baik serta kemasan produk yang mereka gunakan. Rata-rata mereka hanya berkonsentrasi pada ruang iklan seperti mencetak selebaran dan kampanye email.

Pengambilan keputusan pembelian produk dari seorang konsumen biasanya didasari atas menariknya sebuah kemasan produk, semakin menarik kemasan suatu produk maka semakin tinggi pengambilan keputusan pembelian, dengan menyampingkan aspek kebutuhan akan produk. (Ardi, dkk. 2022, hlmn.59)

Dari hasil *Pra-Survei* observasi yang peneliti lakukan di Kabupaten Pangandaran bahwa meskipun ada beberapa kemasan produk UMKM di Kabupaten Pangandaran yang terbilang sudah cukup baik, namun belum bisa menarik bagi para konsumen. Kabupaten Pangandaran merupakan salah satu daerah yang relatif kaya akan sumber daya alam dan sumber daya manusia, hal ini menjadi salah satu alasan mengapa usaha kecil dan menengah banyak bermunculan di sana. Meski banyak sekali pelaku UMKM di luar sana, namun minimnya pengetahuan masyarakat mengenai urgensi kemasan produk menjadi salah satu keterbatasan potensi pasar produk tersebut. Selain itu, rata-rata mata pencaharian masyarakat Kabupaten Pangandaran ialah nelayan menjadi salah satu faktor pendorong pelaku umkm untuk beranggapan bahwa menempuh tingkat pendidikan cukup hanya sampai SMA sehingga pengetahuan para pelaku umkm mengenai urgensi pelatihan packaging kurang. Kurangnya pemahaman para pelaku umkm mengenai urgensi kemasan pada suatu produk, dapat mempengaruhi penjualan umkm.

Adapun beberapa kemasan produk yang masih menggunakan plastik yang terbilang kurang untuk dijadikan kemasan serta bahan untuk memperkuat kemasan tersebut hanya menggunakan heker, bahkan masih menggunakan pemanas manual dari radiasi api lilin kemudian diikat oleh beberapa tali dan ditambahkan stiker nama produk sebagai salah satu bentuk estetika dari produk tersebut. Secara alamiah, konsumen akan lebih tertarik pada penampilan atau bentuk visual dari kemasan suatu produk. Selain itu, hal yang paling mempengaruhi penjualan produk seperti kualitas produk, harga produk, promosi, penyaluran produk, pelayanan, pemasaran, serta kemasan juga saling mendukung satu sama lain.

Padahal salah satu aspek penting dalam sebuah kemasan adalah adanya label serta cara untuk mendapatkannya juga paling sulit, dan kemasan produk harus menjadi kunci penting dari strategi penjualan. Namun sayangnya, para pelaku UMKM seringkali tidak menyadari bahwa banyak konsumen yang lebih memperhatikan bentuk visual yang menarik. Sehingga hal itu menjadi salah satu faktor rendahnya pendapatan para pelaku umkm disana. Perkembangan saat ini membuat produk UMKM terus menghadapi persaingan yang ketat, sehingga diperlukan inovasi variasi produk dan kemasan untuk meningkatkan nilai jual produk. Pendapatan penjualan adalah ukuran jumlah dan jangkauan barang dan jasa yang terjual. Pendapatan mengacu pada barang yang dijual secara tunai selama periode waktu tertentu, dan tentu saja mencakup strategi pelayanan yang baik.

Oleh karena, itu diperlukan tambahan pengetahuan dan keterampilan produk berupa pelatihan pengemasan. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai pentingnya pelatihan pengemasan dan juga memberikan pandangan bahwa pengemasan yang menarik tidak memerlukan biaya yang besar dan dapat berdampak pada penjualan.

Seperti yang telah disebutkan di atas, penulis tertarik untuk mendapatkan judul **“Pengaruh Kualitas Pelatihan *Packaging* Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM di Kabupaten Pangandaran”**

## **1.2. Identifikasi Masalah Penelitian**

Dari latar belakang di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa timbul permasalahan sebagai berikut:

- a. Rendahnya tingkat pendapatan pelaku umkm, kurang dari 2jt rupiah.
- b. Rendahnya minat masyarakat terhadap urgensi pelatihan tingkat pendidikan sehingga pengetahuan masyarakat mengenai urgensi pelatihan *packaging* kurang.
- c. Adanya anggapan bahwa kemasan yang menarik memiliki harga jual yang tinggi.

## **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut “Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelatihan Packaging Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah”.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah yang di paparkan, maka tujuan dari permasalahan tersebut yaitu untuk mengetahui Pengaruh Pelatihan Packaging Terhadap Tingkat Volume Penjualan UMKM di Baraya UMKM Kabupaten Pangandaran.

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan hasil penelitian yang bermanfaat bagi kedua belah pihak. Hal ini membawa manfaat langsung dan tidak langsung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan, dan pengembangan pada penelitian selanjutnya.

#### **1.6. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah seperangkat nilai yang berupa simbol atau konsep dalam penelitian yang data diukur serta diamati supaya yang akan terjadi penelitian diketahui serta memudahkan pengukuran juga penelitian, maka variabel-variabel pada penelitian didefinisikan pada bentuk definisi operasional. Dalam penelitian ini bentuk operasionalnya adalah:

##### **1.6.1. Pelatihan *Packaging***

Pelatihan adalah bagian pendidikan nonformal yang mengembangkan sumber daya manusia melalui serangkaian identifikasi, evaluasi, dan proses pembelajaran yang terencana dengan memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan perubahan sikap agar dapat melaksanakan tugas dengan cepat dan efektif sesuai peraturan. Dan juga merupakan kegiatan yang bertujuan untuk diselesaikan tepat waktu sesuai dengan bidang yang butuhkan. Kemasan merupakan identitas suatu produk, media komunikasi, dan sumber informasi produk yang disampaikan oleh pelaku ekonomi untuk meningkatkan efisiensi dan meningkatkan daya tarik produk. Tentu saja, hal ini harus dimasukkan ke dalam fungsionalitas produk.

##### **1.6.2. Penjualan**

Pendapatan atau penjualan adalah pendapatan bersih dari laporan laba rugi yang dihasilkan dari penjualan seluruh produk selama periode tertentu seperti harga, keuntungan, kualitas, produk, produksi. Volume penjualan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah seberapa banyak tingkat volume penjualan produk UMKM.

#### 1.6.3. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha mikro kecil menengah merupakan suatu badan usaha milik orang atau perorangan yang berdiri sendiri dan memenuhi kriteria tertentu. Pada penelitian ini, fokus dari UMKM itu sendiri adalah produk UMKM yang dimiliki oleh pelaku UMKM yang ada di Komunitas Baraya UMKM Kabupaten Pangandaran.