

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil Menengah atau yang sering disingkat UKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. UKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UKM ini juga sangat membantu negara atau pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu UKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar. Dalam perkembangannya UKM lebih cepat memiliki pasar.

Kebanyakan orang yang ingin membuka usaha selalu kebingungan dalam memulai membuka usaha, masalah kebingungan tersebut biasanya timbul karena kurangnya informasi yang didapat perihal usaha yang akan dibuka tersebut. Usaha ini mau dimulai dari mana? Berapa modal yang dibutuhkan? Lokasi dan peluang usaha? Ataupun masih bingung untuk membuka usaha apa? dan masih banyak lagi hal yang menghambat terealisasinya ide usaha. Sulitnya memutuskan untuk memulai berwirausaha hampir melanda seluruh lapisan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat menengah ke bawah. Banyak faktor penyebabnya mulai dari pola pikir dan bahkan sampai kepada permasalahan mengenai permodalan yang mengakibatkan mereka belum berani untuk memulai suatu kegiatan yang disebut wirausaha. Berwirausaha bertujuan agar mampu menatap masa depan yang lebih baik, dengan berwirausaha diharapkan seseorang mampu mandiri, membuka lapangan kerja bagi orang lain dan menjadi bos bagi usahanya (Kasmir, 2009).

Apabila masyarakat Indonesia mampu mengembangkan jiwa wirausaha, maka banyak hal yang dapat dilakukan. Terlebih lagi di bidang pertanian. Pertanian selain

di manfaatkan sebagai mata pencaharian, juga bisa di manfaatkan sebagai lahan berwirausaha.

Saat ini persaingan pasar sangatlah ketat. Apalagi saat ini persaingannya tak hanya dengan masyarakat kita sendiri, namun kita harus bersaing dengan luar negeri. Semua produk bisa saja masuk ke area pasar Indonesia dengan berbagai macam bentuk produk. Apabila kita tidak bisa mengatur strategi pemasaran yang tepat dan cepat maka akan tersaingi dengan produk-produk asing. Jika kita tidak bisa mengembangkan dan berinovasi maka lama kelamaan banyak pengusaha-pengusaha kecil akan gulung tikar. Namun dalam persaingan tersebut masyarakat Indonesia tak henti-hentinya untuk berinovasi untuk bisa bersaing. Salah satu pendorong perekonomian di negara ini yaitu dengan cara berwirausaha. Usaha yang sudah banyak dilakukan adalah usaha di bidang makanan ringan. Diantaranya seperti kerupuk, keripik, makaroni, sambal tempe. Oleh karena itu, usaha di bidang makanan ringan menjadi peluang bisnis yang besar bagi para pengusaha.

Biasanya beberapa hal yang menjadi kendala dalam pengembangan usaha ini antara lain yaitu produksi dan pemasaran. Selain terdapat kendala di dalam usaha ini juga terdapat peluang yang sangat menguntungkan, karena dengan adanya industri-industri kecil mampu membuka peluang bagi masyarakat, sehingga dapat memberdayakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada sebagai tenaga kerja yang efektif dan efisien. Selain itu juga dapat berperan dalam kelancaran perekonomian nasional pada umumnya. Usaha yang akan dilakukan adalah usaha pengemasan sambal tempe “**ASYFA**” yang kemas secara langsung dan memasarkannya. Diharapkan dari usaha ini dapat memperoleh keuntungan dan dapat memperbaiki kualitas makanan Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah tertulis di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana proses pengemasan sambal tempe “**ASYFA**” di Desa Kesilir Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi.
2. Bagaimana strategi pemasaran pengemasan sambal tempe “**ASYFA**” di Desa Kesilir Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi.
3. Bagaimana cara menganalisis laba / rugi usaha pengemasan sambal tempe “**ASYFA**” dengan menggunakan analisis BEP, R/C Ratio, dan ROI.

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari pelaksanaan Tugas Akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana proses pengemasan sambal tempe “**ASYFA**” di Desa Kesilir Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran pengemasan sambal tempe “**ASYFA**” di Desa Kesilir Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi.
3. Untuk mengetahui analisis laba / rugi usaha pengemasan sambal tempe “**ASYFA**” dengan menggunakan analisis BEP, R/C Ratio, dan ROI.

1.4 Manfaat

Manfaat dari Tugas Akhir ini adalah :

1. Bisa digunakan sebagai acuan berwirausaha khususnya di bidang olahan tanaman pertanian.
2. Dapat memberi wawasan bagi mahasiswa untuk berwirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan.
3. Menambah kreatifitas berwirausaha bagi para wirasahawan.