

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri Kecil Menengah (IKM) menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2018 Tentang Pemberdayaan Industri merupakan perusahaan industri dengan tolak ukur usahanya didasarkan pada jumlah tenaga kerja dan nilai investasi oleh Menteri sebagai Industri Kecil dan Menengah. Secara umum IKM memiliki perbedaan yang mendasar dengan UKM di mana IKM berfokus pada aktivitas produksi berbagai jenis barang yang akan dijual sedangkan UKM berfokus pada pemasaran barang-barang yang sebelumnya telah diproduksi oleh IKM.

Industri Kecil Menengah (IKM) membawa pengaruh yang sangat besar bagi perekonomian di Indonesia dibanding jenis unit usaha lainnya. Berdasarkan siaran pers HM.4.6/553/SET.M.EKON.3/10/2022 yang diselenggarakan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pada 1 Oktober 2022 dikatakan bahwa Peran IKM membantu pertumbuhan perekonomian Indonesia hingga 99% dari keseluruhan unit usaha. Hal ini juga terlihat dari pada PDB yang mencapai 60.5% dan turut membantu penyerapan tenaga kerja hingga 96.9% dari total penyerapan tenaga kerja Indonesia.

Di era yang sudah modern, banyak sekali macam usaha dimulai dari kebutuhan primer masyarakat seperti makanan, minuman, dan pakaian yang bervariasi hingga kebutuhan non-primer seperti oleh-oleh dan souvenir dari industri pariwisata. Pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan suatu daerah umumnya memiliki souvenir yang menjadi kekhasan dari daerah tersebut baik dalam rupa makanan atau minuman hingga souvenir seperti gantungan kunci, hiasan dinding, dan pernak-pernik lainnya. Hal ini tak terkecuali pada daerah pariwisata Borobudur. Dengan berbagai macam nilai jual yang dimiliki oleh daerah Borobudur tentunya penting bagi mereka untuk memiliki souvenir khas mereka. Salah satu souvenir yang umum dijual di daerah Borobudur adalah kerajinan tangan berbahan fiber dengan bentuk Candi Borobudur. IKM yang menjadi produsen dari souvenir serupa sangat banyak dengan berbagai inovasi dan kreativitas mereka sehingga menghasilkan produk yang beragam.

Adanya potensi nilai kebudayaan yang bisa dibawa dari produk souvenir mendorong anak muda di Desa Wisata Kampung Gula untuk mendirikan IKM yang bergerak di bidang pembuatan souvenir. Desa Wisata Kampung Gula merupakan salah satu desa wisata yang didirikan pada tahun 2019 dan terletak di Dusun Jligu, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. Awal didirikannya Desa Wisata ini ditujukan untuk mengayomi para produsen Gula Jawa yang berada pada daerah tersebut dikarenakan para produsen merupakan orang tua yang tidak mengerti cara memasarkan produk mereka sehingga pasar yang dimiliki tidak berkembang. Anak muda yang mengelola Kampung Gula saat ini membantu memperkenalkan produk gula jawa yang dibuat oleh produsen sekitar dengan cara menyediakan wisata edukasi yang berfokus pada pembuatan gula jawa dan mempromosikan produk mereka pada berbagai *event* kebudayaan di sekitar Borobudur.

Hingga saat ini aktivitas yang dilakukan oleh Kampung Gula masih berfokus pada IKM Gula Jawa. Namun, dengan adanya sumber daya manusia yang tersedia di daerah sekitar Borobudur membuat Kampung Gula ingin memperluas sarana pengenalan budaya mereka melalui produk souvenir yang bisa digunakan oleh khalayak umum. Dengan ketersediaan mesin pembuat souvenir yakni Mesin CNC Laser yang dimiliki oleh Kampung Gula membuat anak muda di daerah tersebut memutuskan untuk mendirikan IKM Souvenir Borobudur. Keberadaan IKM Souvenir Borobudur ini diharapkan bisa semakin memperkenalkan Kampung Gula pada masyarakat umum dan memajukan desa tersebut.

Dalam mendirikan IKM Souvenir Borobudur ini terdapat salah satu promotor yang ingin membantu mempromosikan IKM Souvenir Borobudur dan Kampung Gula. Salah satu promotor yang dimiliki oleh Kampung Gula adalah Yayasan Atma Nusvantara Jati (ATSANTI). Yayasan ATSANTI merupakan lembaga non-profit yang bergerak di bidang pendidikan, pariwisata, dan kebudayaan. Selain Yayasan ATSANTI, dalam hal ini terdapat pula peran dari pihak lain yaitu masyarakat selaku calon konsumen. Oleh karena itu, dalam penelitian ini terdapat tiga *stakeholder* yang terlibat yakni IKM Souvenir Borobudur, Yayasan ATSANTI, dan masyarakat selaku calon konsumen.

Jenis produk souvenir yang dipilih pada penelitian ini adalah gantungan kunci. Melalui wawancara dengan pihak Yayasan ATSANTI dan IKM Souvenir Borobudur, hal tersebut menjadi pertimbangan karena gantungan kunci

merupakan produk yang dapat digunakan oleh berbagai macam segmen pasar sehingga bisa mengincar target pasar yang luas. Selain itu, dengan mempertimbangkan kapasitas mesin yang tidak terlalu besar menjadi salah satu alasan terpilihnya souvenir gantungan kunci karena memiliki ukuran yang kecil serta tidak membutuhkan proses pembuatan yang rumit. Dalam pemilihan material, terdapat dua material yang dibandingkan yakni akrilik dan kayu. Melalui wawancara dengan pihak IKM Souvenir Borobudur, akrilik merupakan material yang terpilih untuk digunakan sebagai bahan dasar pembuatan gantungan kunci. Hal ini menjadi pertimbangan karena akrilik merupakan material yang memiliki fleksibilitas desain baik dalam hal warna dan efek yang diberikan. Selain itu akrilik juga memiliki bobot yang ringan serta mudah dibentuk sehingga cocok untuk digunakan sebagai bahan dasar souvenir gantungan kunci.

Yayasan ATSANTI sebagai promotor menginginkan adanya produk yang memiliki kekhasan daerah Borobudur sehingga bisa memperkenalkan kebudayaan daerah tersebut pada masyarakat luas. Melalui souvenir gantungan kunci yang dibuat oleh IKM Souvenir Borobudur ini juga diharapkan produk tersebut bisa membantu IKM Souvenir Borobudur untuk melakukan aktivitas penjualan. Selain itu, adanya produk souvenir gantungan kunci dengan konsep baru juga diinginkan oleh Masyarakat selaku calon konsumen. Berdasarkan penjelasan kebutuhan tersebut dapat diketahui bahwa Yayasan ATSANTI, IKM Souvenir Borobudur, dan masyarakat selaku calon konsumen merupakan *stakeholder* yang terlibat pada penelitian ini.

Melalui dua kebutuhan yang dimiliki oleh Yayasan ATSANTI dan IKM Souvenir Borobudur maka dalam pembuatan souvenir gantungan kunci ini dibutuhkan jenis gantungan kunci yang memiliki ciri khas daerah Borobudur. Namun dalam proses mendirikan IKM Souvenir Borobudur masih terdapat kendala yang membuat IKM ini belum didirikan. Melalui wawancara dengan pihak IKM Souvenir Borobudur, diketahui bahwa kendala dalam mendirikan IKM Souvenir Borobudur ini adalah belum terdapat produk souvenir yang diproduksi dan dijual meskipun sudah memiliki mesin dan jenis souvenir yang ingin diproduksi. Melalui hasil wawancara tersebut maka permasalahan belum adanya produk souvenir dengan ciri khas Candi Borobudur yang dapat diproduksi oleh IKM merupakan permasalahan yang paling penting untuk diteliti untuk mendapatkan sebab permasalahan dan solusi penyelesaiannya.

1.2. Penelusuran Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, diketahui bahwa permasalahan utama yang terjadi pada IKM Suvenir Borobudur adalah belum terdapat produk suvenir gantungan kunci dengan ciri khas Candi Borobudur yang diproduksi dan dapat dijual oleh pihak IKM. Permasalahan tersebut tentunya memberi dampak dari tiap *stakeholder* yakni IKM Suvenir Borobudur selaku produsen, Pihak Yayasan ATSANTI selaku promotor dari Kampung Gula, dan masyarakat selaku calon konsumen dari produk tersebut.

Adapun keinginan dari *stakeholder* pertama yakni IKM Suvenir Borobudur adalah adanya produk yang dapat mereka jual tanpa perlu tengkulak dari produsen lain. Pada *stakeholder* kedua yakni pihak Yayasan ATSANTI menginginkan adanya produk suvenir yang memiliki kekhasan daerah Borobudur sehingga bisa menjadi sarana pengembangan budaya bagi daerah tersebut. *Stakeholder* ketiga yakni masyarakat selaku calon konsumen menginginkan adanya produk suvenir yang memiliki konsep baru dan unik dikarenakan produk suvenir yang beredar saat ini memiliki desain yang monoton. Melalui keinginan yang dimiliki oleh tiap-tiap *stakeholder*, adanya permasalahan yang terjadi pada IKM Suvenir Borobudur menyebabkan keinginan dari tiap *stakeholder* tidak bisa terpenuhi. Berikut merupakan dampak dari permasalahan bagi masing-masing *stakeholder*.

Tabel 1.1. Dampak Permasalahan Bagi Tiap *Stakeholder*

Masalah	<i>Stakeholder</i> Terkait	Dampak
Belum ada produk suvenir gantungan kunci dengan ciri khas Candi Borobudur yang dapat dijual	Yayasan ATSANTI	Menghambat sarana pengembangan budaya yang ingin dilakukan oleh pihak yayasan ATSANTI.
	IKM Suvenir Borobudur	Para pekerja pada IKM tidak bisa mendapatkan pendapatan dikarenakan tidak terdapat proses bisnis yang berjalan
	Masyarakat	Tidak bisa mendapatkan produk suvenir dengan konsep yang baru

Berdasarkan tabel tersebut diketahui terdapat permasalahan umum berupa belum ada produk suvenir gantungan kunci dengan ciri khas Candi Borobudur untuk diproduksi oleh IKM Suvenir Borobudur. Permasalahan tersebut

memberikan dampak bagi ketiga *stakeholder* yang berkaitan dengan permasalahan tersebut. Pada Yayasan ATSANTI, permasalahan tidak ada produk yang dapat dijual menyebabkan sarana pengembangan budaya yang ingin mereka lakukan terhambat. Hal ini dikarenakan Yayasan ATSANTI selaku promotor menginginkan adanya produk souvenir sebagai sarana untuk membantu pihak Kampung Gula dalam memperkenalkan desa wisata tersebut.

Pada IKM Souvenir Borobudur, permasalahan yang timbul menyebabkan tidak adanya pemasukan yang bisa didapatkan sehingga para pekerja pada IKM tidak bisa mendapatkan pendapatan dikarenakan proses bisnis tidak berjalan. Pada Masyarakat, permasalahan yang terjadi menyebabkan masyarakat selaku calon konsumen tidak bisa mendapatkan produk souvenir dengan konsep yang baru.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan pada IKM Souvenir Borobudur adalah belum terdapat produk souvenir gantungan kunci dengan ciri khas Candi Borobudur untuk diproduksi oleh IKM Souvenir Borobudur.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas maka didapatkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan desain gantungan kunci yang menunjukkan ciri khas Candi Borobudur.

1.5. Batasan Masalah

Adapun supaya jangkauan penelitian ini tidak melebar maka dalam penelitian ini diberikan batasan masalah sebagai berikut:

- a. Total desain souvenir gantungan kunci yang dihasilkan pada penelitian ini berjumlah 3 desain dan menjadi *Critical Success Factor* dalam penelitian.
- b. Ukuran produk souvenir tidak melebihi kapasitas yang dimiliki mesin CNC Laser yaitu sebesar 32 x 20 cm.
- c. Penelitian hanya berfokus pada perancangan produk souvenir gantungan kunci dan proses produksi masih dalam tahap uji coba sehingga tidak membahas perhitungan biaya produksi serta HPP.
- d. Segala hal yang berkaitan dengan pengadaan alat tidak dibahas pada penelitian ini.