

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi yang sangat strategis dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UKM (2021) menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 64,2 juta unit usaha, dengan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atau senilai Rp 8.573,89 triliun, serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja ian nasional. Kontribusi besar ini menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian sekaligus motor penggerak pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan. Namun, di balik peran penting tersebut, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan yang berpotensi menghambat daya saing, seperti keterbatasan permodalan, rendahnya adopsi teknologi, lemahnya strategi pemasaran, serta meningkatnya intensitas persaingan antar pelaku usaha (Sriwati, 2025).

Pada sektor pangan, UMKM menunjukkan dinamika yang tinggi. Potensi pasar camilan lokal meningkat, tetapi keterbatasan strategi bisnis adaptif membuat banyak pelaku usaha terhambat. Penelitian Nurshanti *et al.* (2025) UMKM kuliner dan Akbar (2021) pada UMKM kerupuk tradisional membuktikan bahwa kelemahan promosi, keterbatasan SDM, dan minimnya inovasi masih menjadi hambatan utama. Hal ini menegaskan bahwa strategi pengembangan usaha harus mempertimbangkan analisis faktor internal maupun eksternal secara menyeluruh (Mulyana & Muttaqin, 2024).

Fenomena serupa juga dapat ditemui pada usaha keripik pangsit di Desa Gumawang, Kecamatan Pecalungan, Kabupaten Batang, yang dikelola oleh Bapak Tardi sejak tahun 2021. Usaha ini merupakan satu-satunya produsen keripik pangsit di desa tersebut, sehingga memiliki peluang pasar yang cukup potensial. Namun, dalam praktiknya, usaha ini masih menghadapi sejumlah kendala yang berpotensi menghambat pengembangan, antara lain keterbatasan kapasitas produksi,

pemasaran yang masih sederhana, keterbatasan tenaga kerja, serta minimnya inovasi produk. Selain itu, perubahan preferensi konsumen yang semakin terbuka terhadap produk camilan modern serta ketatnya persaingan dari produk substitusi menuntut adanya strategi yang lebih adaptif (Munzi et al., 2023).

Apabila persoalan ini tidak segera diatasi, keberlangsungan usaha berisiko mengalami stagnasi atau bahkan penurunan daya saing. Beberapa penelitian sebelumnya memang telah memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi UMKM. Akan tetapi, fokus penelitian lebih banyak diarahkan pada UMKM berskala waralaba atau UMKM tradisional dengan produk sejenis kerupuk, seperti yang dilakukan oleh Nurshanti *et al.* (2025) maupun (Akbar, 2021). Penelitian tersebut berhasil memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha, serta menyusun strategi pengembangan berbasis SWOT maupun Business Model Canvas (BMC). Namun demikian, penelitian terdahulu masih jarang memasukkan analisis faktor eksternal makro melalui pendekatan PESTEL. Padahal, keberlangsungan UMKM skala kecil di wilayah pedesaan sangat dipengaruhi oleh dinamika kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi lokal, perkembangan teknologi digital, serta perubahan gaya hidup konsumen (Yarlina & Hunda, 2021). Kekosongan kajian ini menegaskan pentingnya mengintegrasikan analisis PESTEL ke dalam strategi pengembangan usaha keripik pangsit, sehingga penelitian ini mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Kondisi ini menciptakan kesenjangan penelitian (*research gap*) yang penting untuk diisi.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengombinasikan analisis SWOT, PESTEL, dan BMC. SWOT digunakan untuk memetakan faktor internal dan eksternal, PESTEL memperluas analisis makro pada aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum, sedangkan BMC mendeskripsikan model bisnis yang praktis. Integrasi ketiga analisis ini diharapkan menghasilkan strategi pengembangan usaha keripik pangsit yang lebih komprehensif, adaptif, dan kontekstual sesuai dengan kondisi lokal pedesaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa usaha pembuatan keripik pangsit di Desa Gumawang, yang dijalankan oleh Bapak Tardi sebagai satu-satunya produsen, masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usahanya. Mulai dari keterbatasan efisiensi produksi, pemasaran yang belum optimal, hingga belum adanya strategi pengembangan berbasis analisis yang komprehensif. Di sisi lain, potensi pasar untuk produk camilan lokal masih terbuka lebar, terlebih dengan adanya peluang digitalisasi dan tren konsumsi makanan ringan yang terus meningkat. Oleh karena itu, perlu dirumuskan pertanyaan inti yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang tepat bagi produsen keripik pangsit di Desa Gumawang berdasarkan hasil analisis SWOT, dengan mempertimbangkan faktor eksternal melalui analisis PESTEL serta kerangka model bisnis *Business Model Canvas* (BMC), sehingga mampu mengoptimalkan potensi internal dan eksternal yang dimiliki, sekaligus menjawab tantangan yang belum terpecahkan dalam aspek produksi, pemasaran, dan daya saing usaha?

Rumusan masalah ini mencerminkan kesenjangan utama (research gap), yaitu belum adanya strategi terstruktur yang mampu merangkum seluruh aspek internal dan eksternal usaha secara menyeluruh dan aplikatif, terutama di konteks usaha mikro yang berada di wilayah pedesaan dengan akses dan sumber daya yang terbatas.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat bagi produsen keripik pangsit di Desa Gumawang. Strategi tersebut disusun dengan memanfaatkan hasil analisis SWOT guna mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan faktor eksternal melalui analisis PESTEL agar mampu memahami dinamika lingkungan politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum yang berpengaruh terhadap usaha. Lebih lanjut, kerangka *Business Model Canvas(BMC)* digunakan untuk menyusun model bisnis yang terstruktur sehingga dapat mengoptimalkan potensi internal maupun eksternal yang dimiliki. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi strategis yang tidak hanya meningkatkan efektivitas produksi, tetapi juga memperkuat aspek pemasaran dan daya saing usaha dalam menghadapi tantangan yang ada.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang kewirausahaan, strategi bisnis, dan pengelolaan usaha mikro berbasis lokal. Dengan mengaplikasikan analisis SWOT dalam konteks nyata di Desa Gumawang, penelitian ini mampu menunjukkan bagaimana teori strategi pengembangan usaha dapat diadaptasi dan diterapkan pada skala usaha kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya namun menyimpan potensi besar untuk tumbuh. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya referensi akademik yang selama ini lebih banyak terfokus pada UMKM perkotaan atau usaha berskala menengah, dengan menghadirkan perspektif baru dari wilayah pedesaan dan usaha rumahan. Hasil penelitian ini juga berpeluang menjadi rujukan untuk penelitian-penelitian lanjutan yang ingin

mengkaji strategi pengembangan usaha dari sisi komunitas lokal, inovasi dalam keterbatasan, serta pendekatan pemasaran digital pada bisnis mikro.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat nyata bagi pelaku usaha, masyarakat, dan pemangku kebijakan. Bagi produsen keripik pangsit di Desa Gumawang, hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman strategis dalam mengembangkan usahanya, baik dalam hal peningkatan efisiensi produksi, inovasi produk, hingga perluasan pasar melalui pendekatan digital. Dengan strategi yang lebih terarah dan berbasis pada analisis SWOT, produsen dapat mengetahui kekuatan yang perlu diperkuat, kelemahan yang perlu diminimalkan, serta peluang dan ancaman yang perlu diantisipasi. Bagi masyarakat desa secara umum, pengembangan usaha lokal seperti ini dapat mendorong terbukanya lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan penguatan ekonomi desa. Sementara bagi pemerintah desa maupun instansi yang membina UMKM, penelitian ini memberikan masukan dan rekomendasi berbasis data lapangan untuk menyusun program pemberdayaan yang tepat sasaran dan berkelanjutan. Penelitian ini juga menjadi acuan untuk perencanaan kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor informal di daerah, serta mendukung transformasi digital bagi usaha kecil dalam skala lokal.