

## **I. PENDAHULUAN**

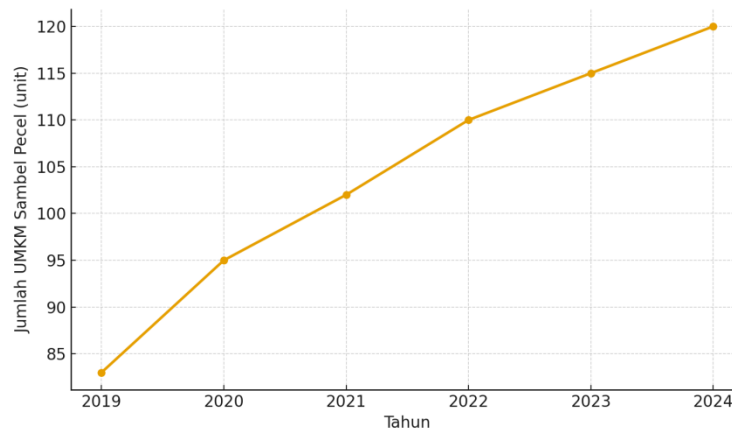
### **1.1. Latar Belakang**

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang begitu pesat. Salah satu pemicu pertumbuhan ini adalah dorongan pemerintah yang mengubah pola pikir masyarakat dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan pekerjaan melalui UMKM. Jumlah UMKM yang ada di Indonesia mencapai 66 juta pelaku UMKM, pada provinsi Jawa Timur berjumlah 9,78 juta, sedangkan jumlah UMKM yang berada di Kota Madiun saat ini tercatat sebanyak 23.093 unit, yang terdiri dari berbagai jenis usaha mulai makanan hingga souvenir (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Selain menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, UMKM juga mampu menciptakan peluang usaha yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan sektor UMKM bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan sementara bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor formal, tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktivitas ekonomi. Hal ini dikarenakan jumlah penyerapan tenaga kerjanya yang demikian besar. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis ekonomi, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM. Kementerian Koperasi dan UMKM (2024) menyebutkan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan,

kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif.

Kota Madiun, terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia, memiliki luas wilayah 33,23 km<sup>2</sup> dan terdiri dari 27 kelurahan yang tersebar di tiga kecamatan yaitu Kartoharjo, Manguharjo, dan Taman. Kota Madiun memiliki banyak UMKM yang berkembang pesat di berbagai sektor. Potensi produk yang dihasilkan UMKM di Kota Madiun seperti sambel pecel, brem, keripik tempe, lempeng, kopi, dan wedang uwuh. Dari sektor UMKM tersebut, salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar adalah produksi makanan khas daerah. Dimana makanan khas yang terkenal yaitu sambel pecel yang merupakan salah satu produk unggulan yang memiliki peluang pasar luas, baik di dalam maupun luar negeri. Sambal pecel diproduksi menggunakan kacang tanah yang memiliki kandungan protein dan lemak yang tinggi. Saat ini, sambal pecel sudah banyak diproduksi oleh UMKM dalam bentuk instan. Batasan yang menjadi tolok ukur pembeli dalam memilih kualitas sambal pecel adalah aroma, warna, tekstur, dan rasa. Aroma serta rasa memainkan peran penting untuk menentukan tingkat penerimaan pelanggan terhadap sambal pecel. Selain itu keunggulan dari sambal pecel sendiri yaitu tanpa bahan pengawet, dengan proses penggorengan tanpa minyak goreng serta menggunakan jenis kacang yang berkualitas. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kota Madiun (2024), terdapat sekitar 120 pelaku usaha sambel pecel yang aktif atau tumbuh setiap tahunnya. Jumlah pengolah sambel pecel tersebut meningkat dari 83 unit pada tahun 2019 menjadi 120 pada tahun 2024, menunjukkan besarnya minat masyarakat terhadap usaha sambel pecel sebagai produk kuliner khas daerah.



Gambar 1.1 Tren Pertumbuhan UMKM Sambel Pecel di Kota Madiun

Daya saing UMKM sambel pecel di Kota Madiun sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi aspek manajerial, inovasi produk, kualitas bahan baku, dan efisiensi produksi, sedangkan faktor eksternal mencakup kondisi pasar, regulasi pemerintah, tren konsumen, serta persaingan dengan produk sejenis dari daerah lain. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis kedua faktor tersebut guna memahami kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM sambel pecel di Kota Madiun.

Sebagai bentuk dukungan nyata terhadap pelaku UMKM kecil, Pemerintah Kota Madiun melalui inisiatif Ibu Walikota membentuk komunitas Juraga Sambel Pecel. Komunitas ini bertujuan untuk menampung, membina, dan memberdayakan UMKM kecil, khususnya produsen sambel pecel agar dapat meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, serta memperluas jaringan pemasaran. Dengan adanya komunitas ini, para pelaku UMKM mendapatkan akses pelatihan, pendampingan, serta peluang kolaborasi yang lebih luas, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk olahan sambel pecel Kota Madiun di pasar lokal maupun nasional.

Banyak sambel pecel populer yang ada di Kota Madiun, seperti sambel pecel Pojok, sambel pecel 99, sambel pecel Karang Sari, sambel pecel Tanjung,

sambel pecel Yu Gembrot, dan sambel pecel Mirasa. Banyak diminati masyarakat karena mempunyai cita rasa yang khas berasal dari daun jeruk purut dan tekstur sambel pecel berbeda dengan daerah lain. Untuk dapat bertahan dan berkembang dalam industri yang kompetitif, UMKM sambel pecel di Kota Madiun perlu memiliki strategi yang tepat guna meningkatkan daya saingnya. Alternatif strategi dapat diperoleh melalui berbagai pendekatan, seperti inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, serta kemitraan dengan berbagai pihak. Dengan adanya strategi yang tepat, UMKM sambel pecel tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya, tetapi juga memperluas pangsa pasarnya.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut, pada penelitian terdahulu diketahui bahwa di sektor sambel pecel di Kota Madiun sebagian besar hanya fokus pada pemasaran tanpa melihat daya saing sebagai fenomena yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya, serta analisis SOAR belum banyak diterapkan secara mendalam pada studi kasus UMKM sambel pecel. Penelitian ini penting karena hasilnya diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi konkret bagi UMKM sambel pecel agar mampu memperkuat posisi kompetitifnya melalui peningkatan kualitas produk, inovasi pemasaran digital, serta kolaborasi antar anggota komunitas. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi dalam penyusunan model pengembangan daya saing berbasis komunitas yang dapat diterapkan pada sektor UMKM lainnya di daerah. Sehingga penulis mengambil judul “Strategi Peningkatan Daya Saing Pada Produk Olahan Sambel Pecel (Studi Kasus Pada Komunitas UMKM Juragan Sambel Pecel di Kota Madiun)”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan antara lain adalah:

1. Bagaimana daya saing pada komunitas UMKM Juragan Sambel Pecel di Kota Madiun?
2. Apakah faktor internal dan eksternal pada komunitas UMKM Juragan Sambel Pecel di Kota Madiun?
3. Bagaimana merumuskan alternatif strategi terhadap penentu daya saing pada komunitas UMKM Juragan Sambel Pecel di Kota Madiun?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis daya saing komunitas UMKM Juragan Sambel Pecel di Kota Madiun.
2. Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada komunitas UMKM Juragan Sambel Pecel di Kota Madiun.
3. Merumuskan alternatif strategi pengembangan daya saing pada komunitas UMKM Juragan Sambel Pecel di Kota Madiun.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian dan penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Bagi peneliti, meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam mengidentifikasi dan menganalisis yang berkaitan dengan topik penelitian.

2. Bagi pemerintah, diharapkan menjadi sumbangsih pemikiran dan pertimbangan dalam menyusun kebijakan mengenai daya saing olahan agroindustri.
3. Bagi pembaca, sebagai bahan pustaka dalam menambah wawasan yang berkaitan dengan daya saing olahan agroindustri.