

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Koperasi dan UMKM merupakan jenis usaha yang memiliki peranan penting dalam peningkatan PDB (Produk Domestik Bruto) sebuah negara khususnya di Indonesia dengan menghadapi era 4.0 yang merupakan otomatisasi sistem produksi dengan memanfaatkan teknologi dan big data. Revolusi industri telah terjadi sejak tahun 1975 dan harus berlanjut hingga sampai saat ini. Dan untuk saat ini memasuki revolusi industri ke-4, semuanya telah berubah secara dramatis. Prinsip rancangan dalam Revolusi Industri 4.0 yang membantu sebuah usaha untuk dapat mengidentifikasi dan mengimplementasikan skenario-skenario dalam revolusi industri 4.0 seperti Interoperabilitas, Transparansi Informasi, Bantuan Teknis, dan Keputusan Mandiri (Amri, 2020)

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) adalah salah satu program yang dikeluarkan oleh Pemerintah untuk mengatasi kemiskinan serta pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM sendiri memiliki julukan si kecil yang berperan besar. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) melaporkan pada tahun 2021 total UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 61,07 persen atau senilai Rp 8.573,89 Triliun. UMKM mampu menyerap 97 persen dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai dengan 60,42 persen dari total investasi di Indonesia (Rifai, 2022).

Salah satu kota kecil dengan perekonomian maju di Jawa Tengah adalah Kota Salatiga. Dikutip dari laman jatimnetwork.com Kota Salatiga menduduki urutan keempat dari enam kota paling maju di Jawa tengah, dengan jumlah PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) per kapita Kota Salatiga di tahun 2020 adalah Rp. 69,14 Juta dan meningkat hingga Rp. 72,38 Juta pada tahun 2021. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Salatiga, perekonomian Kota Salatiga pada tahun 2021

berdasarkan besaran Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku (ADHB) mencapai Rp 14.006,59 miliar dan atas dasar harga konstan (ADHK) 2010 mencapai Rp 9.820,29 miliar. Perekonomian Kota Salatiga pada tahun 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 3,33 persen di tengah pandemi Covid 19 masih melanda akan tetapi kondisi perekonomian sudah mulai membaik. Dari sisi pengeluaran, pertumbuhan terjadi pada seluruh komponen dengan pertumbuhan tertinggi dialami oleh komponen Pengeluaran Konsumsi Pemerintah sebesar 2,43 persen. Tepat sebelum pandemi Covid melanda, pada tahun 2019 jumlah perusahaan industri kecil menengah di kota Salatiga menurut Badan Pusat Statistik Kota Salatiga adalah sebanyak 1.969 unit usaha (Badan Pusat Statistika Kota Salatiga, 2019)

Sebagai masyarakat Indonesia tentu saja pemandangan maupun aktivitas sehari-hari tidak terlepas dari berbagai macam layanan dan produk hasil kreasi pelaku UMKM. Dimulai dari pagi hari saat sarapan, beberapa masyarakat mencari kue-kue, nasi kuning, soto maupun jenis makanan lainnya yang dijual oleh pelaku UMKM. Untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat dalam kehidupan sehari-hari juga banyak warung-warung ataupun toko sembako yang merupakan bagian dari UMKM.

UMKM juga memiliki peranan yang cukup penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tidak hanya menciptakan produk, banyak juga UMKM yang bergerak di bidang jasa yang bisa memberikan pelayanan kepada masyarakat di daerah terpencil atau di wilayah yang belum terjamah oleh perusahaan besar. Selain itu, UMKM juga merupakan sumber daya ekonomi yang bisa meningkatkan ekspor negara. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia telah memberikan berbagai kebijakan yang memfasilitasi UMKM, seperti memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pengusaha UMKM, memberikan insentif fiskal serta non fiskal, penyediaan fasilitas seperti ruang pameran, kegiatan pengembangan desain, pelayanan pelaku usaha, informasi peluang pasar, bimbingan teknis dan pendampingan, promosi dan pemasaran, serta pembiayaan, penjaminan dan asuransi ekspor (Ekon.go.id, 2021)

Usaha berskala mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ternyata relatif mampu bertahan di Indonesia pada tahun 1998 saat krisis moneter terjadi jika dibandingkan dengan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu bergantung kepada modal yang besar atau pinjaman dari luar negeri dalam mata uang asing. Modal atau pinjaman tersebut adalah yang paling berpotensi mengalami krisis. Adapun dalam beroperasi, di era *Modern* seperti saat ini ada beberapa pelaku UMKM yang tidak memiliki toko dan hanya memasarkan produknya secara online, serta ditemui beberapa UMKM yang belum memiliki izin usaha. Pelaku usaha dengan karakteristik seperti ini dapat dijumpai disekitar lingkungan masyarakat tinggal (Isnati Hidayah, 2018).

Dalam persaingan bisnis akhir-akhir ini, banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk meningkatkan kinerjanya. Terdapat berbagai macam cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan. Di era saat ini banyak perusahaan yang berfokus pada penerapan teknologi informasi untuk mendukung kinerja perusahaan. Namun ada satu hal yang seringkali dilupakan oleh beberapa perusahaan, yaitu bagaimana cara memanfaatkan teknologi tersebut dengan baik dan benar.

Suatu saat nanti, sesuatu yang memegang peranan penting dalam suatu perusahaan bukan lagi kapital, sumber daya, atau tenaga kerja, melainkan pengetahuan. Pengetahuan akan berperan sangat penting dalam kelangsungan sebuah perusahaan. Dengan pengetahuan, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya. Namun tidak hanya sekedar pengetahuan saja yang dibutuhkan, akan tetapi ada satu hal lagi yang lebih penting yaitu adalah pengelolaan pengetahuan secara baik. Dengan adanya fenomena UMKM yang menguasai perekonomian di Indonesia saat ini, tentunya dalam memulai usaha para pelaku UMKM tidak asal memulai, melainkan dengan persiapan pengetahuan yang cukup matang terhadap usaha yang akan ditekuni. Maka dari itu para pelaku UMKM perlu menguasai pengetahuan dalam Ilmu Manajemen untuk mengatur berjalannya usaha dengan efisien dan efektif.

Dalam pengelolaan pengetahuan yang ada pada perusahaan diperlukan suatu bentuk penerapan dari *Knowledge Management*. Menurut Nonaka dan Takeuchi (1995) dalam Kusumadmo (2013) *knowledge management* adalah proses penerapan pendekatan sistematis untuk menangkap, menstruktur, mengelola, dan menyebarkan pengetahuan di seluruh organisasi agar dapat digunakan untuk bekerja lebih cepat, menggunakan kembali 'best practice', dan dapat mengurangi biaya mahal dari proyek ke proyek yang sudah dikerjakan. Menurut sumber lain yaitu Gloet (2004), *knowledge management* adalah akses ke keahlian, pengetahuan, dan keahlian yang menyediakan kemampuan baru, memungkinkan kinerja yang lebih baik, mendorong maju dan inovasi, dan meningkatkan nilai pelanggan.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti menyimpulkan bahwa *knowledge management* adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk menemukan dan memanfaatkan sumber daya intelektual dalam organisasi. *Knowledge management* bertujuan untuk menemukan, menyimpan, membagikan dan membagi secara luas sumber daya yang sangat penting yang dimiliki oleh suatu organisasi. Seperti keahlian seseorang, ketrampilan, jaringan hubungan, dan kebijakan-kebijakan yang ada dalam organisasi.

Jadi *knowledge management* bukanlah suatu fenomena baru, akan tetapi merupakan suatu cara yang menerapkan integrasi antara teknologi dengan sumber pengetahuan yang kompeten. Manfaat yang sangat banyak dari penerapan *knowledge management* tidak berbanding lurus dengan keberhasilan penerapannya. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah masih adanya keengganan seorang individu untuk menuliskan pembelajaran dari aktivitas yang telah dilakukan.

Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentu berkaitan dengan bagaimana pelaku UMKM mengelola pengetahuan yang telah dimiliki (Brush, 1992). Ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge based economy*) telah menuntut UMKM untuk dapat menggunakan pengetahuan secara efisien dan meningkatkan potensi inovasi, lebih cepat dibanding pesaingnya (Grant, 1996).

Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk dapat mengimplementasikan *knowledge management* guna menciptakan, mendukung, dan memperbaiki keunggulan bersaingnya.

Tujuan pengembangan *Knowledge Management* di UMKM adalah meningkatkan tingkat keberlangsungan UMKM yang adaptif terhadap perubahan lingkungan, metode kolaborasi *Knowledge Management* di komunitas UMKM. Pendekatan kolaborasi untuk *Create Knowledge, Organize Knowledge, Acces Knowledge and use Knowledge di UMKM berbasis komunitas*, (Dilansir oleh Kompasiana.com, 2015)

Salah satu peluang UMKM yang sedang banyak diminati oleh banyak orang saat ini adalah bisnis *frozen food*, salah satu keunggulan dari produk *frozen food* adalah kemampuan bertahan lebih lama jika dibandingkan dengan produk makanan lain. Keberadaan *frozen food* sudah ada sejak 3000 tahun sebelum masehi. saat itu, masyarakat Cina kuno mulai bisa menggunakan es untuk dapat mempertahankan makanannya sepanjang musim dingin. Hal itu juga dilakukan orang Romawi yang dapat memakai salju untuk dapat membekukan makanannya. Pada Era yang sedikit modern, *frozen food* diperkenalkan sejak tahun 1930 Di daerah Springfield, Massachusetts, seseorang bernama Clarence Birdseye mengenalkan konsep makanan beku pada masyarakat. Clarence Birdseye menggunakan tanaman sayuran, buah-buahan, seafood, dan daging beku yang dijual pada masyarakat. Sedangkan di Indonesia konsep *frozen food* telah diperkenalkan oleh orang Cina dan juga Jepang. Sejak saat itu, *frozen food* terus mengalami perkembangan dan bisa dinikmati hingga saat ini (Octian, 2022)

Ketua Umum Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI) Hasanuddin Yasni mengemukakan banyaknya orang yang terjun ke bisnis makanan beku atau *frozen food* di tingkat usaha mikro kecil menengah (UMKM) maupun rumahan, memang menyumbang *cuan* bagi bisnis *cold chain* dan juga industri *frozen food* sendiri. Hasanuddin Yasni memprediksi pada tahun 2025 nilai pasar *frozen food* mencapai Rp 200 triliun, adapun pada tahun 2020 nilai pasarnya mencapai Rp 80 triliun dan tahun 2021 mencapai Rp 95 triliun. ARPI mencatat bisnis *cold chain* sebelum

pandem tumbuh pada rerata 6-7%, lalu terkoreksi 3,1% di tahun 2020. Pada tahun 2021 pertumbuhan mencapai 6% karena terbantu dengan distribusi dan penyimpanan vaksin serta *frozen food* (Nur Fitri, 2021)

Salah satu distributor produk makanan beku atau *frozen food* di Kota Salatiga adalah Pak Kun *Frozen food* yang berlokasi di Dusun Ngepos, Kecamatan Tingkir, Kota Salatiga. Pangsa pasar dari usaha produk frozen food adalah seluruh kalangan anak-anak, ibu rumah tangga, remaja dan juga masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang kaki lima yang menjual kembali produk frozen food di tempat-tempat wisata dan sekolah. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya pedagang kaki lima yang tersebar di tempat-tempat wisata dan pertunjukan hiburan di daerah kota Salatiga dan Kabupaten Semarang, seperti di tempat wisata Pemandian Senjoyo, Taman Tingkir Salatiga, dan Taman Kota Salatiga.

Berdasarkan pemaparan yang telah peneliti tulis di atas, peneliti menarik judul Implementasi *Knowledge Manajemen System* pada UMKM di kota Salatiga dengan memfokuskan satu UMKM yaitu Pak Kun *Frozen food*. Pak Kun *Frozen food* bergerak di bidang grosir makanan beku yang cukup dikenal oleh para konsumen, pedagang ecer, dan peminat makanan beku yang ada di Kota Salatiga. Bisnis Pak Kun *Frozen food* merupakan suatu usaha atau bisnis yang bergerak di bidang grosir yang menyediakan produk makanan beku. Pak Kun *Frozen food* merupakan usaha yang sudah berdiri sejak tahun 2005.

Salah satu hal yang mendasari peneliti untuk menjadikan UMKM Pak Kun Frozen food sebagai objek penelitian adalah ketahanan bisnis di era Pandemi Covid-19. Menurut data yang disampaikan dalam laman web resmi Kementerian Keuangan Indonesia (Kemenkeu) pada saat awal Pandemi Covid-19 melanda di Indonesia membawa dampak penurunan terhadap perekonomian di Indonesia, mulai dari perubahan rantai pasok dunia hingga penurunan investasi asing ke Indonesia. Penurunan tersebut dapat dilihat melalui perlambatan pertumbuhan ekonomi yang turun dari 5,02 persen pada tahun 2019 menjadi 2,97 persen pada tahun 2020. Perlambatan pertumbuhan ekonomi tersebut juga diikuti dengan

peningkatan jumlah pengangguran, yang menurut data Bank Dunia meningkat dari 5,28 persen pada tahun 2019 menjadi 7,07 persen pada tahun 2020 (Melati, 2023). Pada saat Pandemi Covid-19 melanda khususnya di Indonesia, banyak usaha yang mengalami penurunan pendapatan, namun berbeda dengan Pak Kun Frozen food yang justru mengalami peningkatan pendapatan karena makin banyaknya masyarakat yang berminat dengan produk frozen food. Hal ini didasari karena terbatasnya gerak masyarakat pada saat Pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk memperbanyak tinggal di rumah, sehingga untuk memenuhi persediaan bahan pangan banyak masyarakat yang memilih untuk menyimpan dan mengonsumsi makanan dalam bentuk frozen food, sehingga ini menjadikan beberapa pengusaha distribusi makanan beku mengalami peningkatan pendapatan. Selama beroperasi tentu Pak Kun Frozen food memerlukan pengembangan *knowledge management* agar dapat bersaing dengan para pelaku UMKM lain. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas dan mengingat pentingnya implementasi *knowledge management* agar dapat berjalan efisien, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Implementasi Knowledge Management System pada UMKM di kota Salatiga (Studi kasus Pak Kun Frozen food Dusun Ngepos)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “bagaimana Implementasi *Knowledge Management System* pada UMKM di Kota Salatiga (Studi kasus Pak Kun Frozen food Dusun Ngepos)”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi *Knowledge Management*

System pada UMKM di Kota Salatiga (Studi kasus Pak Kun *Frozen food* Dusun.Ngepos)

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi pemilik UMKM Pak Kun Frozen Food, dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran, saran, dan memberi wawasan tentang pentingnya ilmu manajemen bagi para pelaku UMKM
- 2) Bagi penulis, penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat memberikan pengalaman belajar dan sebagai bahan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi untuk melakukan penelitian dan pengembangan.
- 4) Bagi Universitas, penelitian ini sebagai tugas akhir penulis untuk memperoleh gelar sarjana (S1) di Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.