

## KEMITRAAN SEBAGAI STRATEGI USAHA DALAM PERCEPATAN CAPAIAN KESEJAHTERAAN DI KOTA BANDAR LAMPUNG

(Survei pada Kelompok UKM Emping Melinjo)

Oleh:

1 M. Apun Syaripudin

Jurusan Manajemen dan Keuangan  
IAIN RADEN INTAN LAMPUNG

apunsyaripudin@yahoo.com, apunsyaripudin@gmail.com

### *Abstract*

*Bandar Lampung has considerable potential to produce Emping Melinjo, Lampung pretty good natural conditions for growing trees Emping melijo as raw material, it is the primary driving factor Emping Melinjo business grows. Small businesses including chips and drives the economic growth of the community, because it has a very efficient performance, productive also have higher competitiveness.*

*But there are several problems encountered, among others: (1) marketing, (2) capital, (3) innovation and utilization of information technology, (4) the supply of raw materials, (5) and the empowerment of labor absorption, and (6) plans business development. Deals with the problems faced, the strategies needed to overcome them. Business development chips, certainly not enough to simply charged to the business itself, but there should be good support from stakeholders, business associations, universities, and related institutions. In addition, government policy is required which leads to the business development efforts of society, so the achievements realized in optimal social welfare.*

**Keywords:** *Partnership, Strategy, Welfare*

### **Abstrak**

Bandar Lampung memiliki potensi cukup besar untuk menghasilkan Emping Melinjo, kondisi alam Lampung cukup baik untuk tumbuhnya pohon melijo sebagai bahan baku Emping, hal inilah

## I. Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Di Indonesia, UKM memiliki peran penting dalam memajukan ekonomi, seperti: meningkatkan jumlah lapangan kerja, mendukung pendapatan masyarakat, sebagaimana dimaklumi bahwa UKM terkendala oleh berbagai faktor yang menghambat peluang mendapatkan manfaat sebagai masalah klasik yang dihadapi UKM, meski banyak UKM yang

Salah satu UKM yang cukup cerah adalah pada pengolahan komoditas hasil pengolahan memiliki peran penting pasar bagi komoditas perikanan, nilai tambah, serta sebagai sumber kerja produktif. Industri perikanan

Kerjasama Bapak angkat sebagai pemodal ventura, Kemitraan inti plasma, Kemitraan subkontrak, Kemitraan pola dagang umum, Waralaba, dan Keagenan.

## II. Metodologi Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah sensus, sedangkan sifatnya adalah penelitian penjelasan (explanatory research), yaitu penjelasan secara mendalam hubungan sebab akibat antara variabel atau tentang sesuatu hal. (Koentjoroningrat, 1984: 68). Penelitian eksplanatori mengacu pada teori atau hipotesis yang akan diuji sebagai penyebab terjadinya suatu fenomena, yang secara empiris dapat dilihat pada suatu unit analisis. Sedangkan Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus (case study) dengan pendekatan deskriptif, untuk menjelaskan atau menggambarkan setiap variabel yang digunakan. Sedangkan teknik pengambilan sampelnya adalah "Multistage

menekuni usaha lebih dari 5 (lima) tahun. Tahap kedua, untuk menentukan jumlah sampel pada masing-masing kelompok, digunakan metode Simple Random Sampling, dengan sampling frame. Tahap Ketiga, persiapan rancangan kuesioner berdasarkan variabel penelitian dan koordinasi pelaksanaan penyebaran kuesioner.

## III. Pembahasan

### 1. Emping Melinjo

Kawasan Emping Melinjo di Kecamatan Telukbetung Timur Kota Bandar Lampung mulai dikenal luas sejak tahun 1970-an, yaitu di Kampung Kedaung dan Umbul Duren Desa Sukamaju yang saat itu masih termasuk wilayah Kecamatan Telukbetung/Panjang, Lampung Selatan. Home industri ini awalnya merupakan sebagai kegiatan kaum ibu rumah tangga dalam mengisi waktu dan sekedar membuat makanan ringan keluarga yang dilakukan secara turun temurun, jadi kegiatannya hanya sebagai

Bandar Lampung, kegiatan ini kemudian dijadikan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, saat itu kegiatan ini dilakukan dengan dibentuknya kelompok emping dengan sistem produksi yang dimotori oleh Bapak Abdul Munir Duren dan saudaranya M. Kedaung. Bapak Abdul Munir membentuk beberapa kelompok pengolah bahan baku Melinjo dan hanya menerima upah hasilnya dijual oleh bos di Bandar Lampung dan Surabaya. Setelah beberapa usaha emping ini menunjukkan hasil yang baik beberapa kelompok pengolah

Bapak Abdul Munir dengan sebaran anggota selanjutnya masing-masing kelompok yang beranggotakan 5 orang memproduksi rata-rata 600

dalam mewujudkan visi secara efektif, tanpa strategi yang tepat sumberdaya organisasi akan terhambur konsumsinya, sehingga akan berakibat pada kegagalan.

Di lingkungan bisnis yang kompetitif, strategi memainkan peran penting dalam menentukan dan mempertahankan kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan, dimana fokus dari strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak, dapat dikembangkan atukah tidak mungkin untuk dikembangkan. Jauch & Glueck (2007: h. 12-13) mengemukakan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan dengan tantangan lingkungan serta dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Dalam hal tersebut Hill & Jones (1998: h. 3-4) meninjau strategi dari dua sisi yaitu:

a. Sisi yang pertama "A strategy is a

b. Sisi kedua bahwa strategi merupakan pola di dalam arus keputusan atau tindakan. Lebih jauh Mintzberg (1985) menekankan bahwa strategi melibatkan lebih dari sekedar perencanaan seperangkat tindakan. Sementara dalam praktiknya, strategi pada kebanyakan organisasi merupakan kombinasi dari apa yang direncanakan dan apa yang terjadi, karena itu tidak semua rencana strategi dapat diimplementasikan, karena adakalanya strategi yang dikehendaki (intended strategy) tidak dapat dijalankan sepenuhnya (unrealized strategy), hal ini disebabkan oleh berbagai kendala yang belum diantisipasi pada saat menyusun rencana strategi, misalnya: gejolak politik, krisis ekonomi, globalisasi, dan lain sebagainya, yang terdeteksi pada saat evaluasi dan pengawasan.

3. **Kemitraan**

Usaha Besar dengan me  
saling memerlukan, salin  
saling menguntungkan.

Dr. Muhammad Ja  
Michael A. Hitt, R. Duane  
Hoskisson, (2007; hal. 5  
adalah suatu strategi bisnis  
dua pihak atau lebih dalam  
untuk meraih keuntungan  
prinsip saling membu  
membesarkan. Karena mer  
maka keberhasilan kemitra  
oleh adanya kepatuhan d  
dalam menjalankan et  
Darsono dan Setyowat  
terbagi menjadi 2 pola yai  
dan Kemitraan Horizontal  
Sapuan (1996), kemitraan  
yaitu: Kemitraan Pasif,  
mitranya tidak ada ada  
Kemitraan Aktif, yaitu k

semakin meningkat, sehingga kesempatan mendapatkan pekerjaan yang layak semakin terbuka.

3. Kualitas kesehatan yang semakin meningkat dan merata. Kesehatan merupakan faktor untuk mendapatkan pendapatan dan pendidikan. Karena itu, faktor kesehatan ini harus ditempatkan sebagai hal yang utama dilakukan oleh pemerintah. Masyarakat yang sakit akan sulit memperjuangkan kesejahteraan dirinya. Jumlah dan jenis pelayanan kesehatan harus sangat banyak. Masyarakat yang membutuhkan layanan kesehatan tidak dibatasi oleh jarak dan waktu. Setiap saat mereka dapat mengakses layanan kesehatan yang murah dan berkualitas. Apabila masih banyak keluhan masyarakat tentang layanan kesehatan, pertanda bahwa Negara belum mampu mencapai kesejahteraan yang diinginkan.

pembukaan Undang-undang Dasar Tahun 1945.

### 5. Perhitungan Usaha

Kegiatan usaha emping yang tersebar di beberapa tempat di Telukbetung Timur, jika dilakukan dengan pola pengembangan yang baik, tentu akan sangat membantu pertumbuhan ekonomi keluarga. Hal ini terlihat dari perputaran usaha yang ada, seperti dalam 1 kelompok usaha yang terdiri dari 5 orang, mampu memproduksi emping sebanyak 40-95 kg/hari. Ini berarti persatu orang menghasilkan 8-18 kg/hari, sedangkan upah kerja per-kg adalah Rp. 3.000,-. Jika dilihat rata-rata pekerja, mampu membuat emping melinjo rata 12 kg/hari, maka dalam 5 hari memiliki penghasilan 12 kg x 5 x Rp. 3.000,- = Rp. 180.000,-, sehingga dalam 1 bulan mampu menambah penghasilan sekurang-kurangnya sebesar Rp. 720.000,-.

Sedangkan penghasilan koordinator dari satu

	MC
2 kg Melinjo	
Upah	
Ongkos kirim	
Jumlah	
Jika 1 orang menghasi	

Melihat perhitungan memiliki 45 orang pengra minimalnya adalah 45 x R 1.620.000,-. Ini berarti has (20 hari) adalah Rp. 32 potensi yang sangat dikembangkan menjadi sel

Jika dikembangkan m yakni dengan pengemba pemasaran, proses packa akan meningkatkan harga penjualan emping melinj pengepul adalah Rp. bertambah sebesar

3. Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; rata-rata pengrajin emping melinjo belum mampu memanfaatkan sarana teknologi dan informasi guna melakukan terobosan pemasaran, hal ini dikarenakan ada keterkaitan antara upaya pemenuhan pasar dengan ketersediaan tenaga kerja yang siap dan terlatih.
4. Pasokan bahan baku; kesulitan mendapatkan bahan baku, selain persaingan juga karena petani mengambil buah melinjo saat harga buah untuk sayur sedang naik, hal inilah yang menyebabkan biji buah melinjo hilang/tidak tersedia;
5. Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; banyak generasi muda yang tak mau menjadi pengrajin emping, sehingga menyulitkan penambahan tenaga kerja bagi usaha emping, bahkan tenaga yang tersedia makin berkurang., dan;
6. Rencana pengembangan usaha; para

Adapun kemitraan yang dilakukan oleh pengusaha emping Bandar Lampung, sebagian besar dilakukan dengan pola kemitraan pasif dimana salah satu mitra dari mitra lain tidak ada kaitan usaha atau dengan kata lain hanya member modal pinjaman usaha. Sedangkan koordinator sentra usaha emping melakukan kemitraan dengan pihak eksternal dengan tujuan mendapatkan pembiayaan guna menambah modal usaha bukan karena memiliki kaitan usaha yang sama dan membentuk jaringan bisnis. Adapun pihak eksternal yang dapat dijadikan partner kemitraan oleh koordinator pengusaha emping antara lain :

1. Program Gemma Tapis Berseri di bidang ekonomi melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan (EKOR).
2. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), yang dikembangkan oleh BUMN, antara lain PTPN VII dan PT. Telkom.
3. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR),

memberikan peluang b...  
 untuk mengembangkan...  
 karena kerjasama...  
 mendominasi kepemilikan...  
 tidak memiliki keter...  
 mitranya dan pola kemit...  
 simetris. Berdasarkan o...  
 dilihat ada beberapa pe...  
 usaha emping yang dapat...  
 a. Struktur pasar (market...  
 emping, pasar yang...  
 bersaing sempurna...  
 oleh adanya penjual...  
 barang yang dijual...  
 emping melinjo. Harg...  
 sehingga pembeli men...  
 b. Perilaku pasar (mar...  
 pasar emping memili...  
 yang sangat tinggi...  
 pengusaha harus...  
 kualitas produk teta...

memberikan peluang bagi pengusaha untuk memadukan kemampuan bisnis dengan permintaan dari satu atau lebih kelompok konsumen secara selektif.

2. Desain Strategi Pemasaran; Desain strategi pemasaran sebagai upaya menentukan konsumen (sasaran pasar) yang akan dilayani pengusaha dalam distribusi dan pemasaran. Desain strategi pemasaran merupakan hasil kombinasi antara strategi produk, saluran distribusi, harga, dan promosi yang digunakan untuk menentukan posisinya terhadap pesaing utama dalam memenuhi kebutuhan pasar. Strategi ini disebut “bauran pemasaran” (marketing mix) atau “program pemasaran” (marketing program). Langkah pertama dalam pengembangan strategi pemasaran adalah memutuskan apa yang hendak dicapai, sesuai dengan tujuan usaha, termasuk pertumbuhan, profit, kepuasan konsumen,

adalah menanggapi kebutuhan konsumen dan membina hubungan jangka panjang. Pengembangan program pemasaran memiliki beberapa tahapan yang dapat diawasi, antara lain:

- a) Merancang Organisasi Pemasaran; pemilihan karyawan dan menugaskan mereka untuk bertanggung jawab pada tiap unit akan membentuk strategi pemasaran, mempengaruhi kinerja. Struktur dan proses organisasi harus disesuaikan dengan usaha dan strategi pemasaran yang dikembangkan.
- b) Implementasi dan Pengawasan; meliputi tiga kegiatan usaha yaitu: Persiapan rencana dan anggaran pemasaran; Implementasi rencana, serta Pengelolaan dan pengawasan strategi.
- c) Rencana Anggaran Pemasaran; meliputi ringkasan analisis situasi,

Strategi Implementasi pemasaran harus secara pedoman tindakan, siap pekerjaan, waktu dan serta bagaimana pelaksanaan dilakukan.

#### IV. Simpulan

Berdasarkan uraian disimpulkan bahwa:

- a) Usaha Emping Meli yang cerah, terutama Baik dijalankan dan menengah maupun sk
- b) Pola kemitraan dan p oleh para pengusaha Bandar Lampung de PTPN VII dan PT.Te
- c) Model kemitraan ya model kemitraan pas keterkaitan bisnis an

Kartini Kartono, 1996, Pengantar metodologi riset social, Penerbit Mandar Maju, Bandung, cet. Ke VIII

Koentjoroningrat, 1984, Metode-metode Penelitian Masyarakat, Edisi ke-III, Gramedia, Jakarta

Kotler, Philips. 2010, Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, LPFE-UI Jakarta

Osborne, David dan Ted Gaebler., 1996, Mewirauahakan Birokrasi, Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta

Sardan Marbun (Ed), 2008, Rakyat Mengadu Presiden Menjawab, Bedah SMS dan PO BOX 9949 Juli 2006 – November 2007, PT. Intermedia, Jakarta

Soetrisno, R., 2001, Pemberdayaan Masyarakat dan Upaya Pengentasan Kemiskinan, Filosofis Press, Yogyakarta

Susilowati, Sugiarto, A.K. Zakaria, W. Sudana, H. Supriyadi, Supadi, M. Iqbal, E. Suryani, M. Sukur, dan Soentoro. 2000. Studi Dinamika Kesempatan Kerja dan Pendapatan Pedesaan (PATANAS). Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian.