

# PROSIDINGS

## SEMINAR NASIONAL & EXPO 2016

Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat  
Serta Pelantikan Pengurus APWI (Asosiasi Pemandu Wirausaha Indonesia)

"MEMBANGUN KEMANDIRIAN BANGSA MELALUI REKAYASA INDUSTRI  
DAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS MASYARAKAT"

*Entrepreneurship 2.0: Sinergi Inovasi Dan Teknologi Dalam Penciptaan Daya Saing Komoditas Unggulan Lokal*

Rabu, 9 November 2016 Digital Library UNIMED, Medan



# PROSIDING

**SEMINAR NASIONAL DAN EXPO HASIL PENGABDIAN KEPADA  
MASYARAKAT 2016**  
“MEMBANGUN KEMANDIRIAN BANGSA MELALUI REKAYASA INDUSTRI DAN KEWIRAUSAHAAN  
BERBASIS MASYARAKAT”  
**DIGITAL LIBRARY – UNIVERSITAS NEGERI MEDAN,  
9 NOVEMBER 2016**

Diselenggarakan oleh:



ISBN 978-602-60343-1-3



## **DEWAN REDAKSI**

### **PENGARAH**

Prof. Dr. Syawal Gultom, M.Pd.

### **PENANGGUNG JAWAB**

Dr. Kustoro Budiarta, M.E.

Mukti Hamjah Harahap, M.Si.

### **REVIEWER**

Andri Zainal, SE., M.Si., Ph. D., Ak., CA.

Dr. Diky Setya Diningrat, S.Si., M.Si.

### **REDAKTUR**

Nanda Pratiwi, S.Pd., M.Pd.

Ricky Andi Syahputra, S.Pd, M.Sc

Halimatussakdiah, S.Pd.,M.Hum.

### **EDITOR**

Dr. Zulkarnaen Siregar, ST., MM.

Irfandi, S.Pd., M.Si

Jubaidah, S.Pd., M.Si

Dwi Inggraini

Puspita Sari

### **DESAIN**

Deo Demonta Panggabean S.Pd.,M.Pd.

Auryan Pratama

Hestu Tiofani Pratomo

Yifnitra

Gita Sembiring

### **PENERBITAN DAN CETAK**

Novita Indah Hasibuan, S.Pd., M.Pd

Hodriani, S.Sos., M.AP.

Puji Ratno, S.Si., M.Pd.

### **PELAKSANA TEKNIS**

Yusnizar Heniwaty, S.St., M.Hum.

Dra. Rr. Ruth Hertami Dyah Nugraha Ningsih, M.Si

## MODEL PENGEMBANGAN KOMODITAS DAN JENIS USAHA UNGGULAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM RANGKA PENINGKATAN PEREKONOMIAN DAERAH KOTA TANJUNGBALAI

Gustina Siregar<sup>1</sup>, Desi Novita<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

<sup>2</sup> Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara

\* Penulis Korespondensi: [siregar.gustina@yahoo.com](mailto:siregar.gustina@yahoo.com)

### ABSTRAK

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian memiliki peran yang penting dan strategis. Pembinaan dan pengembangan UMKM merupakan suatu keharusan dalam rangka peningkatan perekonomian daerah. Mengingat ragam dan rentang usaha UMKM bervariasi baik jumlah maupun luas cakupan yang hampir berada pada semua sektor ekonomi sehingga muncul permasalahan pengelolaan UMKM yang tidak fokus pada komoditas dan jenis usaha yang potensial. Kondisi ini dapat berdampak pada pembinaan dan pengembangan UMKM yang tidak efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daur hidup komoditas dan jenis usaha unggulan serta strategi pengembangan UMKM di Kota Tanjungbalai sehingga dapat mendukung peningkatan perekonomian daerah di Kota Tanjungbalai. Data yang digunakan di analisa dengan metode analisis Product Life Cycle dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha pengasinan ikan, jasa keuangan, usaha perdagangan hasil perikanan, budidaya kerang, penangkapan ikan laut, usaha industri tepung ikan, usaha pedagang hasil pertanian dan usaha minimarket mempunyai prospek relatif lebih baik bila dibandingkan dengan budidaya ikan ditambak dan budidaya. Model pengembangan alternatif bagi pengembangan UMKM di Kota Tanjungbalai diharapkan melalui pembentukan cluster melalui penguatan sistem agribisnis mulai dari hulu hingga hilir (*Value Chain Agribusiness*).

**Kata Kunci:** *UMKM, Model, Komoditas & Jenis Usaha Unggulan*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut dapat dilihat dari berbagai data yang mendukung bahwa eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, khususnya data dari Kementerian Negara Koperasi & UKM tahun 2012. *Pertama*, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi yang tercatat sebanyak 52,1 juta unit atau 99,9% dari total unit usaha. *Kedua*, potensinya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Setiap unit investasi pada sektor UMKM dapat menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar. Sektor UMKM menyerap 91,03% dari total angkatan kerja yang bekerja. *Ketiga*, kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan yakni sebesar 33% dari total PDB.

Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Kedudukan yang strategis UMKM tidak terbantahkan dalam perekonomian nasional/daerah dalam meningkatkan penyerapan dan kesempatan kerja, kesempatan usaha, dan pendapatan bagi sebagian besar masyarakat.

Pada tahun 2011 UMKM mempunyai andil besar terhadap penerimaan negara dengan menyumbang 61,9 persen pemasukan produk domestik bruto (PDB) melalui pembayaran pajak, yang diuraikan sebagai berikut : sektor usaha mikro menyumbang 36,28 persen PDB, sektor usaha kecil 10,9 persen,

dan sektor usaha menengah 14,7 persen melalui pembayaran pajak. Sementara itu, sektor usaha besar hanya menyumbang 38,1 persen PDB melalui pembayaran pajak (BPS, 2011). Sebagian besar (hampir 99 persen), UMKM di Indonesia adalah usaha mikro di sektor informal dan pada umumnya menggunakan bahan baku lokal dengan pasar lokal. Itulah sebabnya tidak terpengaruh secara langsung oleh krisis global. Laporan *World Economic Forum* (WEF) 2010 menempatkan pasar Indonesia pada ranking ke-15. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia sebagai pasar yang potensial bagi negara lain. Potensi ini yang belum dimanfaatkan oleh UMKM secara maksimal.

Setiap daerah mempunyai corak pertumbuhan ekonomi yang berbeda dengandaerah lain. Oleh karena itu, dalam perencanaan pembangunan ekonomi suatu daerahpertama-tama perlu mengenali karakter ekonomi, sosial, dan fisik daerah itu sendiri, termasuk interaksinya dengan daerah lain. Dengan demikian, tidak ada strategipembangunan ekonomi daerah yang dapat berlaku untuk semua daerah. Namun di pihaklain, dalam menyusun strategi pembangunan ekonomi daerah, baik jangka pendekmaupun jangka panjang, pemahaman mengenai teori pertumbuhan ekonomi wilayah yangdirangkum dari kajian terhadap pola-pola pertumbuhan ekonomi dari berbagai wilayah, merupakan satu faktor yang cukup menentukan kualitas rencana pembangunan ekonomidaerah (Darwanto, 2002).

Pembinaan dan pengembangan UMKM merupakan suatu keharusan dalam rangka peningkatan ekonomi rakyat, percepatan pertumbuhan dan peningkatan ekonomi wilayah. Mengingat ragam dan rentang usaha UMKM bervariasi baik jumlah maupun luas cakupan yang hampir berada pada semua sektor ekonomi sehingga muncul permasalahan pengelolaan UMKM yang tidak fokus pada komoditas dan jenis usaha yang potensial. Kondisi ini dapat berdampak pada pembinaan dan pengembangan UMKM yang tidak efektif.

Pada penelitian tahun pertama telah diteliti profil UMKM di Kota Tanjungbalai serta telah diidentifikasi sepuluh komoditi dan jenis usaha unggulan dari berbagai sektor/subsektor yaitu: pengasinan ikan, jasa keuangan/simpan pinjam, perdagangan hasil perikanan, budidaya kerang, industri tepung ikan laut, budidaya ikan di tambak, , pisang, perdagangan hasil pertanian dan mimi market. Selain itu, didapat juga faktor pendorong dan penghambat dalam pengembangan komotiti unggulan tersebut. Faktor pendorong yang ditemukan pada kelompok dan jenis usaha di Kota Tanjungbalai meliputi bahan baku tersedia dengan baik, kemudahan dalam menjalankan usaha, modal yang tidak terlalu besar, merupakan komoditi dan jenis usaha unggulan daerah, lokasi yang terjangkau dan adanya dukungan dari pemerintah. Sementara itu, faktor penghambat yang didapat dalam pengembangan komoditas dan jenis usaha unggulan meliputi spesialisasi tenaga kerja (kurangnya SDM yang berkualitas), tidak memiliki izin usaha, rentan terhadap perubahan harga, persaingan dalam perekonomian semakin ketat, dan iklim/cuaca yang tidak menentu dimana komoditas dan jenis usaha unggulan di Kota Tanjungbalai lebih didominasi oleh sumberdaya sektor perikanan.

Mengingat masih terdapat beberapa permasalahan dalam menangani pengembangan komoditi dan jenis usaha unggulan tersebut yang menyangkut bagaimana peranan perbankan, kebijakan pemerintah dan daur ulang produk yang belum diketahui sehingga hasil penelitian pertama masih harus dilanjutkan dengan tujuan menemukan model yang sesuai dalam rangka pengembangan komoditas dan jenis usaha unggulan di Kota Tanjungbalai.

## METODE PENELITIAN

### Analisis Data

Analisis data primer dan sekunder dilakukan dalam rangka menjawab tujuan penelitian. Untuk menjawab tujuan pertama dan kedua, analisis yang dilakukan adalah analisis diskriptif. Khusus untuk mengetahui daur hidup komoditi digunakan analisis PLC (Product Life Cycle). Hasil analisis deskriptif tersebut digunakan sebagai bahan untuk penyusunan rekomendasi. Tujuan kedua yakni dalam rangka analisis penetapan strategi pengembangan untuk mendapatkan model yang sesuai digunakan analisis SWOT

Analisis SWOT yang didasarkan pada hasil penentuan komoditi, produk, dan jenis usaha unggulan UMKM daerah, baik menurut sektor/subsektor ekonomi maupun lintas sektoral, diberikan

rekomendasi kebijakan atau saran-saran model pengembangan yang diperoleh berdasarkan hasil *indepth interview* dan *Focus Group Discussion (FGD)* di tingkat Kota. Rekomendasi model pengembangan komoditi, produk, dan jenis usaha unggulan UMKM diharapkan dapat dimanfaatkan oleh Pemerintah Daerah, dinas/instansi terkait, perbankan, dan parastakeholders sebagai referensi dalam pembuatan kebijakan lebih lanjut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Peranan perbankan dalam pengembangan UMKM

Perbankan sangat berperan dalam menunjang perekonomian suatu daerah termasuk tanjungbalai dalam rangka mendukung program pemerintah dan memperlancar modal usaha bank yang ada di Kota Tanjungbalai. Peran yang sangat utama dari perbankan adalah sumber kredit bagi pelaku usaha UMKM.

Posisi kredit UMKM untuk Kota Tanjungbalai meningkat dari tahun 2008 sampai 2010, kemudian mengalami penurunan dari tahun 2011 hingga 2012 hal ini disebabkan masi terdapat tunggakan-tunggakan pada tahun sebelumnya sehingga perbankan lebih berhati-hati dalam mendistribusikan pembiayaan pada pelaku UMKM.

Jenis kredit yang disalurkan oleh perbankan kepada pengusaha UMKM adalah skim kredit KUR (kredit usaha rakyat). Beberapa kendala yang dihadapi perbankan dalam penyaluran kredit di Sumatera Utara pada umumnya dan kota Tanjungbalai pada khususnya antara lain dari calon debitur yaitu:

1. usaha dari pelaku usaha yang belum feasible
2. pelaku usaha masih memiliki tunggakan kredit program sebelumnya
3. sebagian besar pelaku usaha tidak memiliki NPWP
4. adanya persepsi masyarakat bahwa KUR adalah program pemerintah berupa bantuan (HIBAH), sehingga calon debitur mempunyai keberanian menunggak.

Sedangkan faktor internal dari pihak perbankan adalah

1. terbatasnya tenaga pemasaran kredit
2. keterbatasan jaringan kantor cabang.
3. Belum tersedianya data base UMKM binaan SKPD
4. Untuk kredit dibawah Rp. 50.000.000,- belum adanya perangkat analisa kredit yang lebih sederhana dan praktis.

### 2. Daur hidup komoditi dan jenis usaha unggulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian tahun pertama komoditi unggulan Kota Tanjungbalai adalah sebagai berikut:

Tabel 1. KPJU Unggulan Lintas Sektor di Kota Tanjungbalai

No	Sektor/Sub Sektor Usaha	KPJU	Skor Terbobot
1	Perindustrian	Pengasinan Ikan	0.0553
2	Jasa	Jasa Keuangan/Simpan Pinjam	0.0384
3	Perdagangan	Pedagang Hasil Perikanan	0.0363
4	Perikanan	Budidaya Kerang	0.0315
5	Perikanan	Penangkapan Ikan di Laut	0.0308
6	Perindustrian	Industri Tepung Ikan	0.0296
7	Perikanan	Budidaya Ikan di Tambak	0.0280
8	Buah-Buahan	Pisang	0.0268
9	Perdagangan	Pedagang Hasil Pertanian	0.0241
10	Perdagangan	Minimarket	0.0236

Sumber : Data Primer (diolah)

Apabila ditelaah lebih lanjut dari 10 KPJU unggulan lintas sektor, pada sub sektor perikanan dan sektor perdagangan masing-masing 3 KPJU unggulan, 2 KPJU berada dalam sektor perindustrian dan masing-masing 1 KPJU terdapat pada sektor pertanian dan sektor jasa. Bila dilihat dari Komposisi KPJU unggulan lintas sektor tersebut, menunjukkan bahwa orientasi kegiatan ekonomi di Kota Tanjungbalai berbasis pada sektor perdagangan, perikanan dan perindustrian.

Untuk lebih memperdalam sejauh mana kedudukan-kedudukan KPJU unggulan lintas sektor 1 (satu) sampai 10 (sepuluh), dilakukan pemetaan (kedudukan) setiap KPJU unggulan lintas sektor satu terhadap KPJU unggulan lintas sektor yang lain. Kedudukan setiap KPJU unggulan lintas sektor tersebut didasarkan atas hasil penilaian terhadap faktor-faktor Prospek dan Potensi saat ini.

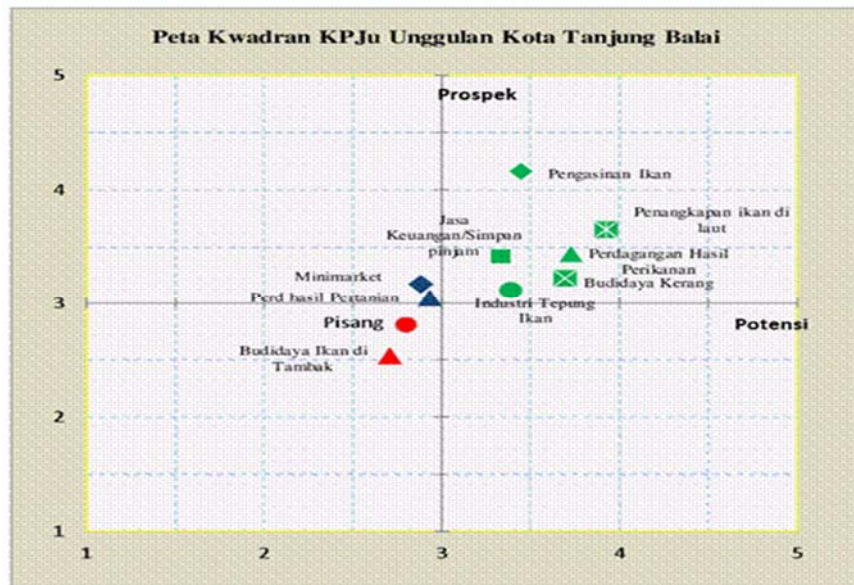
Penilaian aspek prospek yang mencakup faktor (1) Kesesuaian dengan kebijakan pemda, (2) prospek pasar, (3) minat investor, (4) dukungan dan program pembangunan infrastruktur usaha, (5) resiko terhadap lingkungan, dan (6) tingkat persaingan. Aspek potensi mencakup aspek (1) jumlah unit usaha /pengusaha saat ini, (2) Kesesuaian dengan budaya/keterampilan masyarakat, (3) penguasaan masyarakat terhadap teknologi dan pengelolaan usaha, (4) Ketersediaan sumber daya alam (bahan baku, lahan), (5) intensif harga jual produk, dan (6) daya serap pasar domestik.

Berdasarkan penilaian narasumber pada forum FCG di tingkat kabupaten/kota, rata-rata hasil penilaian (skor) terhadap semua aspek potensi dan prospek sebagai berikut:

Tabel 2. Prospek dan Potensi KPJU Unggulan Lintas Sektor di Kota Tanjungbalai

Sektor/Sub Sektor Usaha	KPJU	Rata-rata Skor		Kategori	
		Prospek	Potensi	Prospek	Potensi
Perindustrian	Pengasinan Ikan	3.4468	4.1627	Baik	Sangat Tinggi
Jasa	Jasa Keuangan/Simpan Pinjam	3.4167	3.3333	Baik	Tinggi
Perdagangan	Pedagang Hasil Perikanan	3.4405	3.7302	Baik	Tinggi
Perikanan	Budidaya Kerang	3.2246	3.6944	Baik	Tinggi
Perikanan	Penangkapan Ikan di Laut	3.6528	3.9278	Baik	Tinggi
Perindustrian	Industri Tepung Ikan	3.1175	3.3917	Baik	Tinggi
Perikanan	Budidaya Ikan di Tambak	2.5333	2.7083	Cukup	Sedang
Buah-Buahan	Pisang	2.8063	2.800	Cukup	Sedang
Perdagangan	Pedagang Hasil Pertanian	3.0452	2.9333	Baik	Sedang
Perdagangan	Minimarket	3.1722	2.8833	Baik	Sedang

Berdasarkan nilai skor Potensi dan Prospek ke 10 KPJU Unggulan dengan batas nilai skor =3 (yaitu potensi Sedang dan Prospek Cukup), maka posisi setiap KPJU Unggulan satu dengan yang lain disajikan pada Gambar dibawah ini :



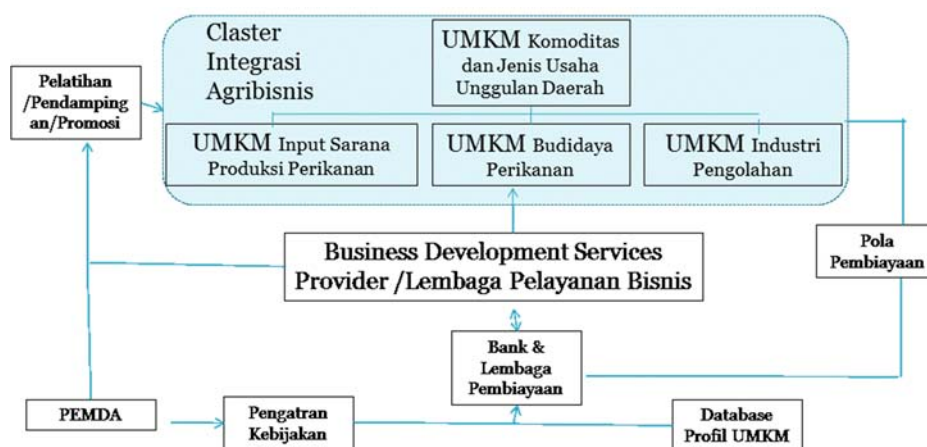
### 3. Model Pengembangan KPJU UMKM di Kota Tanjungbalai

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan, dapat direkomendasikan beberapa model kebijakan sebagai berikut :

- Pemerintah Daerah Kota Tanjungbalai perlu membuat *grand design* pengembangan UMKM Kota Tanjungbalai dengan cara menyiapkan setiap daerah agar mengembangkan komoditi/produk/jenis usaha Unggulan masing-masing, karena berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa KPJU unggulan yang berbeda antardaerah hingga ketingkat kecamatan ataupun desa, sehingga antar daerah memiliki kompetensi inti yang berbeda-beda.
- Berdasarkan *grand design* tersebut akan terpetakan komoditi unggulan masing-masing daerah sehingga bisa dibangun integrasi horizontal antar daerah yang memiliki komoditi unggul yang sama. Integrasi horizontal tersebut akan menciptakan adanya *sharing resources* dan akhirnya mampu menciptakan skala ekonomis yang menyebabkan penurunan biaya sehingga terbangun keunggulan bersaing bersama.
- Pemda Kota Tanjungbalai perlu membangun integrasi vertikal dari hulu-hilir untuk setiap komoditi dan jenis usaha unggulan. Integrasi vertikal tersebut dibangun mulai dari bahan baku sampai ke produk akhir dalam sebuah sistem agribisnis yang baik, sehingga terbangun *supply chain* setiap komoditi dan jenis usaha unggulan di daerah ini.
- Pengembangan komoditi dan jenis usaha unggulan yang dikelola UMKM kedepan juga membutuhkan sentuhan teknologi, karena teknologi merupakan salah satu alat untuk menciptakan keunggulan bersaing produk itu sendiri.
- Pengembangan komoditi unggulan membutuhkan keterlibatan dan perhatian semua *stakeholders* UMKM itu sendiri. Untuk itu, Pemda kota Tanjungbalai perlu membangun kolaborasi saling menguntungkan antar seluruh komponen *stakeholders*, sehingga pengembangan UMKM tersebut berjalan dengan baik dan masalah yang dihadapi dapat diselesaikan secara komprehensif.
- Pengembangan komoditi dan jenis usaha unggulan seyogyanya dituangkan kedalam bentuk ketentuan hukum (seperti Peraturan Surat Keputusan Kepala Daerah, atau dituangkan dalam dokumen RPJM), sehingga bersifat mengikat dan menjadi acuan bagi semua instansi dan pemangku-pemangku kepentingan lain dalam pengembangan UMKM yang berorientasi bisnis.
- Salah satu aspek strategis dalam pengembangan komoditi dan jenis usaha unggulan untuk UMKM adalah peningkatan akses dan pengembangan atau jangkauan pasar. Kebijakan dan program yang telah dilaksanakan dalam rangka memfasilitasi akses dan pengembangan pasar produk UMKM perlu lebih ditingkatkan, khususnya dalam hal yang berkenaan dengan faktor penentu dan pendorong (determinant/driver factor) akses dan pengembangan pasara, antara lain



- memenuhi persyaratan mutu, kemasan, serta ketersediaan modal kerja. Sehubungan dengan itu maka :
- Program pelatihan yang disertai dengan pendampingan sangat diperlukan oleh UMKM secara berkelanjutan meliputi aspek kewirausahaan, aspek teknik dan teknologi produksi, serta aspek manajemen usaha.
  - Pengembangan jejaring usaha antara UMKM
  - Peningkatan sarana dan prasarana pemasaran serta pengembangan sistem informasi untuk peluang pasar bagi komoditi unggulan.
  - Pengembangan kemitraan dengan usaha menengah dan besar.
- h. Pengembangan UMKM memerlukan peningkatan akses kepada sumber pembiayaan melalui penguatan lembaga keuangan mikro atau lembaga pembiayaan alternatif sehingga UMKM yang tidak bankable tetapi feasible dapat mengatasi permasalahan keuangan



Gambar 2. Model Pengembangan KPJU unggulan UMKM

**KESIMPULAN**

1. Peranan perbankan dalam pengembangan UMKM di Tanjung Balai relatif meningkat tetapi masih mengalami beberapa kendala antara lain terbatasnya tenaga pemasaran kredit, keterbatasan jaringan kantor cabang, belum tersedianya data base UMKM binaan SKPD serta belum adanya perangkat analisa kredit yang lebih sederhana dan praktis.
2. Komoditi unggulan di sektor perindustrian dengan jenis KPJU pengasinan ikan memiliki prospek baik dan potensi sangat tinggi, di sektor jasa dengan jenis KPJU jasa keuangan/simpan pinjam memiliki prospek baik dan potensi tinggi, di sektor perdagangan dengan jenis KPJU pedagang hasil perikanan memiliki prospek baik dan potensi tinggi, di sektor perikanan dengan jenis KPJU budidaya kerang dan penangkapan ikan di laut memiliki prospek baik dan potensi tinggi, di sektor perindustrian dengan jenis KPJU industri tepung ikan memiliki prospek baik dan potensi tinggi, di sektor perikanan dengan jenis KPJU budidaya ikan di tambak memiliki prospek cukup dan potensi sedang, di sektor buah-buahan dengan jenis KPJU pisang memiliki prospek cukup dan potensi sedang, kemudian di sektor perdagangan dengan jenis KPJU pedagang hasil pertanian memiliki prospek baik dan potensi sedang, dan pada sektor perdagangan juga dengan jenis KPJU minimarket dengan prospek baik dan potensi sedang.
3. Rekomendasi model yang dianjurkan adalah pembuatan *grand design* pengembangan UMKM pada setiap daerah dalam mengembangkan komoditi/produk/jenis usaha unggulan sehingga dapat dibangun integrasi horizontal antar daerah, perlu membangun integrasi vertikal dari hulu-hilir (*value Chain*) untuk setiap komoditi dan jenis usaha unggulan serta pengelolaan yang membutuhkan sentuhan teknologi, dibutuhkan perhatian semua stakeholder dalam pengembangan komoditi unggulan, memberikan ketentuan hukum seperti perda atau surat keputusan kepala daerah yang dituangkan kedalam dokumen RPJM pada komoditi dan jenis usaha unggulan, peningkatan akses dan pengembangan atau jangkauan pasar serta peningkatan akses kepada sumber pembiayaan melalui penguatan lembaga keuangan mikro atau lembaga pembiayaan alternative

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anonym, 2006. Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha UKM Di Propinsi Sumatera Utara, Jurnal Pengkajian Koperasi Dan UKM NOMOR 1 TAHUN I – 2006.
- Alimarwan Hanan, 2003, Seri Kebijakan Usaha Penjaminan Kredit dan Perkuatan Usaha KUKM, Kementrian Koperasi dan UKM, Jakarta.
- Bank Indonesia (2012), Penelitian Pengembangan KPJu Unggulan UMKM Sumatera Barat.
- Basu Swasta, Dh. 1998. Azas-azas Manajemen. Yogyakarta : Liberti
- Darwanto, Herry, (2002), Prinsip Dasar Pembangunan Ekonomi Daerah, Jakarta.
- Evi Emilia Wati, 2011, Persepsi Para Pelaku UKM (Usaha Kecil Dan Menengah) Terhadap Penerapan Akuntansi
- Firdaus, Ahmad, (2010), Memberdayakan Desa dengan Produk Unggulan, download dari <http://www.pkpu.or.id> tanggal 28 Februari 2014.
- Kamio, 2003, Prospek Perekonomian Indonesia Tahun 2004, makalah disajikan pada Seminar Evaluasi Ekonomi tahun 2003 dan Prospeknya tahun 2004 di Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
- Lila Bismala (2012), Analisis Manajemen UMKM, Fakultas Ekonomi, UMSU
- Rachbini, Didik J, 2001. Pembangunan Ekonomi & Sumber Daya Manusia. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Sjafrizal, 2008. *Ekonomi Regional, Teori dan Aplikasi*, Baduose Media, Cetakan Pertama, Padang
- Soebroto Hadisoegondo, Pengembangan Produk UMKM diakses dari [www.ukmsmecca.com](http://www.ukmsmecca.com) tanggal 1 Oktober 2012
- Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah download dari <http://Google.com> tanggal 26 Februari 2014.

## PENGARUH MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA RESTAURANT CARL'S JR JAKARTA)

Febriansyah

Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis, Jakarta

Penulis Korespondensi: [febriansyah@kalbis.ac.id](mailto:febriansyah@kalbis.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat citra merek dan kualitas deskriptif dengan populasi konsumen CARL'S JR JAKARTA. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan teknik probability sampling. Data diambil dengan menyebarkan kuisioner. Dari hasil penelitian, uji t menunjukkan bahwa secara parsial menyimpulkan variabel citra merek sebesar 0,435 dengan tingkat signifikan sebesar 0,605. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa hanya variabel kualitas produksi yang secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan dari hasil uji F menunjukkan keseluruhan tingkat merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 107,960 dan nilai adjusted R square sebesar 0,684 atau 68,4 yang berarti konsumen merasa puas dengan tingkat citra merek dan kualitas produk karena harapan konsumen sudah sesuai dengan kinerja actual. Disarankan kepada Restaurant CARL'S JR JAKARTA untuk mempertahankan kualitas produk, hal ini disebabkan oleh variabel yang paling kuat terhadap keputusan pembelian, selain itu untuk mempertahankan kepercayaan terhadap konsumen harus meningkatkan lagi di faktor promosi penjualan. Upaya peningkatan kepercayaan konsumen Restaurant CARL'S JR JAKARTA dapat dilakukan melalui peningkatan intensitas pengembangan pemasaran yang lainnya, agar konsumen lebih yakin dan lebih mengetahui kualitas produk dari CARL'S JR JAKARTA.

**Kata kunci :** *citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian*

### PENDAHULUAN

Citra merek dan kepercayaan merek adalah faktor yang mempengaruhi penciptaan terhadap merek. Merek yang mampu memberikan kesan yang berarti bagi konsumen akan lebih mudah mendapat perhatian khusus dari konsumen. Dalam persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk lebih memfokuskan pada upaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Untuk dapat survive dalam lingkungan bisnisnya, salah satunya yaitu dengan cara menguat citra merek dan membangun, memelihara, serta mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap merek, sehingga terciptalah loyalitas merek.

Perkembangan dunia usaha bisnis *food and beverage* telah membawa perilaku dunia *food and beverage* ke persaingan yang sangat ketat untuk merebutkan konsumen. Berbagai pendekatan dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat baik melalui sarana dan prasarana berfasilitas teknologi tinggi maupun dengan pengembangan sumber daya manusia. Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan.

Dewasa ini, keberhasilan pemasar atau perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Dalam pemasaran dikenal bahwa setelah konsumen melakukan keputusan pembelian, ada proses yang dinamakan tingkah laku pasca pembelian yang didasarkan pada rasa puas (*satisfaction*) dan tidak puas (*dissatisfaction*). Melihat dari hal tersebut maka disini peran dari suatu produk sangatlah penting bagi keberhasilan suatu perusahaan.

Karena pentingnya citra merek, maka perusahaan harus membangun citra merek yang baik dimata konsumen, karena keberhasilan penjualan suatu merek tergantung pada persepsi konsumen terhadap merek itu sendiri. Diharapkan akan tercipta citra merek yang baik, dan tujuan perusahaan akan tercapai.