

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang Penelitian

Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia telah menjadi bagian penting dalam sistem perekonomian nasional, yaitu mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi. Usaha mikro, kecil, dan menengah berperan penting dalam ekonomi negara dengan mengusung misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan daerah, serta ikut berperan dalam meningkatkan devisa negara, dan memperkuat struktur ekonomi Nasional.

Pengertian UMKM berdasarkan Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, dengan kriteria sesuai diatur dalam Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan. Sektor UMKM memiliki kemampuan yang handal dan mumpuni serta berperan penting dalam kancah perekonomian Nasional.

Sedangkan menurut Abdul Halim (2020:163), UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan sebuah usaha yang memanfaatkan dari bahan baku utama yaitu sumber daya alam, bakat, dan karya seni tradisional dari daerah setempat untuk dapat dijadikan sebuah barang maupun jasa. Adapun ciri-ciri UMKM adalah bahan baku mudah diperolehnya, menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah

dilakukan alih teknologi, keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun temurun, bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, peluang pasar cukup luas.

Ketika krisis ekonomi menerpa dunia otomatis memperburuk kondisi ekonomi di Indonesia. Kondisi krisis terjadi periode tahun 1997 hingga 1998, hanya sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang mampu tetap berdiri kokoh. Data Badan Pusat Statistik merilis keadaan tersebut pasca krisis ekonomi jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat pertumbuhannya teruas, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada tahun itu jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, UMKM sebanyak 56.534.592 unit atau sebesar 99,99%. Sisanya sekitar 0,01% atau sebesar 4.968 unit adalah Usaha berskala besar. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor yang lain bisa berkembang. (Yuli Rahmini, S. 2017:51).

UMKM juga diharapkan dapat menyerap tenaga kerja dari berbagai sektor di berbagai wilayah Indonesia, jika UMKM dapat berkembang di tiap daerah dengan pesat maka produktifitas kegiatan usaha di daerah menjadi meningkat sehingga berkurangnya urbanisasi, yang merupakan salah satu penyebab pengangguran di perkotaan. Hal ini dapat dilihat dalam diagram penyerapan tenaga kerja oleh UMKM dibandingkan dengan penyerapan tenaga kerja oleh usaha besar.

Tabel 1.1
Jumlah perbandingan perkembangan UMKM dan UB tahun 2017-2018

Indikator	Satuan	Tahun 2017		Tahun 2018		Perkembangan Tahun 2017-2018	
		Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	%
UNIT USAHA (A+B)	Unit	62.928.077		64.199.606		1.271.529	2,02
A.Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	Unit	62.922.617	99,99	64.194.057	99,99	1.271.440	2,02
-Usaha Mikro (Umi)	Unit	62.106.900	98,70	63.350.222	98,68	1.243.322	2,00
-Usaha Kecil (UK)	Unit	757.090	1,20	783.132	1,22	26.043	3,44
-Usaha Menengah (UM)	Unit	58.627	0,09	60.702	0,09	2.075	3,54
B. Usaha Besar(UB)	Unit	5.460	0,01	5.550	0,01	90	1,64

Sumber: Kementerian Koperasi dan Kecil dan Menengah yang diolah dari data BPS

Pada tabel 1.1 yang diperoleh dari kementerian koperasi dan UMKM yang dimana menunjukkan bahwa perkembangan dan penyerapan tenaga kerja UMKM lebih banyak dibandingkan dengan oleh usaha besar. Kurun waktu tahun 2017 – 2018 jumlah penyerapan tenaga kerja UMKM terdapat peningkatan sebesar 2,02%, sedangkan Usaha Besar hanya 1,64% saja. Hal ini membuktikan bahwa UMKM dapat membantu pemerintah dalam mengatasi tingkat pengangguran di Indonesia, dan dapat menjadi alternatif untuk mengurangi urbanisasi yang selalu menjadi cikal bakal pengangguran di perkotaan khususnya Ibukota. Potensi jumlah SDM yang terlihat pada gambar diatas

juga menunjukkan bahwa sangat berlimpahnya tenaga kerja yang ada di Indonesia khususnya yang bergerak pada UMKM.

Perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) sangat penting karena merupakan salah satu motor penggerak perekonomian di negara kita. UMKM merupakan “tulang punggung” perekonomian di Indonesia. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang ada di negara kita ini menyumbang sekitar 60% dari PDB (Product Domestic Bruto) dan juga memberikan kesempatan kerja pada banyak masyarakat kita. (Rijanto, 2015:6).

Meskipun perkembangan UMKM sangat penting dalam membantu mendorong perekonomian, namun masih ada beberapa wilayah dimana perkembangan UMKM di daerah tersebut masih tergolong rendah, salah satunya UMKM di provinsi Kepulauan Bangka Belitung. UMKM yang terdapat di provinsi Bangka Belitung bisa dibidang menurun di berbagai Kabupaten yang ada, seperti yang bisa dilihat di tabel dimawah ini:

Tabel 1.2
Perkembangan UMKM Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Kabupaten/Kota	Tahun 2017	Tahun 2018
Pangkal Pinang	17.308	10.000
Bangka	3.617	52.000
Belitung	20.491	16.881
Bangka Tengah	39.754	21.515
Bangka Barat	23.813	22.731
Bangka Selatan	6.593	47.122
Belitung Timur	18.891	10.260
Jumlah	130.467	180.509

Sumber: Kabupaten/Kota Prov. Kep. Babel.

Bisa dilihat pada tabel 1.2 mengenai perkembangan UMKM, masih banyak Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Bangka Belitung mengalami penurunan dalam perkembangan UMKM, salah satunya adalah Kabupaten Belitung Timur yang mengalami penurunan yang sangat tinggi dari 18.891 ke 10.260 dari tahun 2017 ke tahun 2018. Belitung Timur memiliki berbagai kecamatan dimana kecamatan Manggar merupakan ibukota dari Kabupaten Belitung Timur.

Tabel 1.3
Jumlah Dusun dan Rukun Tetangga Menurut Kecamatan di Kabupaten Belitung Timur, 2020

District	Name of Villages	Number of Hamlets	Number of Neighborhood Association
Dendang	Dendang	4	11
	Jangkang	4	27
	Nyuruk	4	22
	Balok	2	19
Simpang Pesak	Tanjung Kelumpang	5	18
	Tanjung Batu Itam	4	11
	Dukong	3	9
	Simpang Pesak	3	26
Gantung	Lilangan	3	19
	Jangkar Asam	2	14
	Gantung	3	23
	Selinsing	5	28
	Limbongan	2	9
	Batu Penyu	4	31
Simpang Renggiang	Lenggang	4	23
	Lintang	3	27
	Aik Madu	2	10

	Renggiang	4	16
	Simpang Tige	3	11
Manggar	Kelubi	3	18
	Padang	6	30
	Lalang	8	34
	Lalang Jaya	4	25
	Kurnia Jaya	5	25
	Baru	7	35
	Bukulimau	3	9
	Bentaian Jaya	2	12
	Mekar Jaya	4	21
Damar	Sukamandi	3	21
	Mengkubang	4	24
	Burung Mandi	3	13
	Mempaya	3	15
	Air Kelik	2	15
Kelapa Kampit	Cendil	2	8
	Buding	3	15
	Mentawak	5	26
	Senyubuk	5	31
	Mayang	3	17
	Pembaharuan	4	21
Jumlah		143	769

Source : BPS Kabupaten Belitung Timur

Seperti yang terlihat pada tabel 1.3 Kecamatan Manggar merupakan kecamatan yang memiliki desa terbanyak dari semua kecamatan di Kabupaten Belitung Timur, dimana kegiatan perekonomian banyak berjalan pada kecamatan tersebut. Kecamatan Manggar memiliki berbagai sektor industri yang merupakan pendorong perekonomian

masyarakat sekitar mulai dari industry anyaman, makanan dan minuman, hasil kayu, dan lainnya. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel 1.4 berikut ini:

Tabel 1.4
Jumlah Industri Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur 2019

Desa	Industri Anyaman	Industri Dari Kayu	Industri Makanan dan Minuman	Industri Lainnya
Kelubi	-	-	-	-
Padang	1	4	50	-
Lalang	1	2	21	-
Lalang Jaya	-	2	128	3
Kurnia Jaya	-	3	27	4
Baru	-	1	22	2
Bukulimau	-	11	5	-
Bentaian Jaya	7	1	-	1
Mekar Jaya	-	2	6	2
Jumlah/Total	9	15	259	12

Sumber: Badan Pusat Statistik, Kecamatan Manggar Dalam Angka 2019

Bisa di lihat pada tabel 1.4 mengenai jumlah industry di Kecamatan Manggar,, industri makanan dan minuman lah yang memiliki jumlah terbanyak yaitu 259. Salah satu sentra yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman adalah sentra olahan ikan. Para pengusaha di Kecamatan Manggar paling banyak bergerak pada bidang olahan ikan, salah satu nya adalah pada usaha kerupuk ikan. Sebagai daerah kepulauan, Beltim memiliki potensi yang cukup besar dalam sektor kelautan dan

perikanan. Potensi yang besar banyak dimanfaatkan masyarakat untuk menciptakan peluang usaha baru yang mampu mendorong penguatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat ialah produksi olahan ikan. Ada beberapa usaha yang bergerak pada sentra olahan ikan seperti ikan asin dan kerupuk ikan. Kerupuk ikan merupakan makanan yang banyak di gemari oleh turis maupun penduduk lokal dan daerah lain, namun pelaku usaha olahan ikan belum banyak yang mengembangkan produksi maupun berusaha dalam lebih luas menjual produk pangan olahan ikan.

Mayoritas para Pelaku UMKM di Kecamatan Gantung masih sangat awam dengan teknologi internet, selama ini mereka masih mengandalkan pemasaran secara tradisional. Ironisnya lagi, beberapa dari mereka belum memiliki ponsel cerdas/smartphone, bahkan surel/email untuk mengontrol penjualan. Dinas Koperasi dan UMKM Belitung Timur mengatakan bahwa masyarakat Belitung Timur masih awam terhadap teknologi internet seperti penggunaan media sosial dan platform online lainnya.

Terkait kendala awamnya mayoritas pelaku UMKM khusus di Beltim terhadap media online, para pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Belitung Timur diberikan berbagai pelatihan penjualan secara daring/online. Pelatihan diberikan langsung oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) diajarkan cara mengemas produk, trik meningkatkan penjualan, menghasilkan uang yang banyak dari lapak, dan memilih segmentasi pasar. Nara sumber Ferdinan Hendrata menekankan syarat utama agar penjualan UMKM

dapat meningkat dan memberikan keuntungan bagi pelaku adalah produk yang dijual harus berkualitas. Selain itu, foto produk dan deskripsi produk yang akan dipasarkan juga harus menarik.

Menurut Rizki Zulfikar dan Lastri Novianti (2018:144), Media Sosial sebagai sarana promosi maupun brand awareness bagi konsumen, sehingga diharapkan dengan adanya media sosial tersebut maka timbul kesadaran konsumen terhadap produk serta mampu meningkatkan penjualan perusahaan. Dengan diadakannya pelatihan kepada para pengusaha UMKM Belitung Timur mengenai penjualan dengan memanfaatkan platform online seperti media sosial, diharapkan para pengusaha kerupuk ikan sentra olahan ikan desa baru dapat menjangkau konsumen yang tidak bisa dilakukan jika hanya mengandalkan penjualan tradisional dan meningkatkan penjualan usaha sehingga bisa mengembangkan usaha yang dilakukan.

Tidak hanya itu, kreativitas para pelaku usaha kerupuk ikan desa Baru juga bisa dibidang masih kurang. Hadiyati (2012:137) menjelaskan bahwa kreativitas kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, misalnya pandangan baru tentang pasar, nilai-nilai corporate baru, proses-proses manufaktur yang baru, produk-produk dan jasa-jasa baru, cara-cara baru dalam mengelola sesuatu, serta cara-cara baru dalam pengambilan keputusan. Banyak Usaha Mikro Kecil Menengah yang tidak mengembangkan kreativitasnya dalam membuat hal produk baru sehingga tidak memberikan hal yang baru dan menarik kepada konsumen, Efendi Febriansyah dan Muhajirin (2020:59). Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan

Perdagangan Kabupaten Belitim sudah pernah mengadakan pelatihan bagi para pelaku industri sentra olahan Desa Baru Manggar. Pemkab Belitim tetap terus melakukan pendampingan sebagai upaya peningkatan kemampuan sentra industri potensial, dengan kegiatan pendampingan sentra olahan ikan di Desa Baru dan di kecamatan lainnya dapat meningkatkan kualitas dan mampu menciptakan produk makanan khas Belitim. Dengan meningkatkan kreativitas para pengusaha sentra olahan ikan desa Baru diharapkan bisa meningkatkan daya saing masyarakat di sentra olahan ikan sehingga nantinya dapat meningkatkan pendapatan dan bisa mengembangkan usaha yang dilakukan.

Berdasarkan data tersebut, peneliti berniat melakukan penelitian awal terkait Penggunaan media sosial dan kreativitas terhadap perkembangan usaha pada UMKM di Kecamatan Gantung. Karena dengan media sosial bisa memberikan manfaat di antaranya sebagai galeri produk, mendata kebutuhan *supplier*, mendata kebutuhan distributor, survey target konsumen, dan memantau konsumen. Di samping itu kreativitas juga bermanfaat bagi pengusaha sebagai faktor yang mendorong berkembangnya usaha mereka, karena kreativitas menurut Munandar dalam Ni Ketut Arniti (2019:1755), merupakan suatu kemampuan yang dapat menciptakan sesuatu yang belum ada sebelumnya, maka dari itu suatu masalah akan dipecahkan melalui pemberian sebuah gagasan yang baru. Maka dari itu seseorang yang mempunyai jiwa kreativitas mampu dilihat dari segi tingkah laku maupun dari melakukan kegiatan yang dapat dikatakan kreatif.

Menurut Grace (2019:1) “Media Sosial adalah merupakan teknologi yang dapat dimanfaatkan secara optimal bagi para penggunanya, agar dapat membantu pengembangan pemasaran serta media sosial dapat dikatakan kunci dalam mencapai peningkatan penjualan jangka Panjang”. Hal ini berarti media sosial merupakan kunci bagi para pengusaha kerupuk ikan desa Baru yang dapat mereka manfaatkan secara optimal dalam meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas tidak hanya disekitar saja untuk mencapai peningkatan penjualan jangka panjang.

Berdasarkan hal yang terjadi pada UMKM Kuliner Makanan Ringan Kecamatan Gantung tersebut, peneliti melakukan survey awal mengenai penggunaan media sosial kepada 30 responden pelaku usaha. Hasil survey tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.5
Survey awal media sosial pada responden pelaku usaha kerupuk ikan sentra olahan ikan desa Baru

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda memanfaatkan media social dengan optimal dalam kegiatan usaha anda?	21	9
	70%	30%
Apakah anda merasa media sosial berpengaruh terhadap usaha anda?	14	16
	47%	53%
Apakah anda merasa perlu membangun hubungan dengan konsumen melalui media social?	18	12
	60%	40%
Apakah anda rasa media social penting untuk menyampaikan informasi terkait produk yang anda jual?	14	16
	47%	53%

Sumber: Data yang diolah 2020

Berdasarkan tabel hasil survey awal 1.4 mengenai media sosial terhadap pengusaha UMKM Kuliner, dari 21 responden yang mengaku sudah memanfaatkan media sosial secara optimal, 16 responden mengaku bahwa mereka merasa media sosial tidak berpengaruh terhadap kegiatan usaha yang artinya ada 7 responden yang menerapkan media sosial secara optimal dalam kegiatan usaha namun merasa bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap usaha mereka. Menurut mereka alasan media sosial tidak berpengaruh karena konsumen yang mereka jangkau melalui media sosial sama dari waktu ke waktu, hanya terkadang saja mereka mendapatkan konsumen baru yang membuat penjualan tidak begitu mengalami kenaikan.

Tidak hanya itu, masih lumayan banyak responden yang merasa bahwa tidak perlunya untuk menjalin hubungan dengan konsumen melalui media sosial sebesar 40%, dan merasa media sosial tidak terlalu penting untuk menyampaikan informasi produk ke konsumen sebesar 53%. Hal ini menurut mereka dikarenakan walaupun menggunakan media sosial, para konsumen sekitar daerah kecamatan Manggar sudah mengenal produk yang mereka jual dan merasa tidak perlu untuk menjelaskan Informasi terkait produk yang mereka jual, namun untuk 47% responden yang menjawab perlu untuk menyampaikan informasi melalui media sosial, karena mereka bisa dengan mudah menjelaskan berbagai informasi penting terkait produk yang mereka jual seperti keunggulan produk mereka dibandingkan yang lain, waktu pemesanan dibuka jika ada yang ingin memesan dan memberitahukan ada atau tidaknya ketersediaan produk.

Selain itu itu pelaku usaha kerupuk ikan desa Baru harus mempunyai jiwa yang cermat dalam menanggapi suatu masalah seperti ketatnya dalam bersaing, situasi lingkungan dalam bersaing, selera konsumen yang dapat berubah secara dinamis, serta naik dan turunnya nilai penjualan. Menjadikan para pelaku usaha lebih memperhatikan perubahan zaman dalam kondisi apapun dan tidak mampu untuk diprediksi yaitu kreativitas. Berdasarkan oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ni Ketut Arniti (2019:1758) menjelaskan bahwa secara parsial Kreativitas memiliki pengaruh yang nyata atau positif terhadap perkembangan usaha.

Kreativitas adalah bagian penunjang eksisnya kehidupan seseorang. Setiap orang mempunyai kreativitas, dan yang membedakan adalah tingkat kreativitas antara orang satu dengan yang lainnya (Sutipyo, 2014:3). Dengan adanya jiwa kreativitas pada seorang pelaku usaha dapat mengubah sesuatu yang telah dimiliki seseorang menjadi lebih menarik baik dilihat dari segi bentuknya maupun dari segi keindahannya yang dimana dibutuhkan oleh pelaku usaha kerupuk ikan desa Baru Kecamatan Manggar.

Selanjutnya peneliti melakukan survey awal mengenai kreativitas, bisa dilihat pada tabel survey awal mengenai kreativitas pada pelaku usaha kerupuk ikan sentra olahan ikan desa Baru Kecamatan Manggar:

Tabel 1.6
Survey awal kreativitas pada responden pelaku usaha kerupuk ikan sentra olahan ikan desa Baru

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda mampu menciptakan ide-ide atau cara yang baru dalam upaya mengembangkan usaha anda?	12	18
	40%	60%
Apakah anda mampu memecahkan masalah jika kegiatan usaha anda terhambat oleh suatu keadaan yang tidak bisa di prediksi?	17	13
	57%	43%
Apakah anda malakukan perubahan untuk produk yang anda hasilkan menjadi lebih menarik?	9	21
	30%	70%

Sumber: Data yang diolah 2020

Pada tabel hasil survey terhadap kreativitas pengusaha kerupuk ikan, bisa dilihat masih terdapat banyak responden yaitu 60% pengusaha yang menjawab tidak terhadap mengembangkan ide atau gagasan baru untuk mengembangkan usaha yang dijalankan. Mereka mengatakan sulit untuk menciptakan ide baru dalam hal mengembangkan usaha, dan merasa perlu bantuan dari pihak lain untuk membantu mengembangkan usaha mereka, tidak dari hasil pemikiran sendiri.

Namun untuk pertanyaan ke dua terkait pemecahan masalah jika kegiatan usaha terhambat oleh suatu hal, cukup banyak yang menjawab bahwa mereka bisa memecahkan masalah tersebut yaitu sebesar 57%. Mereka mengatakan kalau untuk masalah yang menghambat kegiatan usaha sudah sering terjadi seperti ketika angin laut

kuat, dan para nelayan tidak bisa pergi kelaut mencari ikan sehingga menyebabkan bahan baku produksi tidak dapat didapatkan. Untuk mengatasi hal itu para pelaku usaha mengaku sudah menyiapkan bahan baku untuk memproduksi kerupuk ikan, ataupun mereka memiliki stok kerupuk ikan mentah yang belum di jual. Untuk produk yang di jual para pengusaha kerupuk ikan ada yang kerupuk nya masih mentah dan sudah jadi. Untuk kerupuk yang masih mentah membutuhkan waktu yang cukup lama untuk sampai bisa di jual dan para pengusaha kerupuk ikan cenderung memiliki banyak stok kerupuk ikan yang belum jadi di karenakan prosesnya yang lama dan juga ada hambatan lainnya seperti hujan dan sebagainya yang membuat kerupuk belum siap dijual.

Pada pertanyaan terkait perubahan produk untuk diubah menjadi lebih menarik banyak yang menjawab tidak pada responnya sebanyak 70% . Para pelaku usaha kerupuk ikan desa Baru banyak mengaku kesulitan untuk melakukan hal tersebut dikarenakan banyak pelaku usaha yang bergerak di bidang yang sama, membuat produk yang mereka hasilkan hampir sama antara satu dengan yang lain. Walaupun ada yang mengembangkan atau membuat produk baru dari berbagai hal seperti segi kemasan ataupun rasa, mereka akan dengan cepat mengikuti perubahan tersebut yang membuat produk yang dihasilkan menjadi mirip lagi antara satu pengusaha dengan lainnya.

Selain itu peneliti juga melakukan survey awal terkait perkembangan usaha yang terdapat pada pengusaha kerupuk ikan desa Baru Kecamatan Manggar. Menurut Budiarto (2015:17) masalah utama yang dihadapi oleh UMKM adalah permodalan, pemasaran, bahan baku, teknologi,

organisasi, manajemen. Untuk itu peneliti melakukan survey awal mengenai perkembangan Usaha terkait masalah yang dihadapi pengusaha kerupuk ikan desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur.

Tabel 1.7
Survey awal perkembangan usaha pada responden pelaku usaha kerupuk ikan sentra olahan ikan desa Baru

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah jumlah produk yang anda produksi terjual sesuai dengan harapan?	14	16
	47%	53%
Apakah Pelanggan anda meningkat dari waktu ke waktu?	11	19
	37%	63%
Apakah pendapatan anda semakin meningkat dari waktu ke waktu?	14	16
	47%	53%

Sumber: Data yang diolah 2020

Dalam tabel hasil survey awal mengenai perkembangan usaha bisa dilihat masih banyak para pelaku usaha yang masih memiliki kendala dalam mengembangkan usaha mereka dari berbagai kriteria seperti jumlah produk yang terjual tidak sesuai harapan dan pendapatan tidak meningkat dari waktu ke waktu sebesar 57% , menurut mereka asalnya adalah dikarenakan produk yang mereka jual tidak mencakup wilayah yang cukup luas. Menurut mereka paling banyak yang membeli produk yang dijual hanyalah daerah-daerah sekitar Desa Baru, ataupun daerah sekitar Kecamatan Manggar saja.

Adapun juga responden yang menjawab tidak untuk usaha mereka dalam meningkatkan pelanggan dan pendapatan yang ada dari waktu ke waktu, hal ini menurut

para pelaku usaha UMKM makanan ringan kecamatan Gantung yang menjawab tidak dikarenakan produk yang mereka jual memiliki wilayah penjualan yang kecil dan tidak terlalu luas.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai Penggunaan Media Sosial dan Kreativitas Terhadap Perkembangan Usaha dan membahas serta menuangkan hasilnya dalam laporan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Perkembangan Usaha (Survey Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur)”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut :

1. Masih lumayan banyak pengusaha kerupuk ikan sentra olahan ikan desa baru Manggar yang merasa bahwa media sosial tidak terlalu berpengaruh dalam kegiatan usaha.
2. Penjualan tidak mengalami peningkatan yang signifikan dari waktu ke waktu.
3. Kreativitas yang kurang membuat usaha tidak terlalu mengalami perkembangan.
4. Usaha yang tidak terlalu berkembang dan masih sama saja dari waktu ke waktu.

1.2.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian diatas maka rumusan masalah yang disampaikan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Media Sosial Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur.
2. Bagaimana Kreativitas Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur.
3. Bagaimana Perkembangan Usaha Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur...
4. Seberapa besar pengaruh Media Sosial dan Kreativitas terhadap Perkembangan Usaha Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud penelitian

Untuk mengetahui bagaimana para pelaku usaha UMKM Kuliner Makanan Ringan Kecamatan Gantung Belitung Timur dalam memanfaatkan media social dan berkreaitivitas di dalam usahanya untuk mendorong perkembangan usahanya.

1.3.2 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana Media Sosial Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur.
2. Untuk mengetahui bagaimana Kreativitas Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur

3. Untuk mengetahui bagaimana Perkembangan Usaha Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Media Sosial dan Kreativitas terhadap Perkembangan Usaha Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur baik secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun tulisan ini penulis harapkan bisa memberikan manfaat bagi banyak pihak yang menggunakan tulisan ini, antara lain:

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Manfaat bagi penulis

untuk lebih menambah wawasan yang lebih luas mengenai bagaimana Media Sosial pada pelaku usaha, Kreativitas pedagang dan Perkembangan usaha Pedagang yang sesuai dengan teori maupun ilmu yang telah ada.

2. Manfaat bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi pimpinan yang telah di teliti, sehingga perusahaan yang bersangkutan dapat memahami lebih lanjut mengenai Media Sosial pada pelaku usaha, Kreativitas pedagang dan Perkembangan usaha Pedagang dalam rangka memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada agar usaha yang dijalankan diharapkan semakin lebih baik dan berkembang dalam kinerjanya.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Manfaat bagi program studi

sebagai tambahan dalam membuat referensi serta sebagai bahan perbandingan dengan tulisan-tulisan sebelumnya yang sama dengan penulis.

2. Manfaat bagi penulis lain

Sebagai bahan referensi yang memungkinkan untuk dipakai apabila penulis lain tertarik untuk meneliti tema yang sama dengan penulis.

1.5 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha kerupuk ikan sentra olahan ikan yang berlokasi di Desa Baru Kecamatan Manggar, Kabupaten Belitung Timur dan dilakukan pada tanggal 04 Januari 2021.

1.5.2 Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan November 2020 sampai dengan bulan yang direncanakan selesainya penelitian yaitu Maret 2021. Adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut :

Tabel 1.8
Pelaksanaan Penelitian

No.	Uraian	Waktu Kegiatan																											
		November				Desember				Januari				Februari				Maret				April							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Survey tempat penelitian			■																									
2.	Melakukan penelitian			■	■																								
3.	Mencari data				■	■																							
4.	Membuat proposal					■	■	■	■																				

