

ASSESSMENT USAHA EKONOMI KELOMPOK MASYARAKAT KELURAHAN BELAWAN II



Peneliti:
Muhammad Jailani, S.Sos, MA

Anggota:
Nila Sari Lbs
Navita Sari
Habib Maratua
Fajar Dermawan Solin

LEMBAR PENGESAHAN

Penelitian ini berjudul:

Assesment Usaha Ekonomi Kelompok Masyarakat Kelurahan Belawan II

Bidang penelitian : Penelitian Program Studi Sosiologi Agama

Kategori Penelitian : Penelitian Kolaboratif

Unit Kerja : Fakultas Ilmu Sosial

Waktu Penelitian : 2018

Lokasi Penelitian : Provinsi Sumatera Utara

Sumber Dana : Mandiri

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Prof. Dr. H. Ahmad Qorib, MA

NIP. 19580414 198703 1 002

Medan, 15 Desember 2018

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Jailani".

Muhammad Jailani, S.Sos, MA

NIP. 1100000105

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Muhammad Jailani, S.Sos, MA
NIP : 1100000105
NIDN : 2001017208
Unit Kerja : FIS UIN SU Medan
Jabatan : Peneliti

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

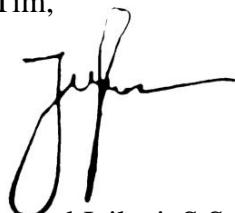
1. Bahwa saya adalah benar-benar dosen pada Fakultas Ilmu Sosial UIN SU dan tidak sedang tugas belajar.
Bahwa penelitian dengan judul : **Assesment Usaha Ekonomi Kelompok Masyarakat Kelurahan Belawan II**
2. adalah benar-benar orisinal, bukan plagiasi serta belum/atau tidak sedang didanai oleh DIPA Direktorat Jenderal Pendidikan Islam ataupun pihak lain.

Demikianlah surat pernyataan ini disampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalam,

Medan, 15 Desember 2018

Ketua Tim,



(Muhammad Jailani, S.Sos, MA)

KATA PENGANTAR

Setiap warga Negara berhak untuk hidup layak secara ekonomi dan sosial sesuai dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Ketidakberdayaan ekonomi masyarakat merupakan salah satu indikator pengabaian Negara akan hak ekonomi dan sosial warganya seperti tertuang dalam Kovenan Hak Sosial, Ekonomi dan Budaya. Kedaulatan ekonomi warga masyarakat merupakan cerminan kedaulatan ekonomi bangsa. Untuk itu Negara penting melakukan upaya-upaya secara sistematis dalam mendorong kebijakan, administatif, program dan budgeting yang memajukan ekonomi warganegaranya. Salah satu dorongan yang penting dilakukan oleh Negara adalah meningkatkan partisipasi publik dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dengan berbagai macam intervensi baik peningkatan sumber daya manusia maupun ekonomi kreatif.

Yayasan Gugah Nurani Indonesia cabang Medan Belawan, berupaya untuk meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat Kelurahan Belawan II dengan pendekatan kelompok. Yayasan GNI yang telah cukup lama berkegiatan di kelurahan Belawan II melihat bahwa kegiatan ekonomi kelompok diharapkan bukan saja meningkatkan pendapatan anggota kelompok, tetapi juga meningkatkan keeratan jaringan sosial dan kepercayaan antar anggota masyarakat yang menjadi pilar utama modal sosial membangun masyarakat yang kuat. Ketika masyarakat kuat secara sosial dan ekonomi maka pemenuhan dan perlindungan hak-hak anak mereka untuk tumbuh kembang secara maksimal akan mengikuti dan merupakan suatu keniscayaan

Namun disadari bahwa pengetahuan akan situasi kegiatan ekonomi kelompok di kelurahan Belawan II atau juga kegiatan usaha ekonomi perseorangan yang berpotensi menjadi usaha ekonomi kelompok di Belawan II belum terpetakan. Maka sulit kemudian untuk menentukan usaha ekonomi apa yang berpotensi dan tepat dikembangkan menjadi usaha ekonomi kelompok yang sesuai dengan karakteristik wilayah dan sumber daya manusia di kelurahan Belawan II.

Untuk itu kemudian dilakukan identifikasi awal atau assessment potensi usaha ekonomi kelompok di kelurahan Belawan II, Kecamatan Medan Belawan. Hasil penelitian ini kemudian menemukan usaha ekonomi kelompok yang sudah berjalan maupun usaha ekonomi mandiri yang potensi untuk dikembangkan menjadi usaha ekonomi kelompok, tentunya dengan pemenuhan berbagai persyaratan karena

kelemahan dan tantangan yang dihadapi. Penulis berharap bahwa hasil assessment ini dapat menjadi referensi awal Yayasan GNI cabang Belawan untuk mengembangkan kebijakan dan program pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Medan, 15 Desember 2018

Muhammad Jailani

Ketua Peneliti

Daftar Isi

	Hal
Kata Pengantar	1
Bab I Pendahuluan	
A. Latar Belakang	4
B. Tujuan	5
C. Hasil yang diharapkan	5
D. Metode Assessment	6
E. Peneliti	8
BAB II. Deskripsi Kelurahan Belawan II	
A. Sejarah Singkat	9
B. Komposisi Penduduk	10
C. Fasilitas Publik	17
BAB III. Usaha Ekonomi Masyarakat Kelurahan Belawan II	
1. Data Umum Responden	20
2. Data responden khusus usaha ekonomi Belawan II	23
3. Usaha Ekonomi Masyarakat Belawan II	25
4. Kebutuhan Masyarakat	40
5. Sumber Daya Manusia	47
6. Analisa Awal Potensi Usaha Ekonomi Kelompok Masyarakat Belawan II	48
BAB IV. Analisa Pasar Untuk Potensi Usaha Ekonomi Kelompok Masyarakat Belawan II	
1. Pendahuluan	53
2. Data Responden Potensial Konsumen	53
3. Pilihan Konsumsi Potensial Konsumen dan Potensial market	55
BAB V. Potensi Partner Kerjasama	
1. Potensi Partner Kerjasama Pemasaran Produk	75
2. Potensi Partner Dukungan Pembinaan dan Permodalan	78
BAB VI. Analisa Potensi Usaha Ekonomi Kelompok Masyarakat Kelurahan Belawan II	82
BAB VII. Penutup	95
Daftar Pustaka	97
Photo-Photo Kegiatan Penelitian	98

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Pemberdayaan masyarakat dipahami sebagai suatu upaya sistematis untuk mewujudkan masyarakat yang memiliki kemauan dan kemampuan untuk membangun dirinya melalui proses identifikasi masalah, merencanakan pemecahan masalah, melaksanakan kegiatan, serta mengembangkan kegiatan berdasarkan potensi yang ada pada diri dan lingkungannya. Pemberdayaan masyarakat tujuan akhirnya adalah bagaimana individu, kelompok dan masyarakat dapat mandiri menjalankan fungsi-fungsi ekonomi, sosial dan spiritualnya. Hal ini sesuai dengan makna dari asal kata pemberdayaan yakni *empower* yang mengandung dua pengertian, yaitu: *to give power* atau *authority to* atau memberi kekuasaan, mengalihkan kekuatan atau mendelegasikan otoritas ke pihak lain; dan *to give ability to* atau *enable* atau usaha untuk memberi kemampuan atau keberdayaan. Khusus pemberdayaan ekonomi masyarakat dimaknakan sebagai penguatan pemilikan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan ketrampilan, yang harus dilakukan secara multi aspek, baik dari aspek masyarakatnya sendiri, maupun aspek kebijakannya.

Namun riskannya, masyarakat, baik kota maupun desa, sering tidak mengetahui apa persoalan mendasar sehingga secara ekonomi mau pun social mereka tidak dapat berkembang. Sebagian besar masyarakat bahkan cenderung apatis dan menerima situasi social dan ekonomi yang mereka dapatkan. Masyarakat terjebak dalam rutinitas harian yang seringkali menjadi ‘budaya’ hidup yang harus diterima turun temurun. Potensi-potensi ekonomi yang sebenarnya ada, termasuk modal social; kepercayaan, kerjasama, nilai dan relasi social atau jaringan, di masyarakat cenderung menjadi diabaikan. Bahkan potensi ekonomi sering dianggap sebagai masalah. Masyarakat terus hidup dalam lingkaran kemiskinan mereka.

Masyarakat Kelurahan Belawan II merupakan masyarakat pesisir perkotaan. Kelurahan yang memiliki luas 1,75 km² dan terdiri dari 44 lingkungan ini sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian pedagang kecil, buruh pabrik dan bekerja

serabutan. Dari data kependudukan tahun 2017, sekitar 20% kepala keluarga, atau sekitar 4.200 kepala keluarga merupakan keluarga miskin. Keluarga melakukan rutinitas ekonomi untuk memenuhi hidupnya sehari-hari. Pedagang kecil hanya berusaha mencapai penjualan untuk menutup kebutuhan sehari-hari. Tidak ada pemisahan jelas usaha dagang dengan pengeluaran hidup sehari-hari. Mengembangkan usaha ekonomi masyarakat Belawan II sama sulitnya dengan memandirikan usaha ekonominya sendiri. Untuk memandirikan masyarakatnya pada aspek ekonomi dan sosial maka penting untuk menumbuhkan usaha ekonomi penduduk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan prospek ke depan usaha ekonomi tersebut.

Untuk itu diperlukan langkah-langkah menemukan potensi dan tantangan pada usaha ekonomi masyarakat Belawan II termasuk situasi demografi, usaha ekonomi yang sudah ada, potensi pasar, ketersediaan sumber daya dan sumber daya manusia serta potensi usaha ekonomi kelompok yang dapat dibangun dan dikembangkan di Kelurahan Belawan II. Untuk itu akan dilakukan assessment potensi usaha ekonomi kelompok masyarakat kelurahan Belawan II

2. TUJUAN

Adapun tujuan assessment potensi usaha ekonomi kelompok masyarakat kelurahan Belawan II adalah untuk mendapatkan gambaran/deskripsi usaha ekonomi masyarakat yang sudah ada secara rinci, mendapatkan deskripsi potensi usaha ekonomi kelompok masyarakat dan kemungkinan-kemungkinan hambatan atau tantangan yang akan dihadapi dari potensi usaha ekonomi kelompok masyarakat kelurahan Belawan II Kecamatan Medan Belawan berikut alternative jalan keluarnya.

3. HASIL YANG DIHARAPKAN

Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini adalah deskripsi usaha ekonomi kelompok masyarakat yang telah ada meliputi kelompok usaha, jenis usaha, wilayah pemasaran, potensi keberlangsungan dan pengembangan usaha, deskripsi potensi usaha ekonomi kelompok masyarakat yang meliputi; situasi demografi dan topografi kelurahan Belawan II, Kebutuhan konsumsi masyarakat Kecamatan Belawan, pandangan kelompok masyarakat pada potensi usaha ekonomi kelompok dan ketersediaan sumber daya dan sumber daya manusia di Kelurahan Belawan II, Kecamatan Medan Belawan termasuk deskripsi potensi pasar pada jenis usaha yang

dipilih meliputi; segmen pasar, batas geografis pasar, kompetitor/*market share*, dan rata-rata tingkat konsumsi konsumen.

4. METODE ASSESMENT

4.1. Metode Penelitian

Penelitian kelompok usaha ekonomi menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang dikombinasikan dengan pendekatan kualitatif khususnya untuk menggali pandangan kelompok masyarakat terkait potensi usaha ekonomi kelompok di kelurahan Belawan II.

4.2. Objek Penelitian

Objek penelitian dibagi empat yakni:

4.2.1. Objek penelitian untuk Usaha Ekonomi Yang Sudah Ada

Populasi penelitian ini adalah masyarakat kelurahan Belawan II yang berjumlah 4200 kepala keluarga. Usaha ekonomi masyarakat yang tersedia sangat bervariasi, namun tidak diketahui dengan pasti jumlahnya karena banyak usaha merupakan usaha ekonomi informal. Maka diputuskan objek ekonomi yang tersedia yang akan diteliti adalah 100 unit usaha yang berada di kelurahan Belawan II dan berada di lima lingkungan (10% dari jumlah seluruh lingkungan di Kelurahan Belawan II) sebagai langkah dari sampel stratifikasi. Namun ternyata saat pelaksanaan penelitian tidak dapat dijumpai sejumlah 100 usaha ekonomi di lima lingkungan yang menjadi sampel wilayah awal. Maka kemudian semua lingkungan menjadi sampel penelitian yang dapat mencakup 100 usaha ekonomi masyarakat

4.2.2. Objek penelitian Diskusi Kelompok Terfokus

Adapun sampel atau subyek penelitian dalam diskusi kelompok terfokus atau FGD adalah perwakilan kelompok usaha ekonomi yang berjumlah 10 orang dan berada di lingkungan kelurahan Belawan II. 10 orang peserta FGD diidentifikasi berdasarkan usaha ekonominya yang berpotensi dikembangkan. Analisa ini dilakukan saat pengumpulan data pertama. Dengan demikian, FGD dilakukan setelah ada kajian awal dari hasil pengumpulan data situasi usaha ekonomi masyarakat yang ada.

4.2.3. Objek Penelitian Pasar dari Potensi Usaha ekonomi

Jumlah sampel untuk pasar potensi usaha ekonomi kelompok adalah berjumlah 100 orang, yang diambil secara proporsional dari sisi usia responden dan keterwakilan lingkungan sekitar Belawan II.

4.3.4. Objek Penelitian Partner Potensial dan *Market Share*

Adapun objek penelitian dari Partner Potensial adalah bank yang ada di sekitar kota Belawan, perusahaan yang potensi memberikan Coorporate Social Responsibility dan lembaga pemerintahan yang berada di Medan. Sementara Market Share yang diteliti adalah toko-toko penjualan makanan, seperti kerupuk, roti dan pakaian, serta barang-barang kebutuhan harian yang ada di sekitar kota Belawan.

4.3. Tehnik Pengumpulan Data

Pengumpulan data assessmen potensi usaha ekonomi kelompok dilakukan dengan cara:

1. Survey: Tehnik survey dipergunakan untuk pengumpulan data terkait data usaha ekonomi masyarakat yang telah ada, potensi usaha, potensi pasar dan potensi partner kerjasama.
2. FGD: Focus Group Discussion dipergunakan untuk pengumpulan data pandangan perwakilan kelompok usaha ekonomi masyarakat terkait potensi usaha kelompok
3. Pengumpulan data sekunder: dipergunakan untuk pengumpulan data demografi dan topografi kelurahan Belawan II.

4.4. TEHNIK ANALISA DATA

Analisa data pada dasarnya menggunakan kuantitaif deskriptif dengan penyajian data tabel tunggal dan tabel silang. Analisa data kuantitatif akan dikombinasikan dengan penyajian data kualitatif hasil dari diskusi kelompok terfokus dan juga penjelasan dari setiap item pertanyaan yang dapat digali secara mendalam dari responden. Khusus untuk pendeskripsian potensi bisnis akan dipergunakan analisa kuantitatif dengan analisa estimasi potensi bisnis maksimal, yakni:

$$MP = N \times MS \times P \times Q$$

MP = Market Potency

N = Pelanggan potensial

MS = Market Share

P = Rata-rata harga produk

Q = Nilai produk terjual (perhari atau pertahun)¹

5. PENELITI

Adapun tim peneliti dalam penelitian ini berjumlah enam orang diketuai oleh Muhammad Jailani, MA yang dibantu dengan lima orang tim peneliti termasuk enumerator. Seluruh tim peneliti ikut membangun disain pertanyaan dan memperoleh *coaching* sebelum melakukan penelitian. Tim peneliti juga melakukan evaluasi lapangan setelah melakukan pengumpulan data lapangan untuk memahami situasi lapangan, memperbaiki atau merubah metode dan strategi pengumpulan data. Hal ini dilakukan karena situasi lapangan sangat dinamis termasuk potensi partner di lapangan yang disesuaikan dengan hasil analisa potensi usaha ekonomi kelompok.

¹ [www.globalstats-research.com/Menghitung potensi omset bisnis](http://www.globalstats-research.com/Menghitung%20potensi%20omset%20bisnis)

BAB II

DESKRIPSI KELURAHAN BELAWAN II

A. Sejarah Singkat dan Topografi Kelurahan Belawan II

Pada awalnya Kelurahan Belawan II merupakan bagian dari Desa Belawan. Kemudian pada tahun 1974, desa Belawan dimekarkan menjadi empat kelurahan, yakni:

1. Kelurahan Belawan I
2. Kelurahan Belawan II
3. Kelurahan Belawan III
4. Kelurahan Bagan Deli²

Seiring bertambahnya jumlah penduduk kota Medan, maka sejak tanggal 15 Mei 1986 desa Belawan dijadikan Kecamatan Medan Belawan yang terdiri dari enam kelurahan, yakni:

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1. Kelurahan Belawan I | 4. Kelurahan Belawan Bahari |
| 2. Kelurahan Belawan II | 5. Kelurahan Belawan Bahagia |
| 3. Kelurahan Belawan Sicanang | 6. Kelurahan Belawan Bagan Deli |



Photo: Wawancara Dengan Pegawai Kelurahan Belawan II

² Anonim, *Profil Kelurahan Belawan II, Kecamatan Medan Belawan, tahun 2018*

Adapun kelurahan Belawan II merupakan kelurahan pesisir Utara Medan, yang memiliki luas 198,97 Ha dimana wilayahnya berbatasan:

- Sebelah Utara berbatas dengan Kelurahan Belawan I
- Sebelah Selatan berbatas dengan Kelurahan Belawan Bahari
- Sebelah Timur berbatas dengan Kelurahan Bagan Deli
- Sebelah Barat berbatas dengan Kelurahan Belawan I

Dilihat dari Topografi, kelurahan Belawan II berlahan landai dimana 100 Ha (50,5%) diantaranya merupakan tanah kering yang dipergunakan untuk lahan bangunan, fasilitas publik dan jalan, serta 47 Ha (23,7%) merupakan rawa pasang surut.

B. Komposisi Penduduk

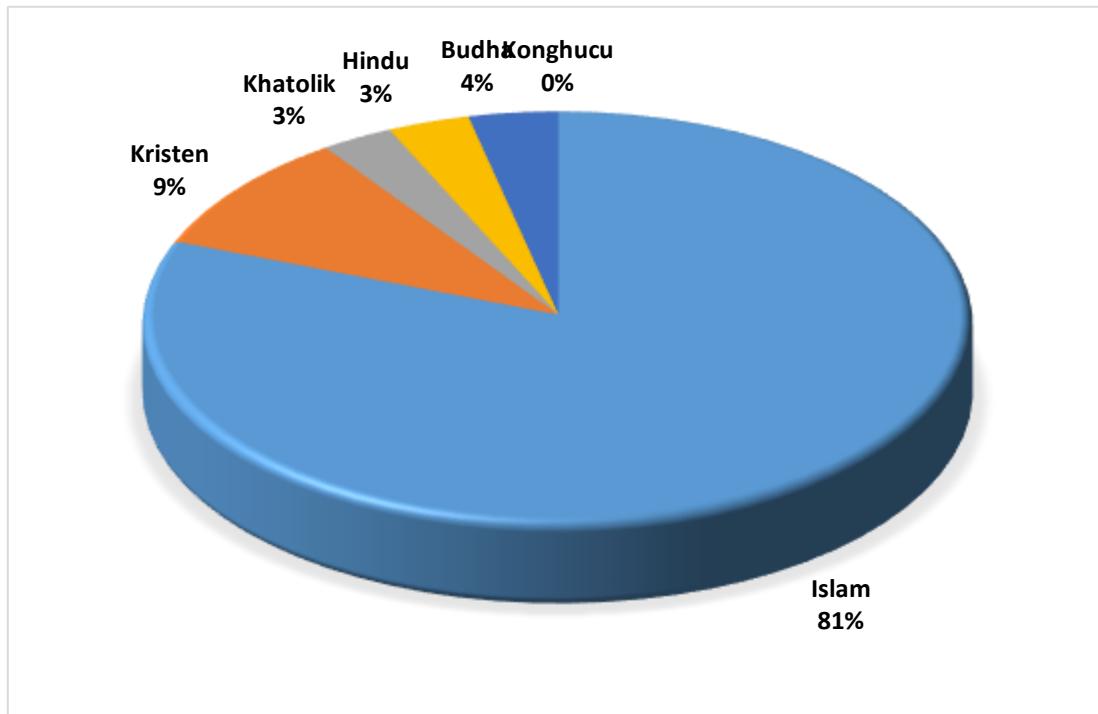
Sampai 2017, penduduk kelurahan Belawan II berjumlah 30.440 jiwa dimana 15,695 jiwa (51,56%) adalah laki-laki dan 14.745 jiwa (48,44%) adalah perempuan serta terdiri dari 6.080 Kepala Keluarga (KK).³ Menariknya dari 6.080 KK, 983 (16,1%) diantaranya merupakan Kepala Keluarga Perempuan, dan 5.097 KK merupakan laki-laki. Ini menunjukkan ada 983 perempuan di Kelurahan Belawan II merupakan ibu sekaligus ayah bagi keluarganya baik karena perceraian hidup, perceraian mati atau karena sebab lainnya.

b.1. Komposisi Penduduk Menurut Agama

Praktek menjalankan usaha ekonomi pada sebagian masyarakat juga dipengaruhi oleh kepercayaan atau agama yang dianutnya. Pemahaman theology ekonomi ini mempengaruhi bagaimana pelaku ekonomi bertransaksi, melakukan perputaran uang termasuk penambahan modal. Penduduk Kelurahan Belawan II berdasarkan komposisi agama dapat dilihat pada diagram di bawah ini

³ Badan Pusat Statistik Kota Medan, *Kecamatan Medan Belawan Dalam Angka 2017*, CV. Rilis Grafika, Medan, hal.26

Diagram 1: Komposisi Penduduk Kelurahan Belawan II Berdasarkan Agama



Sumber: Data kelurahan Belawan II 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas (81%) penduduk kelurahan Belawan II beragama Islam. Diikuti oleh jumlah penduduk beragama Kristen Protestan, 9% dan Budha sejumlah 4%. Komposisi penduduk Islam ini dari penelusuran terdiri dari penduduk penganut Islam yang bermadzhab moderat, dan bermadzhab keras. Perbedaan madzhab ini nantinya berpengaruh pada pandangan penduduk tentang usaha ekonomi, khususnya bagaimana mendatangkan modal atau tambahan modal bagi usahanya.

b.2. Komposisi Penduduk Berdasarkan Usia

Berdasarkan kelompok umur, penduduk Belawan II yang berusia produktif jauh lebih besar dari penduduk yang berusia non produktif. Penduduk usia produktif dimaksud adalah penduduk yang berada pada usia kerja, sementara penduduk non produktif yang dimaksud adalah penduduk yang berada di bawah usia kerja (dibawah

15 tahun) atau yang telah memasuki lanjut usia (60 tahun ke atas). Situasi komposisi di atas dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 1: Komposisi Penduduk Kelurahan Belawan II Berdasarkan Usia

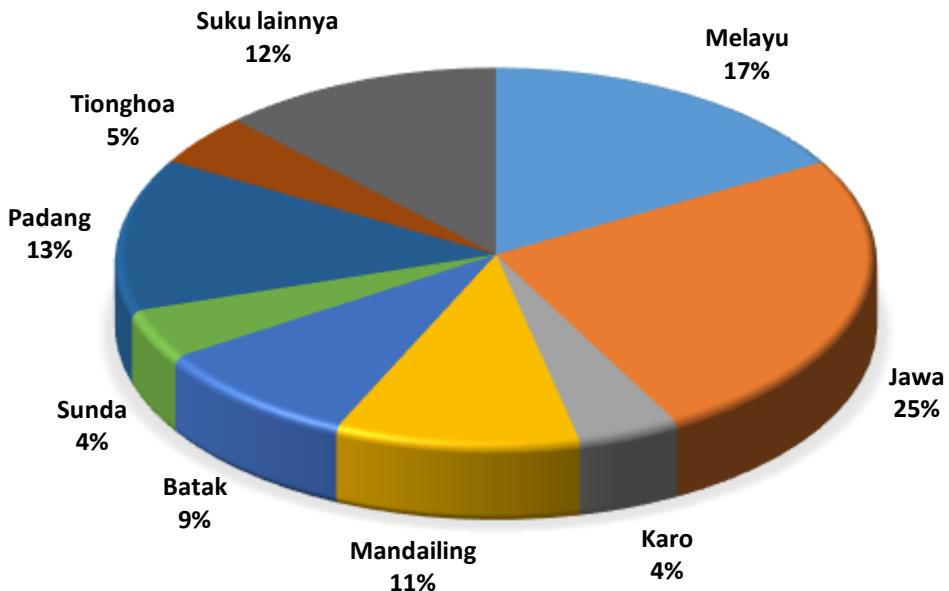
NO	USIA	JUMLAH	%
1	0-04 Tahun	1.705	5,6
2	05-09 Tahun	2.652	8,7
3	10-14 Tahun	2.903	9,5
4	15-19 Tahun	2.605	8,5
5	20-24 Tahun	2.487	8,1
6	25-29 Tahun	2.600	8,5
7	30-34 Tahun	3.156	10,4
8	35-59 Tahun	9.990	33
9	60-69 Tahun	1.436	4,7
10	70 tahun keatas	906	3
Jumlah		30.440	100

Sumber: Data kelurahan Belawan II 2018

b.3. Komposisi Penduduk Berdasarkan Etnisitas

Dari 30.440 jiwa penduduk, komposisi etnisitas kelurahan Belawan II sangat heterogen. Walau wilayah pesisir Medan seyogyanya adalah kampung halaman etnis Melayu, namun dalam realitas perkembangannya, etnis Jawa (25%) merupakan etnis terbesar yang mendiami Kelurahan Belawan II. Sementara etnis Melayu sejumlah 17%. Walau demikian, Etnis Jawa yang menetap di Belawan II merupakan etnis Jawa kelahiran di Sumatera Utara juga, telah berasimilasi dengan budaya dan nilai masyarakat Medan khususnya di kelurahan tersebut. Tercatat ada 8 etnis yang jumlahnya cukup signifikan mendiami wilayah Belawan II ditambah etnis-etnis lainnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram berikut ini

Diagram 2: Komposisi Etnisitas Belawan II



Sumber: Data Kelurahan Belawan II, 2018

Umumnya masyarakat antar etnis tersebut kemudian berbaur dan memproduksi budaya sendiri, yakni budaya masyarakat Medan pesisir. Ini disebabkan akar etnis di masyarakat di Belawan II tidaklah begitu kuat, dalam pengertian penduduk umumnya lahir di Medan atau wilayah lain di Sumut, kemudian bermigrasi ke Belawan. Jadi, etnis Jawa atau Minang misalnya bukanlah individu atau komunitas yang lahir di Sumatera Barat dan besar, kemudian bermigrasi ke Medan. Dengan demikian mereka akan kental dengan tradisi Minang. Namun masyarakat Minang yang ada di kelurahan Belawan II adalah masyarakat Minang yang lahir dan besar di Medan atau di propinsi Sumatera Utara. Dengan demikian prinsip dan etika bisnis termasuk berdagang yang melekat dan berjalan pada kalangan masyarakat di Belawan II tidak begitu kental dengan etika dan prinsip bisnis etnis dan nilai etnistas. Yang lebih banyak melekat nantinya adalah etika dan prinsip pragmatis serta prilaku turun temurun di mana pelaku bisnis tinggal. Pengaruh yang cukup signifikan sebenarnya adalah latar belakang agama serta pemahamannya dari pelaku bisnis yang akan mempengaruhi etika, dan prilaku bisnisnya serta orientasi masa depan usaha ekonomi.

Ikatan etnisitas ternyata tidak menjadi modal sosial yang cukup kuat dalam membangun usaha ekonomi masyarakat di kelurahan Belawan II. Dengan tipikal masyarakat perkotaan, relasi social berbasis etnisitas tidak begitu kuat di kelurahan Belawan II. Riskannya persatuan antar lingkungan juga tidak begitu kuat. Banyaknya

pendatang memunculkan kesenjangan komunikasi social antar masyarakat. Kesenjangan itu membuat kepercayaan antar masyarakat juga menjadi rendah. Situasi ini ditunjukkan salah satunya dari proses diskusi kelompok terfokus dari salah satu usaha ekonomi potensi. Salah seorang peserta FGD menyatakan “, Apa keuntungan saya dengan mengajarkan orang – orang membuat roti?”. Kemudian pernyataan lainnya dari perwakilan pembuat kerupuk jeruju “, sekarang kelompoknya engga aktif, dan usahanya juga engga aktif lagi. Payah, karena udah dapat untung tapi untungnya mau dibagi-bagi langsung, engga mikirin simpanan untuk buat kerupuk lagi”(hasil FGD 27 Juli 2018). Ini menunjukkan kepercayaan antar anggota masyarakat bahkan yang berada dalam satu kelompok terbilang cukup rendah.

b.4. Komposisi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dilihat dari komposisi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan, hanya 0,16 % penduduk yang mencapai strata 1 dan strata 2. Sebagian besar penduduk ada pada tingkat pendidikan sekolah dasar (21,9 %) dan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTA) sejumlah 19,6%. Lebih detailnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2: Komposisi Penduduk Kel. Belawan II Menurut Tkt. Pendidikan

NO	KETERANGAN	JUMLAH	%
1	Tidak/belum sekolah	5.093	16,7
2	Tidak Tamat SD Sederajat	1.975	6,5
3	Tamat SD Sederajat	6.671	21,9
4	Tidak Tamat SLTP Sederajat	1.976	6,5
5	Tamat SLTP Sederajat	5.978	19,6
6	Tidak Tamat SLTA Sederajat	1.997	6,6
7	Tamat SLTA Sederajat	5.978	19,6
8	Tamat Diploma I/II	297	0,9
9	Akademi/Diploma III/Sarjana Muda	231	0,7
10	Diploma IV/Strata I	304	1
11	Strata I	28	0,1
12	Strata II	17	0,06
Jumlah		30.440	100

Sumber: Data Kelurahan Belawan II, 2018

Dengan tingkat pendidikan seperti dijelaskan dalam tabel di atas, maka sumber daya manusia di kota Belawan II sebagian besar bukan SDM terampil, sehingga bila menjalankan usaha ekonomi harus dilatih terlebih dahulu guna mencapai standart kualitas produksi yang dapat bersaing di pasar produk.

b.5. Status Penduduk Berdasarkan Status Perkawinan

Penduduk Kelurahan Belawan II yang telah menikah sejumlah 12.354 jiwa, dimana 6.214 orang adalah laki-laki dan 6.140 merupakan perempuan. Sementara penduduk yang belum menikah sejumlah 16.645 jiwa. Adapun penduduk yang cerai hidup laki-laki sejumlah 41 orang, perempuan 98 orang. Sementara yang cerai mati laki-laki 185 orang dan perempuan sejumlah 1.117 orang. Dengan demikian, penduduk yang sudah sangat berorientasi pada kehidupan ekonomi keluarga setidaknya mencapai 40,58%, dimana hampir 50% diantara persentase tersebut merupakan ibu rumah tangga yang sebagian besar berupaya mencari mata pencaharian tambahan bagi suami.

b.6. Komposisi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Berdasarkan komposisi pekerjaan penduduk menunjukkan fenomena cukup menarik. Walau Kelurahan Belawan II merupakan wilayah pesisir namun mata pencaharian utama penduduk bukanlah nelayan. Sebagian besar penduduk bermata pencaharian utama sebagai wirasawasta dan pedagang (16,7%) dan sebagai karyawan swasta dan buruh sebanyak 8 %. Sementara yang bekerja sebagai nelayan hanya 1,1%. Untuk lebih detailnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3: Jenis Pekerjaan Penduduk Kelurahan Belawan II

NO	JENIS PEKERJAAN	JUMLAH
1.	Tidak/Belum Bekerja	11.969
2.	Mengurus Rumah Tangga	6.348
3.	Pelajar/Mahasiswa	2.424
4.	Pensiunan	213
5.	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	307
6.	Tentara Nasional Indonesia (TNI)	37
7.	Kepolisian RI(POLRI)	20
8.	Perdagangan/Pedagang	1.512

9.	Nelayan Perikanan	342
10.	Sopir/Transport	18
11.	Karyawan Swasta	1.630
12.	Karyawan BUMN/BUMD	530
13.	Karyawan Honorer	406
14.	Buruh; harian, tani	812
15.	Pembantu Rumah Tangga	90
16.	Tukang Cukur	17
17.	Tukang Listrik	7
18.	Tukang Batu	13
19.	Tukang Kayu	17
20.	Tukang Sol Sepatu	3
21.	Tukang Las Besi	5
22.	Tukang Jahit Sepatu	16
23.	Tukang Gigi	1
24.	Penata Rias Rambut/Pengantin	3
25.	Mekanik	15
26.	Imam Mesjid/ustad	29
27.	Pendeta	5
28.	Wartawan	5
29.	Anggota DPRD Kab/Kota	1
30.	Dosen / guru	18
31.	Pengacara	1
32.	Bidan/Perawat	7
33.	Kepala Desa	1
34.	Wiraswasta	3.545
Jumlah		30.440

Sumber: Data Kelurahan Belawan II, 2018

Data di atas menunjukkan bahwa ada 16,7 % masyarakat Belawan II yang sudah terbiasa berdagang baik skala kecil atau skala menengah. Namun demikian mereka berdagang dengan menjual produk yang bukan diproduksi sendiri, melainkan sebagai

penjual produk yang dihasilkan pabrikan atau orang lain. Dengan demikian mereka mengambil keuntungan dari selisih distribusi produk.

C. Fasilitas Publik

C.1. Fasilitas Pendidikan

Dalam bidang pendidikan, ada 7 unit SD milik pemerintah di Kelurahan Belawan II unit SD milik pemerintah, sementara yang lain adalah fasilitas pendidikan swasta yang terdiri dari:

Tabel 4: Fasilitas Pendidikan Swasta di Kel. Belawan II

NO	MILIK SWASTA	JUMLAH
01	TK PAUD Swasta	6 unit
02	SD Swasta	1 unit
03	SLTP Swasta	2 unit
04	SLTA Swasta	1 unit
Jumlah		10 unit

Sumber: Data Kelurahan Belawan II, 2018

Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak terdapat balai ketrampilan atau balai latihan kerja di kelurahan Belawan II. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa bila masyarakat mendapatkan pelatihan dilakukan di balai kelurahan atau keluar dari kelurahan Belawan II.

c.2. Fasilitas Kesehatan Masyarakat

Kelurahan Belawan II memiliki satu (I) unit Puskesmas Pembantu. Untuk mendapatkan pengobatan yang sifatnya ringan masyarakat selalu datang ke Puskesmas Pembantu. Bila pelayanan kesehatan tidak dapat dilakukan di Pustu maka masyarakat beroba ke puskesmas induk dengan pemanfaatan BPJS.

c.3. Fasilitas Pelayanan pemerintahan

Untuk pelayanan administrasi pemerintahan sehari-hari di Belawan II ada 1 unit kantor kelurahan, 1 unit kantor camat Belawan, dan 1 unit KUA Belawan.

D. Situasi Lingkungan

Dalam usaha ekonomi apalagi khususnya berdagang makanan, penting untuk melihat kebersihan lingkungan dimana proses penjualan dilakukan. Untuk itu khususnya di Kelurahan Belawan II penting untuk melihat fasilitas kebersihan lingkungan yang tersedia. Diketahui bahwa jumlah bangunan penduduk yang berada di Belawan II berjumlah 4.376 buah. Dari sejumlah bangunan tersebut 3.899 diantara nya telah menggunakan septik tank sebagai MCK, sementara satu keluarga masih menggunakan sungai. Sementara untuk penggunaan air dari 6.080 KK, ada 3.899 KK menggunakan Air PAM dan 763 KK menggunakan air sumur bor. Data ini menunjukkan bahwa dari sisi kebersihan lingkungan, sebagian penduduk sudah menggunakan fasilitas kebersihan. Namun masih ada sebagian penduduk yang masih menggunakan fasilitas kebersihan lingkungan yang belum memadai.

E. Jenis Usaha Ekonomi

Untuk melihat potensi usaha ekonomi masyarakat, maka penting data usaha ekonomi yang telah ada di Kelurahan Belawan II. Berdasarkan data sekunder yang didapat, usaha ekonomi yang ada di Kelurahan Belawan II adalah sebagai berikut:

Tabel 5: Usaha Ekonomi di Kel. Belawan II

No	Jenis Industri	Jumlah	%
1	Industri Besar	1	0,2
2	Industri rumah tangga	378	40,6
3	Hotel	1	0,2
4	Rumah makan	3	0,3
5	Kedai/warung makan	28	3
6	Mini market	3	0,3
7	Warung	515	55,4
	Jumlah	929	100

Sumber: Data Kelurahan Belawan II, 2018

Data ditabel menunjukkan cukup banyak unit usaha ekonomi berada di Kelurahan Belawan II, walau umumnya adalah skala *home industry* atau usaha rumah tangga yang terakumulasi mencapai 96% dari semua unit usaha. Dari data sekunder tidak diketahui apakah usaha-usaha ekonomi tersebut dijalankan berkelompok atau

perseorangan. Data detil tersebut hanya bisa didapatkan melalui data primer; kuesioner dan interview. Namun demikian data sekunder ini setidaknya menunjukkan bahwa di Belawan II telah banyak usaha ekonomi yang dijalankan masyarakat. Ini sesuai dengan situasi tata ruang Kel. Belawan II yang sebagian wilayahnya merupakan pasar umum dan pasar ikan, sehingga banyak orang yang berdagang atau memproduksi barang di rumah tangga untuk di dagangkan.

F. Sarana Perekonomian

Dari sisi sarana perekonomian, Kelurahan Belawan II memiliki satu unit Koperasi, satu unit pasar umum dan pasar ikan, dan stasiun kereta api. Sementara untuk lembaga BUMN/BUMD, di wilayah Belawan II terdapat 1 unit cabang Bank Mandiri, 1 unit cabang bank BRI dan PT Telkomsel. Dari data ini dapat dilihat bahwa pasar bagi penjualan hasil produk dari masyarakat atau usaha kelompok sudah ada walau harus disegmentasi kembali akan kebutuhan pasar pada produk yang lebih spesifik dan berkelanjutan.

BAB III

USAHA EKONOMI MASYARAKAT KELURAHAN BELAWAN II

Dari data sekunder diketahui deskripsi demografi masyarakat, fasilitas ekonomi dan fasilitas publik yang ada di Kelurahan Belawan II. Untuk menemukan gambaran lebih terkait potensi ekonomi usaha kelompok masyarakat di kelurahan Belawan II dilakukan penelitian lapangan untuk mendapatkan data primer. Berikut ini dideskripsikan hasil penelitian lapangan melalui kuesioner, wawancara termasuk kelompok diskusi terfokus guna menemukan tujuan penelitian dimaksud.

I . Data Umum Responden

Deskripsi responden untuk menggambarkan situasi terkini usaha ekonomi masyarakat, Situasi pasar produksi usaha masyarakat, dan situasi badan usaha yang dapat menjadi tujuan pemasaran bagi hasil produksi usaha ekonomi masyarakat akan dijelaskan pada narasi berikut ini. Namun demikian responden ini tidak termasuk untuk peserta dari *focus group discussion* dan lembaga potensi membangun kerjasama.

Tabel 6: Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1	Perempuan	140	65
2	Laki-Laki	75	35
	Total	215	100

Sumber: Hasil penelitian 2018

Tabel jenis kelamin responden di atas menunjukkan bahwa responden perempuan (65%) lebih banyak dari responden laki-laki (35%). Lebih banyaknya responden perempuan ini disebabkan dua hal yakni, 1) pada saat siang hari lebih banyak dijumpai responden perempuan dari pada responden laki-laki, 2) pelaku usaha di sekitar kelurahan Belawan II lebih banyak perempuan daripada laki-laki. Hal ini juga terjadi ketika dilakukan diskusi kelompok terfokus (FGD) yang mengundang narasumber laki-

laki dan perempuan dari usaha ekonomi potensial yang diidentifikasi. Ternyata pada saat dilakukan FGD yang datang keseluruhan adalah narasumber perempuan.

Sementara dari sisi usia responden responden dikelompok untuk mempermudah jarak antar usia. Pada pengumpulan data untuk pasar produksi usaha masyarakat yang ada, responden termasuk juga pada usia remaja dalam kategori anak-anak (16 tahun). Lebih detilnya gambaran usia responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7: Usia Responden

No	Usia Responden (tahun)	Frekuensi	%
1	16 – 24	32	15
2	25 – 33	30	14
3	34 – 42	47	22
4	43 – 51	35	16
5	52 – 61	55	26
6	62 – 70	12	5
7	71 – 79	4	2
	Total	215	100%

Sumber: hasil penelitian 2018

Dilihat dari tabel di atas responden terbesar berada pada rentang usia 52-61 tahun (26%), diikuti responden yang berusia 34-42 tahun (22%) dan kemudian 43-51 tahun (16%), sementara responden tertua ada pada rentang usia 71-79 tahun (2%) dan responden termuda ada pada rentang usia 16-24 tahun (15%). Data usia responden ini juga menunjukkan bahwa 199 (93%) responden berada pada usia produktif kerja, yang juga berarti potensi sumber daya manusia dalam menjalankan usaha ekonomi masyarakat sangat terbuka dalam perspektif rentang produktivitas dari usia.

Responden assessment potensi usaha ekonomi kelompok masyarakat ini juga diidentifikasi pada level pendidikannya. Diketahui bahwa penduduk Kelurahan Belawan II secara keseluruhan sebagian besar tamat SD (21%), SLTP dan SLTA (masing-masing 19%). Dari data responden keseluruhan terkait pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 8: Pendidikan Keseluruhan Responden

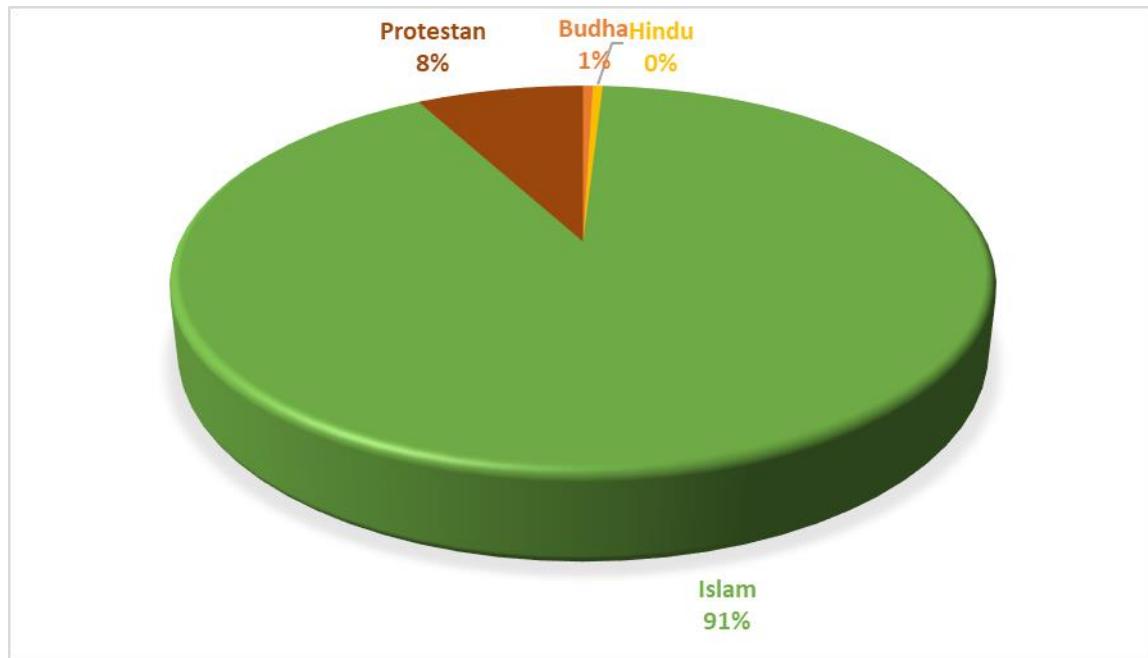
No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	%
1	Tidak tamat atau tamat SD	37	17
2	SLTP	51	24
3	SLTA	111	51
4	Perguruan Tinggi	17	8
		215	100%

Sumber: hasil penelitian 2018

Dari tabel pendidikan dapat dilihat bahwa sebagian besar responden merupakan tamatan SLTA yakni sejumlah 51%, dan diikuti oleh responden yang tamat SLTP, 24% Namun demikian ada juga responden yang tidak tamat SD atau hanya tamat SD sebanyak 17%. Sementara yang tamat perguruan tinggi sejumlah 8%. Lebih rincinya akan dijelaskan dalam analisa masing-masing responden penelitian.

Sementara terkait pada agama responden dapat dilihat pada gambar Diagram berikut

Diagram 3: Komposisi Agama Seluruh Responden



Sumber: hasil penelitian 2018

Data pada diagram di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden beragama Islam, 91% dan dikuti oleh responden yang beragama Kristen, 8%, sementara sisanya adalah Budha dan Hindu . Komposisi ini sebenarnya juga menggambarkan situasi komposisi penduduk Belawan II jika di lihat dari agama, dimana penduduk

sebagian besar beragama Islam. Keterkaitan pada prinsip menjalankan usaha ekonomi, preferensi pada jenis produk ekonomi dan peluang pemasaran dibahas lebih detil dalam data khusus responden berikutnya.

II. Data Responden Khusus Usaha Ekonomi Belawan II

Dilihat dari Jenis kelamin responden khusus pelaku usaha ekonomi, didapati bahwa 70% pelaku usaha ekonomi di sekitar Kelurahan Belawan dan berada di front liner, berjumpa langsung dengan konsumen adalah perempuan. Dalam realitasnya pelaku usaha ekonomi sebagian memang merupakan mata pencaharian utama, namun sebagian lagi merupakan mata pencaharian tambahan untuk pekerjaan utama. Dengan demikian yang menjaga dagangan adalah perempuan. Data pekerjaan utama responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 9. Pekerjaan Utama Pelaku Usaha Ekonomi di Belawan II

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	%
1	Berdagang	72	72%
2	PNS	1	1%
3	Guru	1	1%
4	Lainnya	26	26%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian 2018

Data pada tabel menunjukkan bahwa 72% pelaku usaha menyatakan bahwa usaha yang dijalankannya merupakan mata pencaharian utama, sementara 28% menyatakan bahwa usaha ekonomi yang mereka jalankan merupakan mata pencaharian tambahan. Pekerjaan utama adalah kuli bangunan, nelayan dll (26%) sebagai PNS dan guru (2%). Dengan demikian, usaha ekonomi ini dijalankan oleh anggota keluarga yang tinggal dirumah, dan terbesar adalah istri, dimana usaha hanya untuk menjadi masukan tambahan dan atau menjadi alternative kegiatan bagi istri di rumah.

Sementara dari sisi usia pelaku usaha ekonomi baik kelompok maupun individu dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 10: Usia Responden Pelaku Usaha Ekonom di Kelurahan Belawan II

No	Usia Responden (tahun)	Frekuensi	%
1	17 – 25	11	11%
2	26 – 34	22	12%
3	35 – 43	17	17%
4	44 – 52	22	22%
5	53 – 62	23	23%
6	63 – 71	3	3%
7	72 – 80	2	2%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian 2018

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dilihat bahwa 45% responden pelaku usaha berada pada rentang usia 44 – 62 tahun. Data ini juga menunjukkan bahwa pelaku usaha ekonomi di Kelurahan Belawan II keseluruhan berusia dewasa, tidak lagi berada pada dewasa muda.

Dari sisi pendidikan responden, sebagian besar pelaku usaha berpendidikan SLTA, yang kemudian diikuti yang berpendidikan SLTP dan SD. Sementara yang dapat menyelesaikan perguruan tinggi hanya sejumlah 11%. Data jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 11. Komposisi Responden Pelaku Usaha Ekonomi Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	%
1	SD	15	15%
2	SLTP	22	22%
3	SLTA	52	52%
4	Perguruan Tinggi	11	11%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian 2018

Sementara berdasarkan komposisi Agama dari responden Pelaku usaha ekonomi, dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 12. Komposisi Agama Pelaku Usaha Ekonomi di Kelurahan Belawan II

No	Agama	Frekuensi	%
1	Budha	0	0
2	Hindu	1	1%
3	Islam	90	90%
4	Protestan	9	9%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian 2018

Data tabel di atas menunjukkan bahwa pelaku usaha ekonomi Belawan II ini 90% adalah muslim, 9% Protestan dan 1% Hindu. Pelaku usaha ekonomi yang beragama Islam umumnya berjualan makanan, kelontong dan sandang. Sementara pedagang beragama Protestan berdagang usaha kelontong atau barang dasar utk produksi makanan, seperti penjualan gas, dan kedai kelontong. Ini tentunya berdasarkan permintaan dan psikologi pasar di Kel. Belawan II dan Kec. Belawan, dimana masyarakatnya mayoritas muslim, maka menjadi suatu keharusan yang berdagang makanan siap saji adalah pedagang muslim juga.

III. Usaha Ekonomi Masyarakat Belawan II

3.1. Jenis Usaha Ekonomi

Variable usaha ekonomi masyarakat ini dimaksudkan meliputi kegiatan yang dilakukan oleh penduduk Kelurahan Belawan II untuk mendapat, memproduksi dan atau mendistribusi barang ataupun jasa tertentu sesuai dengan kebutuhannya. Usaha ekonomi dimaksud tidak terbatas pada usaha ekonomi perdagangan dan industri saja, namun juga usaha jasa. Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan pada pelaku usaha ekonomi, jenis usaha ekonomi yang dijalankan oleh penduduk kelurahan Belawan II adalah sebagai berikut:

Tabel 13. Jenis Usaha Ekonomi Penduduk Kel. Belawan II

No	Jenis Usaha Ekonomi	Frekuensi	%
1	Usaha produk dan dagang Makanan	45	45%
2	Usaha produk kerajinan	3	3%
3	Usaha dagang bahan dasar pendukung produk makanan	28	28%
4	Usaha Jasa	20	20%

5	Usaha Produk non makanan	4	4%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa 45% jenis usaha ekonomi yang dilakukan penduduk Belawan II adalah berdagang makanan siap saji. Dagang makanan ini mulai jenis makanan kue basah anak-anak, kue kering hingga bakso, bakso bakar hingga mie goreng. Usaha lain yang dijalankan oleh penduduk Belawan II adalah berdagang bahan dasar untuk memproduksi makanan seperti berjualan sayur, buah-buah pendukung masakan seperti cabe, bawang dan tomat, serta produk lain seperti beras, gula, tepung dll. Namun ada responden yang melakukan produksi roti dan sekaligus dipasarkan sendiri. Kelompok jenis usaha ini sejumlah 28% dan banyak terpusat di pasar umum yang juga merupakan bagian dari kelurahan Belawan II. Sementara usaha jasa yang dijalankan oleh 20% pelaku usaha ekonomi diantaranya meliputi usaha menjahit, tambal ban, bengkel sepeda motor, tukang pangkas, reperasi elektronik, tukang kayu dan usaha photocopy. Usaha produk non makanan yang dijalankan oleh masyarakat sejumlah 4% meliputi usaha penjualan gas, tukang kaca, penjualan pulsa dan handphone serta bank sampah. Bank sampah ini juga memiliki usaha penjualan barang daur ulang dan kerajinan tangan.

Sementara dari klasifikasi bagaimana usaha ekonomi dijalankan, apakah dijalankan perorangan atau kelompok dapat dilihat pada tabel berikut

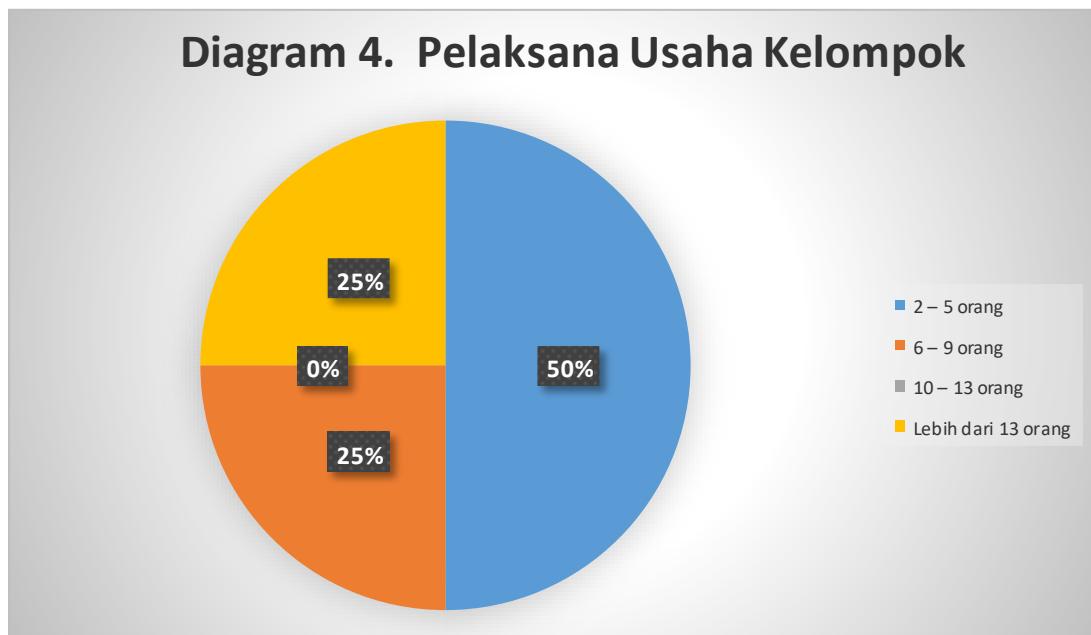
Tabel 14. Pelaksana Usaha

No	Jenis Usaha	Frekuensi	%
1	Usaha berkelompok	4	4%
2	Usaha Perorangan	96	96%
		100	100

Sumber: Hasil penelitian 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa hanya 4% usaha ekonomi dijalankan secara berkelompok, sementara 96% lainnya dijalankan oleh perorangan. Usaha kelompok yang dijalankan meliputi usaha berjualan friend chicken, produksi makanan dan kue kering, pembuatan kue basah dan roti dan menjalankan bank sampah. Usaha produksi makanan kue kering dijalankan oleh 2-5 orang anggota. Ini sama dengan usaha untuk pembuatan kue basah dan roti. Sementara usaha ayam goreng dijalankan oleh 6-9 orang anggota. Anggota kelompok yang terbesar pada pengelolaan bank sampah dan

penjualan produk daur ulang anggotanya lebih dari 13 orang, dan jumlah pengelolanya lebih sedikit. Lihat pada Diagram berikut:



Sumber: Hasil penelitian 2018

Adapun anggota kelompok dari setiap kelompok usaha berasal dari tetangga satu lingkungan. Ada juga yang berasal dari satu kelurahan, yakni usaha bank sampah dan penjualan produk daur ulang. Namun ada juga yang membuat usaha berdasarkan kesepakatan berusaha bersama sehingga mereka dari asal yang berbeda. Usaha terakhir ini adalah usaha pembuatan dan penjualan ayam goreng, *fried chicken*.



Photo Usaha Penjualan Pakaian Jadi yang dapat Menerima Produk Pakaian dan jilbab

3.2. Modal Usaha

Modal usaha dari semua usaha kelompok yang diteliti besarnya mulai dari angka di bawah 1 juta rupiah hingga lebih dari 3 juta rupiah. Dari assessment yang dilakukan maka didapatkan deskripsi besar modal usaha sebagai berikut

Tabel 15. Besar Modal Usaha Ekonomi di Kel. Belawan II

No	Besar Modal Usaha	Frekuensi	%
1	< Rp 1.000.000,-	29	29
2	Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,-	22	22
3	Rp 2.000.001,- s/d 3.000.000,-	7	7
4	>Rp 3.000.000,-	42	42
	Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa rata-rata besar modal usaha ekonomi masyarakat di sejumlah Rp 2.120.000 atau lebih, dimana besar modal usaha ekonomi masyarakat, baik usaha kelompok maupun usaha individu, sebagian besar (42%) sejumlah lebih dari Rp 3.000.000,- , diikuti dengan jumlah besar modal dibawah Rp 1.000.000,- yakni sebesar 29%. Menariknya usaha kelompok penjualan kue basah dan penjualan ayam geprek yang merangkap usaha makanan kering seperti kerupuk menurut responden membutuhkan modal usaha kurang dari Rp 1.000.000,-. Sementara modal usaha kelompok yang berjualan kebutuhan sehari-hari dan produksi fried chicken membutuhkan modal lebih dari Rp 3.000.000,-. Pada lain pihak usaha ekonomi yang dijalankan perseorangan, banyak jenis usaha yang membutuhkan modal usaha lebih dari 3 juta rupiah, seperti usaha percetakan, usaha berdagang makanan, usaha jasa menjahit, jasa tukang kaca, bengkel sepeda motor, penjualan alat rumah tangga dan juga tukang pangkas.



Photo: Usaha Ayam Goreng Gerobak Pinggir Jalan “Fried Chicken” yang dilakukan secara berkelompok

Adapun Besar Modal Usaha Usaha Kelompok dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 15b. Besar Modal Usaha Ekonomi Kelompok di Kel. Belawan II

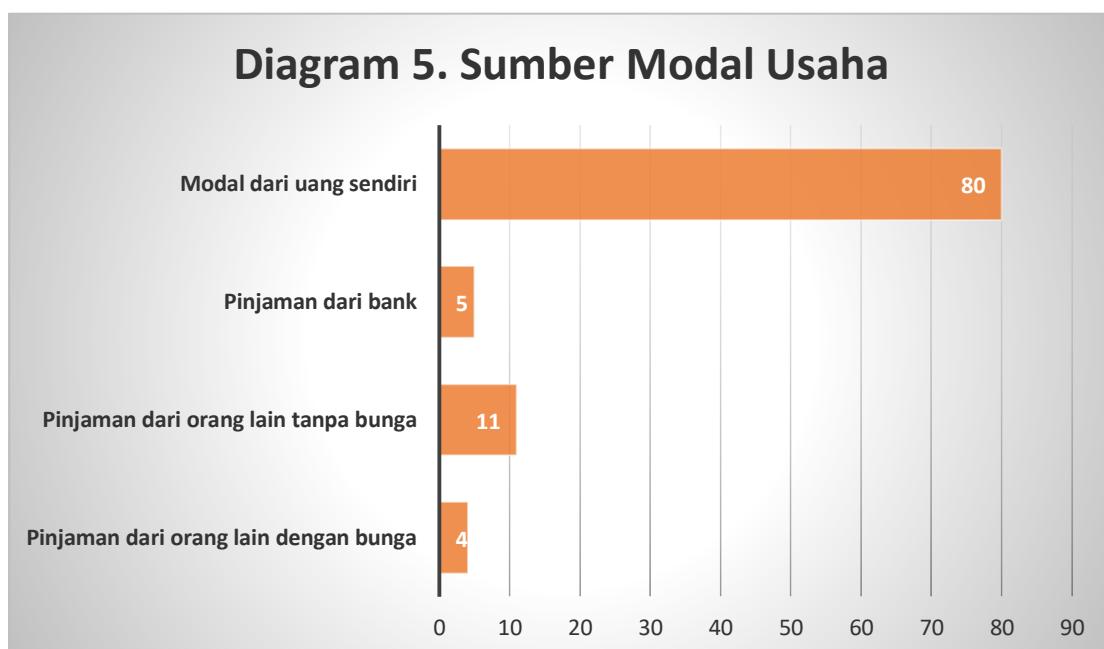
No	Jenis Usaha	Besar Modal Usaha				
		< Rp 1.000.000,-	Rp s/d Rp 2.000.000,-	Rp s/d 3.000.000,-	>Rp 3.000.000,-	Total
1	Usaha Gorengan Ayam	-	-	-	1	1
2	Usaha Bank Sampah	-	-	-	1	1
3	Usaha ayam dan krupuk kering	1	-	-	-	1
4	Usaha jual kue basah dan roti	1	-	-	-	1
	Total	2	-	-	2	4

Sumber: Analisa Data Penelitian 2018

Data tabel diatas menunjukkan bahwa berjualan ayam goreng dan pengelolaan bank sampah memerlukan dana modal lebih dari 3 juta rupiah. Sementara untuk usaha ayam geprek dan pembuatan krupuk kering serta jual kue basah memerlukan modal kurang

dari 1 juta rupiah. Sementara untuk usaha individu yang memerlukan modal usaha lebih dari 3 juta rupiah adalah usaha jasa dan sebagian dagang makanan serta sembako. Namun ada usaha berdagang sembako yang memerlukan modal sejumlah Rp 2.000.001,- s/d 3.000.000,-. Besarnya modal usaha ini tentu sangat tergantung pada besar atau kecilnya usaha awal yang akan dirintis oleh pelaku usaha ekonomi serta peralatan pendukung dari usaha ekonominya. Contohnya dari penuturan seorang penjual es dan jajanan keliling, selain modal bahan beliau harus membeli peralatan gerobak dan sepeda motor untuk keliling dimana memerlukan modal lebih dari 3 juta rupiah.

Adapun modal usaha dari pelaku usaha ekonomi di Kel. Belawan II, umumnya merupakan modal sendiri. Ada 20% pelaku usaha yang meminjam dari orang lain tanpa bunga (4%), meminjam dari orang lain dengan bunga (11%) dan pinjaman ke bank (5%). Diagram berikut menjelaskan deskripsi tersebut



Sumber: Hasil penelitian 2018

Dari data diatas kemudian dapat dilihat bagaimana hubungan sumber modal usaha dengan besar modal usaha yang dibutuhkan dalam memulai usaha ekonomi di Kel. Belawan II, seperti yang dijelaskan pada tabel di bawah ini

Tabel 16. Hubungan Besar Modal Usaha dengan Asal Modal Usaha

No	Besar Modal	Asal Modal Usaha				
		Pinjaman dari orang lain dengan bunga	Pinjaman Dari orang lain tanpa bunga	Pinjaman dari bank	Modal uang sendiri	Total
1	< Rp 1.000.000,-	1	1	0	27	29
2	Rp 1.000.001,- s/d Rp 2.000.000,-	0	3	1	18	22
3	Rp 2.000.001,- s/d Rp 3.000.000,-	0	1	1	5	7
4	> Rp 3.000.000,-	3	6	3	30	42
	Total	4	11	5	80	100

Sumber: Analisa hasil penelitian 2018

Tabel diatas memperlihatkan bahwa besar modal usaha yang dibutuhkan ternyata berhubungan signifikan dengan asal modal usaha. Dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara besar modal usaha dan sumber modal usaha ekonomi masyarakat Kelurahan Belawan II. Kesimpulan ini ditunjukkan dengan data dari 29 orang responden yang membutuhkan modal dibawah 1 juta ternyata 93% berasal dari modal sendiri. Sementara yang bermodal sejumlah 1 – 2 juta rupiah, ada 81% yang berasal dari modal sendiri, sementara sisanya meminjam dari orang lain atau dari bank. Bertambah besar modal yang dibutuhkan yakni 2 – 3 juta rupiah dan yg membutuhkan lebih dari 3 juta rupiah ternyata sejumlah 71% yang berasal dari modal sendiri, dan sisanya berasal dari pinjaman orang lain atau dari bank.

Namun demikian, terkait dengan pinjaman perbankan data memperlihatkan bahwa tidak ada hubungan signifikan besar modal usaha dengan asal pinjaman uang untuk modal usaha. Data tabel menunjukkan bahwa responden yang memerlukan modal usaha sebesar 1 – 2 juta rupiah hanya 4,5% yang meminjam dari bank. Kemudian jumlah yang meminjam ke bank naik 14% ketika membutuhkan modal 2 – 3 juta

rupiah. Namun turun kembali persentase yang meminjam ke bank pada responden yang membutuhkan modal lebih dari 3 juta rupiah yakni sejumlah 7%. Situasi ini menunjukkan walau pelaku usaha ekonomi semain besar modal yang dibutuhkan maka semakin membutuhkan pinjaman, namun pinjaman di bank sebagai alternative pilihan belum menjadi pilihan utama. Tentu situasi ini menjadi anomali dimana pada sisi lain perbankan sedang intens untuk memberikan kredit usaha kecil dan menengah pada masyarakat. Adapun Alasan peminjaman di bank bukan pilihan utama coba digali peneliti dengan interview pada responden dan diskusi kelompok terfokus. Didapati penyebabnya adalah responden belum begitu familiar berhubungan dengan kredit di bank, sulit pengurusan kredit dan besarnya bunga di bank yang sulit untuk dapat dilunasi oleh para peminjam. Sebagian kecil masyarakat, namun ini sangat menarik, memang menghindari bank yang dipersepsikan dengan menghindari sistem riba. Sebagian pelaku usaha ekonomi di Belawan II ini sangat kuat dalam upaya menjalankan usaha ekonomi Islam. Pendapat responden dan diskusi kelompok terfokus diatas diperkuat dalam data tabel silang diatas, dimana dari 20% responden yang meminjam uang, 55% diantara responden tersebut diantaranya meminjam uang dari orang lain dengan tanpa bunga, ada juga yang menggunakan sistem bagi hasil, yang disebut pelaku usaha bukan sebagai peminjaman.

3.3. Pendapatan Usaha Ekonomi

Dari modal usaha yang dikeluarkan dan kemudian dilakukan kegiatan usaha ekonomi maka pelaku memperoleh pendapatan dari penjualan hasil produksi atau jasanya. Pendapatan ini dihitung perhari. Pendapatan pelaku usaha dapat dilihat dalam dua level, yakni pendapatan kotor yakni pendapatan perhari pelaku usaha yang belum dikurangi biaya produksi, dan pendapatan bersih yakni pendapatan perhari yang telah dikurangi seluruh biaya produksi.

Pendapatan kotor pelaku usaha ekonomi secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 17. Besar Pendapatan Kotor perhari Pelaku Usaha Ekonomi Belawan II

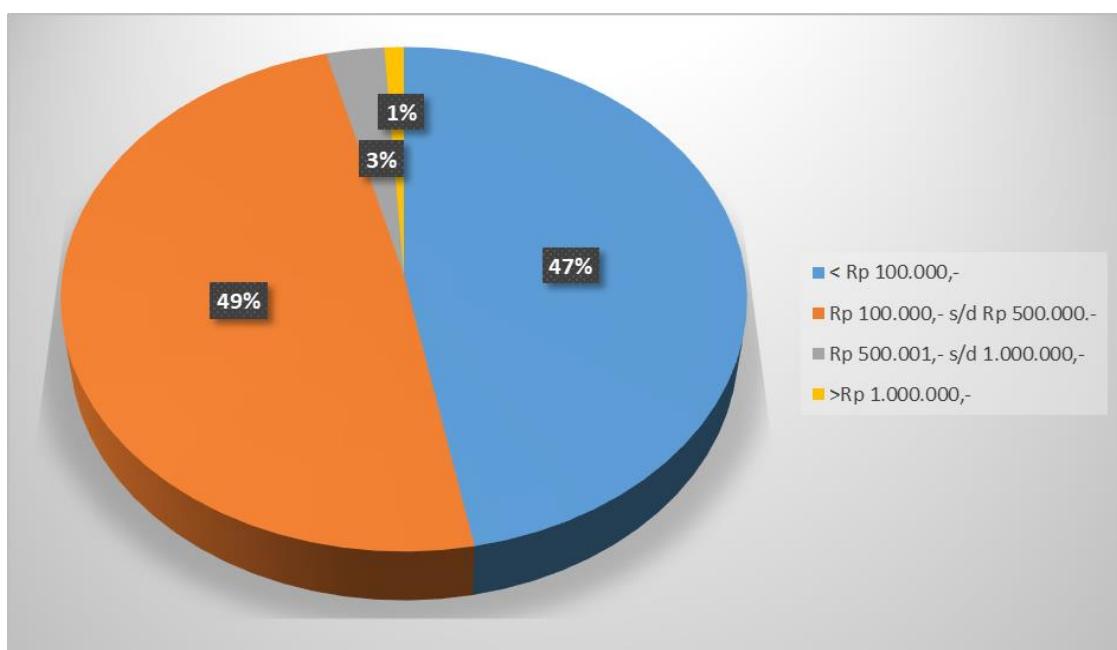
No	Besar Pendapatan Kotor Perhari dari Usaha	Frekuensi	%
1	< Rp 200.000,-	37	37
2	Rp 200.000,- s/d Rp 1.000.000,-	55	55
3	Rp 1.000.001,- s/d 2.000.000,-	5	5
4	>Rp 2.000.000,-	3	3
	Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2018

Data pada tabel menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha ekonomi, yakni sejumlah 55%, berpenghasilan kotor perhari pada skala 200 ribu rupiah s/d 1 juta rupiah. Sementara ada 37% pelaku usaha ekonomi yang berpenghasilan kotor di bawah 200 ribu rupiah perhari. Ada 3% responden yang memiliki penghasilan kotor perhari di atas dua juta rupiah.

Penghasilan kotor ini (brutto) kemudian dikurangi biaya produksi seperti pembelian bahan makanan atau bahan pendukung jasa, listrik, gaji karyawan (bila ada) dan menghasilkan penghasilan bersih perhari. Namun demikian responden tidak menghitung gajinya sendiri selaku pelaku usaha ekonomi sebagai bagian dari biaya produksi. Pendapatan bersih perhari dalam perspektif responden ini dapat dilihat pada diagram berikut ini

Diagram 6: Pendapatan Bersih perhari Usaha Ekonomi Masyarakat Belawan II



Sumber: Data hasil penelitian 2018

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa 49% pelaku usaha ekonomi berpenghasilan bersih Rp 100.000,- s/d Rp 500.000,- perharinya. Ini menunjukkan bahwa pendapatan bersih 49% pelaku usaha ekonomi di Belawan II setiap bulannya dapat mencapai Rp 3.000.000,- sampai Rp 15.000.000,-. Bahkan ada sejumlah 3% berpendapatan bersih Rp. 500.000,- s/d Rp 1.000.000,- perhari dan sampai di atas 1 juta rupiah pendapatan netto perhari walau hanya 1%. Namun demikian besar juga persentase pelaku usaha ekonomi (47%) yang pendapatan bersihnya di bawah Rp 100.000,- perharinya. Namun tetap saja bila usaha ekonominya bukan pekerjaan pokok, dan memiliki pendapatan di bawah 3 juta rupiah perbulan, maka merupakan usaha yang tetap menjanjikan bagi penduduk kelurahan Belawan II.

Kemudian dapat dilihat bagaimana hubungan usaha ekonomi yang dijalankan dengan pendapatan bersih yang didapat setiap harinya.

Tabel 18. Hubungan Jenis Usaha Ekonomi dan Pendapatan Bersih Perhari

No	Jenis Usaha	Pendapatan Bersih Perhari				
		< Rp 100.000,-	Rp 100.001,- s/d Rp 500.000,-	Rp 500.001,- s/d Rp 1.000.000,-	> Rp 1.000.000,-	Total
1	Usaha Produk Makanan	23	24	1	0	48
2	Usaha Produk Kerajinan Tangan	0	2	1	0	3
3	Usaha bahan dasar pendukung produk makanan	4	5	1	0	10
4	Usaha Jasa	14	8	0	0	22
5	Usaha Produk non makanan	7	9	0	1	17
	Total	48	48	3	1	100

Sumber: Analisa hasil penelitian 2018

Berdasarkan table di atas dapat dilihat bahwa dari 48 responden yang melakukan usaha produk makanan ada 48 % diantaranya berpendapatan bersih di bawah Rp 100.000,- per

hari. Sementara ada 50% diantaranya yang berpendapatan bersih Rp 100.000,- s/d Rp 500.000,- per hari. Bila di lihat pada table di atas juga dapat dilihat bahwa usaha produk non makanan merupakan usaha yang memiliki persentase paling tinggi pada golongan *pendapatan bersih Rp 100.000,- s/d Rp 500.000,-* per hari yakni sejumlah 53%. Bahkan ada dua jenis usaha produk non makanan berpenghasilan di atas 1 juta rupiah yakni berjualan Gas LPG dan berjualan perangkat ulangtahun. Diketahui bahwa usaha penjualan Gas LPG eceran dan penyediaan perangkat ulang tahun merupakan usaha perorangan. Sementara produk makanan, usaha bahan dasar pendukung produk makanan dan kerajinan tangan merupakan usaha ekonomi berikutnya yang menjanjikan dalam pendapatan penduduk. Dapat dilihat secara persentase usaha makanan, produk kerajinan dan usaha bahan dasar pendukung produk makanan masing-masing 50% dari jenis usaha tersebut berpenghasilan 100.000,- sampai 500.000,- /hari.

Sementara khusus pendapatan bersih dari usaha ekonomi yang dijalankan berkelompok dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 20. Usaha Ekonomi Kelompok dan Pendapatan Bersih Perhari

No	Jenis Usaha	Pendapatan Bersih Perhari				
		< Rp 100.000,-	Rp 100.001,- s/d Rp 500.000,-	Rp 500.001,- s/d Rp 1.000.000,-	> Rp 1.000.000,-	Total
1	Usaha Gorengan Ayam		1			1
2	Usaha Bank Sampah	1				1
3	Usaha ayam dan krupuk kering		1			1
4	Usaha jual kue basah dan roti	1				1
	Total	2	2			4

Sumber: Analisa hasil penelitian 2018

Data pada tabel menunjukkan bahwa pendapatan bersih per hari usaha ayam gorengan mencapai Rp 100.000 s/d Rp 500.000. Demikian pula usaha ayam geprek dan produksi serta penjualan krupuk kering. Sementara usaha penjualan barang daur ulang dan bank

sampah serta produksi dan penjualan kue basah pendapatan perharinya kurang dari Rp 100.000,-. Namun demikian usaha ini bila dilihat pendapatan bersih setiap bulannya dapat mencapai Rp 3.000.000,- s/d Rp 15.000.000,-. Sementara untuk pendapatan bank sampah mencapai kurang dari 3 juta rupiah.

Situasi pendapatan usaha ekonomi ini tentunya dipengaruhi oleh banyaknya konsumen atau pelanggan produksi atau jasa usaha ekonomi yang dijalankan. Dari data yang dikumpulkan banyaknya konsumen usaha ekonomi dan jasa yang berhubungan dengan pemilik atau pun penjual di usaha ekonomi adalah sebagai berikut

Tabel 21. Banyak Konsumen /hari

No	Banyak Konsumen/hari	Frekuensi	%
1	< 30 orang	55	55
2	30 s/d 100 orang	41	41
3	101 s/d 500 orang	4	4
4	>500 orang	0	0
	Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2018

Data menunjukkan bahwa 55% usaha ekonomi memiliki kurang dari 30 orang atau pelanggan per harinya. Sementara 41% usaha ekonomi yang dijalankan memiliki konsumen 30 sd/100 orang perhari, ada 4 usaha ekonomi yang memiliki konsumen 100 s/d 500 orang perhari.



Photo: Usaha Depo Air minum milik perorangan di Belawan II, namun sulit dikembangkan menjadi usaha kelompok

Khusus untuk empat usaha ekonomi kelompok yang teridentifikasi di kelurahan Belawan II, jumlah konsumen perharinya dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 22. Usaha Kelompok Dengan Jumlah Konsumen/hari

No	Jenis Usaha	Jumlah Konsumen Perhari				
		< 30 orang	30 s/d 100 orang	101 s /d 500 orang	>500 orang	Total
1	Usaha Gorengan Ayam		1			1
2	Usaha Bank Sampah	1				1
3	Usaha ayam geprek dan makanan kering	1				1
4	Usaha jual kue basah dan roti	1				1
	Total	3	1			4

Sumber: Analisa Hasil Penelitian 2018

Cross-tab di atas memperlihatkan bahwa hanya usaha ayam goreng yang memiliki jumlah konsumen 30 – 100 orang perharinya, sementara tiga usaha ekonomi kelompok lainnya masih memiliki konsumen di bawah 30 orang perharinya. Dari penuturan para pelaku usaha, mereka tidak memiliki target konsumen dalam satu periode tertentu. Usaha jual kue basah konsumennya ada yang membeli untuk konsumsi da nada yang membeli untuk di jual kembali. Pelaku ekonomi ini sebagian besar bersikap pasif dalam menunggu konsumen. Usaha promosi yang sangat minim atau bahkan tidak ada disebabkan karena pelaku usaha tidak menerapkan konsep target konsumen atau juga target penjualan baik dalam menentukan jenis targetnya ataupun strategi pencapaian target penjualan, misalnya dengan sistem SMART = *Spesific – Measurable – Attainable – Realistic – Time Bound*.

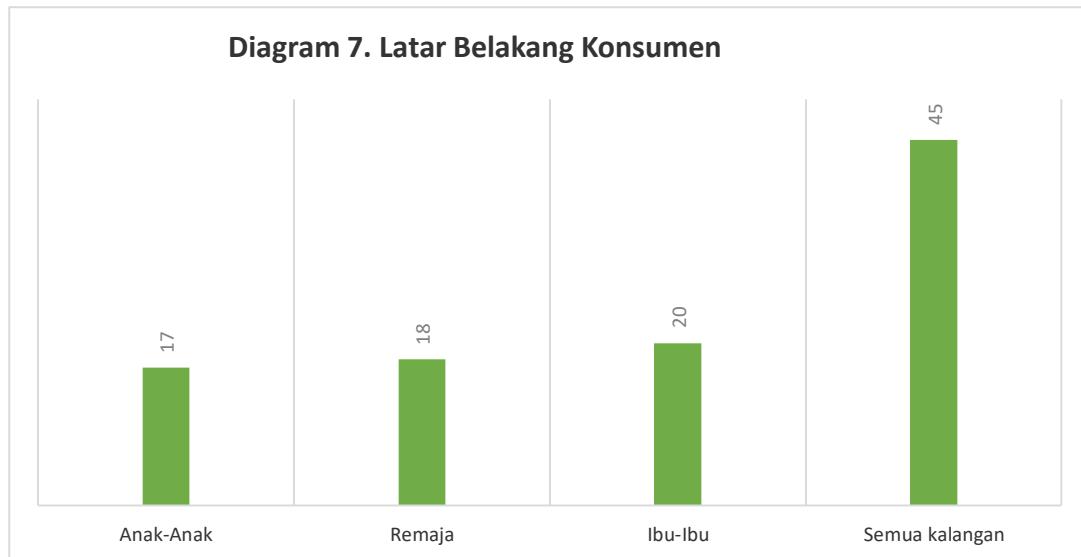
Bila dilihat dari konsumen yang datang setiap harinya, dari sisi kewilayahan konsumen dari usaha ekonomi masyarakat di Belawan II adalah masyarakat sekitar lingkungan (38%) dan masyarakat sekitar kelurahan (33%). Sementara konsumen untuk luar kelurahan dalam lingkungan kecamatan ada 26%. Ini dapat dimengerti sebagian usaha ekonomi adalah berdagang barang sehari-hari di pasar umum belawan yang berada di lokasi Kelurahan Belawan II, sehingga konsumen baik berasal dari lingkungan

sendiri dan juga dari kelurahan lain. Hanya 4% pelaku usaha yang menyebutkan bahwa konsumen mereka dari sekitar kota Medan yang berbelanja ke kelurahan Belawan II. Salah satu usaha ini adalah penjahit pakaian yang memiliki konsumen tidak saja masyarakat di kecamatan Medan Belawan.



Photo: Bank Sampah Berkah dan Toko Ayu Maju, Unit Usaha kelompok yang dibina oleh Yayasan Gugah Nurani Indonesia Cabang Belawan. Sumber: Dokumentasi Yayasan Gugah Nurani Indonesia, 2018

Dari pengelompokan usia, jenis usaha ada yang memiliki konsumen khusus seperti anak-anak (17%), ada yang konsumennya ibu-ibu (20%) , namun sebagian besar konsumen produk atau jasanya adalah semua kalangan yakni sejumlah 45%, seperti digambarkan pada diagram berikut ini



Sumber: Hasil penelitian 2018

Dalam Menjalankan produksinya pelaku usaha ekonomi memerlukan bahan baku untuk memproduksi usahanya, seperti makanan, kerupuk, bahkan usaha service elektronik. Dari data yang didapatkan, sumber bahan baku dari usaha ekonomi yang dijalankan masyarakat Kelurahan Belawan II meliputi dari pasar sekitar Belawan hingga keluar Medan. Detilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 23. Sumber Bahan Baku Usaha Ekonomi Masy. Belawan II

No	Sumber Bahan Baku	Frekuensi	%
1	Pasar sekitar Belawan	66	66
2	Pasar di Medan	27	27
3	Pasar di luar Medan	2	2
4	Lainnya	5	5
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar atau 66% usaha ekonomi mendapatkan bahan baku produksi ekonominya dari pasar di sekitar Kecamatan Belawan. Namun demikian ada juga yang mendapatkan bahan baku dari pasar di Medan (27%), seperti yang dituturkan salah satu pedagang ia mendapatkan bahan jualan pakaian dan aksesoris dari Pusat Pasar Medan. Hanya 2% yang menyatakan mendapatkan bahan baku dari luar Medan, seperti usaha perbengkelan.

Terkait status tempat usaha para pelaku usaha ekonomi di Belawan II, diketahui bahwa 55% pelaku usaha menjalankan kegiatan usaha ekonominya di rumah sendiri. Jadi bagian depan rumah dijadikan tempat usaha atau ditambah dengan canopy sederhana sebagai front line usaha. Ada 14% usaha ekonomi dijalankan dengan membangun atau membeli tempat usaha sendiri yang terpisah dari rumah. Namun demikian masih ada 17 % pelaku usaha yang menyewa tempat usaha dan bahkan ada 14% pelaku usaha menumpang dalam menjalankan usahanya, seperti di depan rumah orang, atau di depan sekolah. Dari penelusuran data yang dilakukan, didapati juga bahwa 89% usaha ekonomi yang dijalankan masyarakat Belawan II adalah usaha informal yang tidak berijin atau membayar pajak usaha. Hanya ada 11% yang memiliki ijin usaha dan menjadi usaha formal.

Berdasarkan penuturan dari para pelaku usaha, menjalankan usaha ekonomi mereka baik berkelompok maupun perorangan, banyak menemui tantangan

sebagaimana usaha ekonomi lainnya, apalagi usaha masyarakat di Belawan II termasuk usaha ekonomi kecil. Tantangan terbesar menurut pelaku usaha adalah kurangnya modal untuk mengembangkan usaha, yakni sejumlah 30%. Sementara persaingan dan kekurangan bahan baku masing-masing 15 persen. Ada 14% yang menyatakan dagangan kurang laris. Untuk lebih detil dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 24.. Masalah Yang Dihadapi Pelaku Usaha Ekonomi di Belawan II

No	Masalah Yang Dihadapi Usaha	Frekuensi	%
1	Kurang modal	30	30
2	Hujan dan banjir	5	5
3	Persaingan	15	15
4	Bahan baku	15	15
5	Kurang laris	14	14
6	Tidak ada masalah	15	15
7	Lainnya	6	6
		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Jabaran data tabel menunjukkan bahwa persoalan permodalan, produk tidak laris dan persaingan antar pedagang menjadi persoalan-persoalan utama dalam menjalankan usaha. Pola usaha masyarakat Belawan II memang cenderung seragam berjualan kebutuhan sehari-hari, makanan dan pakaian. Maka persaingan terjadi diantara mereka sendiri, apalagi pasar konsumen disebagian besar konsumen adalah masyarakat sekitar lingkungan mereka. Hal ini ditambah risikan lagi, karena para pelaku usaha tidak melakukan upaya promosi atau peningkatan kualitas dagangannya, sehingga tidak menarik minat konsumen.

Hal lain yang dapat menjadi faktor persoalan dagangan tidak banyak mendapatkan konsumen adalah apakah usaha ekonomi yang dijalankan merupakan kebutuhan masyarakat dilingkungan mereka atau kebutuhan masyarakat lebih luas. Ini dapat dilihat pada temuan studi deskripsi ini tentang kebutuhan masyarakat.

IV. Kebutuhan Masyarakat

Peneliti membuat pertanyaan kebutuhan masyarakat yang paling dibutuhkan menurut pandangan para pelaku usaha ekonomi untuk melihat sejauhmana mereka

sebenarnya memahami produk yang mereka tawarkan pada konsumen apakah sesuai dengan cara pikir mereka terhadap kebutuhan di pasar konsumen. Kebutuhan masyarakat berdasarkan pandangan pelaku usaha ekonomi dapat dilihat pada tabel berikut ini

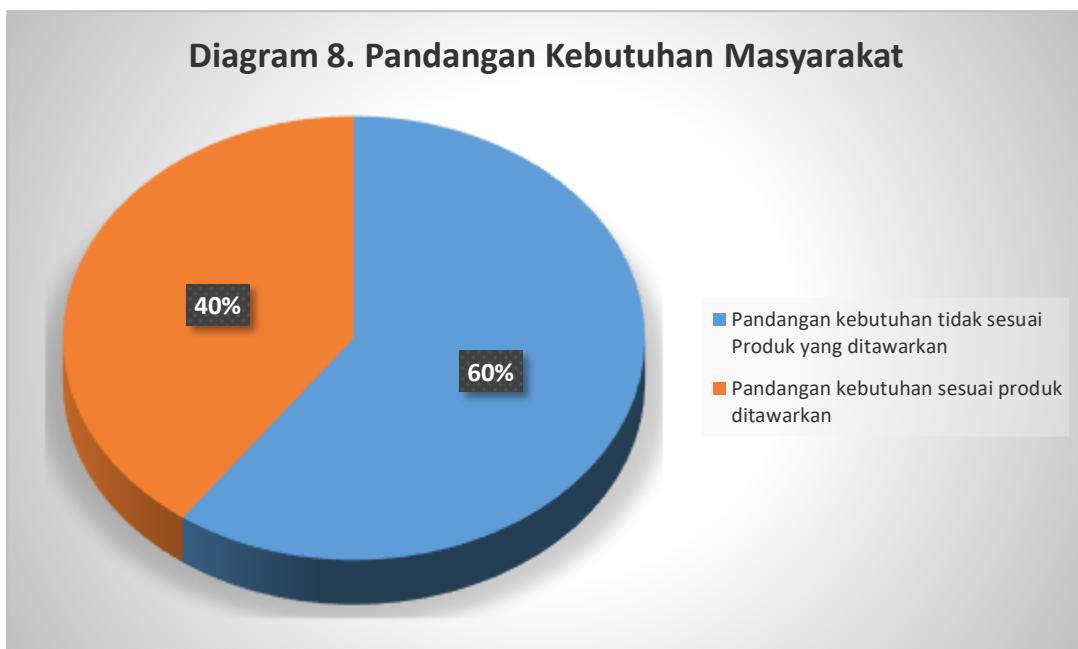
Tabel 25. Kebutuhan Masyarakat

No	Kebutuhan	Frekuensi	%
1	Sembako	52	52
2	Makanan jadi	12	12
3	Air	18	18
4	elektronik	4	4
5	Pakaian	4	4
6	Lainnya;	6	6
7	Tidak tahu	4	4
		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Data pada tabel di atas memperlihatkan bahwa produk yang paling dibutuhkan masyarakat dari pandangan pelaku usaha ekonomi adalah kebutuhan bahan-bahan pokok yang biasa disebut dengan sembako, Sembilan bahan pokok; meliputi beras, gula, minyak goreng, mentega, daging/ayam, telur, susu, jagung, minyak tanah, garam. Walau dalam perkembangannya istilah sembako tersebut telah berkembang tidak saja melingkupi kebutuhan yang di atas namun termasuk kebutuhan lainnya seperti sayur, sabun, kecap dll. Sembako sebagai kebutuhan yang paling penting disebutkan oleh 52% pelaku usaha ekonomi. Sementara 18% menyatakan air dan 12% menyebutkan makanan siap saji adalah kebutuhan yang paling dibutuhkan masyarakat Belawan II. Menariknya pelaku usaha yang tidak menjalankan usaha sembako, seperti usaha jasa , berdagang makanan siap saji, berdagang ice cream, dan membuka warung kopi menyatakan bahwa sembako adalah kebutuhan yang paling dibutuhkan masyarakat. Ini sejalan dengan pendapat mereka yang menyatakan bahwa ibu rumah tangga paling membutuhkan sembako (53%). Ini tidak mengherankan karena diketahui responden penelitian yang sekaligus juga pelaku usaha sebagian besar juga merupakan ibu rumah tangga (70%). Data juga memberikan gambaran pandangan para pelaku usaha ekonomi yang melihat bahwa kebutuhan paling mendesak malah bukan produk yang mereka

tawarkan dalam usaha ekonominya, melainkan produk lain. Deskripsi itu dapat dilihat pada diagram di bawah ini



Sumber: Analisa Hasil Penelitian 2018

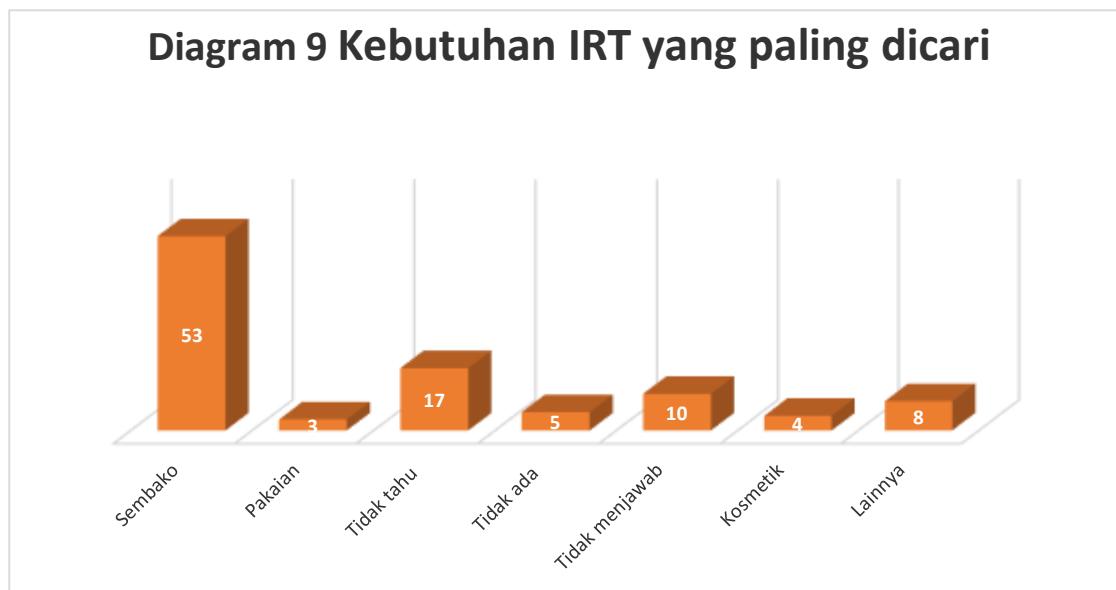
Sementara 49% para pelaku usaha ekonomi menyatakan bahwa sembako bukan kebutuhan yang sulit dicari di pasar. Ini ditunjukkan dengan data bahwa 49% pendapat mereka menyatakan tidak ada kebutuhan yang sulit dicari dipasar. Persentase terbesar (9%) terkait kebutuhan yang sulit dicari dipasar adalah Gas (data detil dapat dilihat pada tabel di bawah). Situasi ini menyimpulkan bahwa para pelaku usaha ekonomi tidak merencanakan usaha ekonominya berdasarkan produk yang paling dibutuhkan dipasarkan dan yang paling sedikit ketersediaannya dipasar dibanding permintaan. Usaha yang mereka jalankan sebagian besar dilakukan secara nalar saja dan tanpa perhitungan usaha yang matang.

Tabel 26. Kebutuhan yang sulit dicari di pasar

No	Kebutuhan Yang sulit dicari	Frekuensi	%
1.	Ikan	3	3
2.	Ayam	2	2
3.	Minyak lampu/kerosin	4	4
4.	Gas	9	9
5.	Tidak ada	49	49
6.	Tidak tahu	1	1
7.	Tidak menjawab	24	24
8.	Lainnya	8	8
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

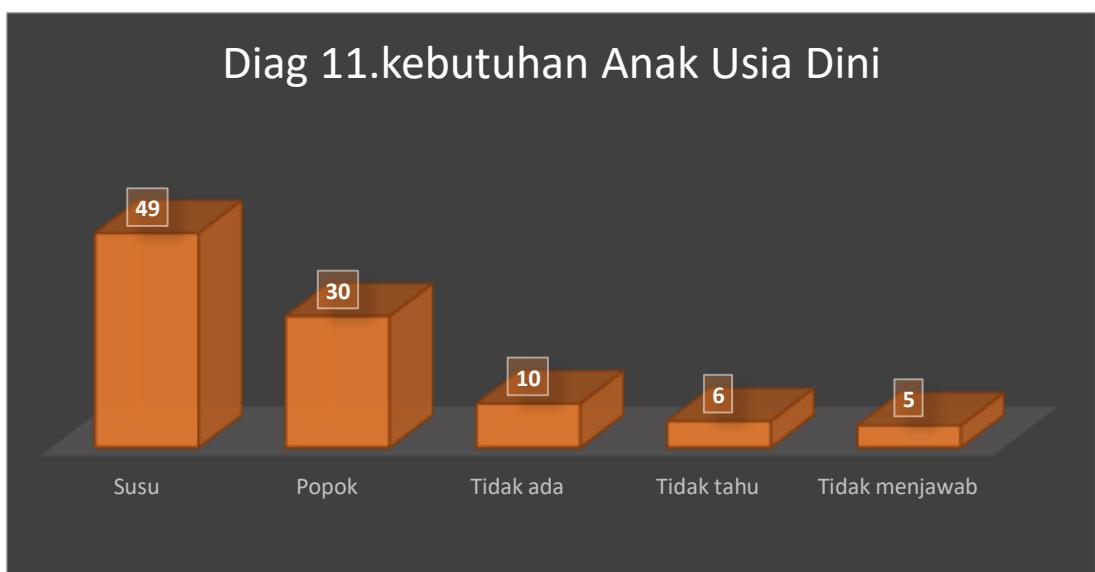
Ini diperkuat dengan data yang lain dalam pandangan mereka bahwa kebutuhan remaja menurut mereka yang paling dicari adalah HP dan Pulsa (35%). Sementara kebutuhan bayi yang paling dicari adalah susu (49%) dan popok (30%). Namun dalam realitas usaha hanya satu persen satu usaha counter HP dan Pulsa di kelurahan Belawan II dan tidak usaha toko susu dan popok bayi secara khusus di Belawan II. Lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini



Sumber: Hasil Penelitian 2018



Sumber: Hasil Penelitian 2018



Sumber: Hasil Penelitian 2018

Diag 12.kebutuhan pabrik



Sumber: Hasil Penelitian 2018

Pada data terdahulu sudah terlihat bahwa kebutuhan yang paling mendesak menurut para pedagang adalah sembako, dan juga yang kebutuhan yang paling dicari oleh khususnya para ibu rumah tangga adalah sembako. Diketahui juga bahwa jumlah pedagang sembako yang berada di Belawan II ada sekitar 28% dari pelaku usaha ekonomi. Bila dilihat dari pendapat responden, maka 28% usaha sembako ini sudah dapat memenuhi kebutuhakn seluruh masyarakat Belawan II bahkan dari luar Belawan II, dimana dinyatakan bahwa sembako bukan kebutuhan yang sulit dicari. Data juga menunjukkan anomali pada pelaku usaha dimana sebagian pelaku usaha tidak menunjuk usahanya menjadi kebutuhan yang paling dicari.

Namun ketika peneliti menggali data usaha ekonomi apa yang paling menguntungkan saat ini dalam pandangan responden, maka didapat jawaban linier responden pada besaran persentase usaha ekonomi yang sedang dijalankan. Diketahui bahwa sebagian besar responden menjalankan usaha memproduksi dan menjual makanan siap saji (45%) dan berdagang sembako (36%). Data ini linier dengan pendapat usaha ekonomi yang paling menguntungkan dalam pandangan pelaku usaha ekonomi. Jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 27. Pandangan Pelaku Ekonomi pada Usaha Ekonomi yang Paling Menguntungkan

No	Usaha ekonomi	Frekuensi	%
1.	Jualan makanan dan minuman	36	36
2.	Berdagang sembako	30	30
3.	Jual ponsel dan paket	2	2
4.	Jualan bakso	2	2
5.	Pakaian	3	3
6.	Tidak tahu	27	27
		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Data tabel di atas menunjukkan bahwa pelaku usaha ekonomi menyatakan bahwa berjualan makanan dan minuman merupakan usaha yang paling menguntungkan (36%) diikuti dengan usaha berdagang sembako (30%). Banyak juga yang menyatakan tidak tahu usaha apa yang paling menguntungkan untuk dijalankan, yakni sejumlah 27%. Sementara ada sebagian kecil menyatakan usaha dagang pakaian sebagai usaha yang paling menguntungkan (3%) dan juga jualan ponsel (2%) serta menyatakan secara spesifik usaha siap saji berdagang bakso (2%). Banyak usaha lain yang pada persentase satu persen dinyatakan sebagai usaha ekonomi apabila dijalankan akan sangat menguntungkan seperti membuka bengkel sepeda motor, jualan air, tukang pangkas, penerimaan barang bekas, percetakan. Data ini menunjukkan walau usaha makanan siap saji sebagian besar 48% memiliki pendapatan bersih di bawah 100 ribu rupiah setiap harinya, namun tetap dipandang sebagai usaha yang paling menguntungkan oleh responden. Situasi ini dapat dipahami ketika memahami alasannya mengapa usaha berjualan makanan dianggap paling menguntungkan walau dalam pendapatan lebih rendah dari usaha lain. Dijumpai alasannya bahwa berdagang makanan hanya memerlukan modal sedikit, perputaran uang cepat, selalu dibutuhkan oleh masyarakat sehingga tetap banyak peminatnya. Pada sisi lain yang menyatakan usaha berdagang sembako sebagai usaha yang paling menguntungkan menyatakan walau memerlukan modal yang lumayan besar, namun dibutuhkan masyarakat, tetapi banyak peminat dan barang tidak cepat busuk. Ada juga didapati data yang menarik bahwa usaha yang dijalankan merupakan hobi.

V. Sumber Daya Manusia

Secara konseptual, pelaku usaha ekonomi yang memiliki kemampuan ketrampilan dan pengetahuan dalam menjalankan usahanya, akan menaikkan nilai kemungkinan keberhasilan yang lebih tinggi dibandingkan para pelaku usaha yang menjalankan usahanya hanya berdasarkan semangat dan naluri saja. Maka assessment ini juga menggali informasi apakah para pelaku usaha pernah mendapatkan pelatihan pengetahuan dan ketrampilan yang terkait pada bidang usaha yang sedang dijalankan mereka. Data tersebut dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini.

Tabel 28. Pelaku Usaha Mendapat pelatihan ketrampilan

No	Pelatihan Ketrampilan	Frekuensi	%
1.	Pernah	12	12
2.	Tidak pernah	88	88
		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Data diatas menunjukkan bahwa 12% pelaku usaha pernah mendapatkan pelatihan ketrampilan sesuai dengan bidang usaha yang sedang dijalankan. Sementara ada 88% yang ternyata tidak pernah mendapatkan pelatihan ketrampilan sesuai dengan bidang usahanya. Dengan demikian mereka belajar menjalankan usahanya secara otodidak, turun temurun dari orang tua dan naluri kreativitas sendiri.

Adapun lembaga atau organisasi yang melakukan pelatihan menurut 12% pelaku usaha yang pernah mendapatkan pelatihan adalah seperti tabel dibawah ini

Tabel 29. Aktor Yang Melakukan Pelatihan

No	Pelaksana Pelatihan	Frekuensi	%
1.	Organisasi Masyarakat	2	2
2.	Pemerintah	3	3
3.	Perusahaan	3	3
4.	Lainnya	4	4
5.	Tidak menjawab	88	88
		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Dapat dilihat bahwa actor yang melakukan pelatihan pada pelaku usaha adalah organisasi masyarakat, pemerintah, perusahaan swasta dan pihak lain, seperti PKK dan individu.

Sementara itu pelatihan ketrampilan lain yang pernah diikuti para pelaku usaha namun tidak sesuai dengan usaha yang dijalankan meliputi rias pengantin (2%), pelatihan salon (2%) menjahit (5%) serta menjaring ikan, kepelautan, pelatihan kelompok tani, kursus computer dan membuat bros bunga, masing-masing 1%. Data ini menunjukkan bahwa banyak pelatihan ketrampilan yang diberikan pada pelaku usaha, namun belum dapat dijadikan modal sumber daya untuk menjalankan usaha ekonomi masyarakat. Ini disebabkan dari pernyataan para pelaku usaha, bahwa pelatihan hanya diberikan satu kali dan kemudian tidak ada pelatihan ketrampilan hingga tingkat mahir. Dengan demikian mereka belum begitu terampil dalam mempraktikkan sendiri ketrampilan yang dilatihkan sebagai modal ketrampilan dalam usaha ekonominya. Pada sisi yang sama pelatihan ketrampilan juga tidak ditindaklanjuti dalam pelatihan usaha atau permodalan untuk memulai usaha berbasis ketrampilan tersebut (hasil interview, 2018)

VI. Analisa Awal Potensi Usaha Ekonomi Kelompok Masyarakat Belawan II

Dari data yang telah dikumpulkan dan dianalisa, maka didapat pada tingkat awal usaha ekonomi kelompok dan juga usaha ekonomi individu yang memungkinkan dikembangkan menjadi usaha ekonomi kelompok masyarakat Belawan II. Adapun usaha ekonomi tersebut adalah

1. Usaha Ayam Goreng

Usaha ayam goreng diketahui berpendapatan bersih setiap harinya pada jumlah Rp 100.000,- s/d Rp 500.000,-. Diketahui pula jumlah pelanggan dari ayam goreng melebihi jumlah pelanggan pada usaha ekonomi kelompok lainnya. Jumlah pelanggan ayam goreng perharinya mencapai 30 s/d 100 pelanggan atau bila diambil batas atas maka jumlah pelanggan perhari 100 orang. Jumlah pelanggan usaha ayam goreng malah hanya kalah dari dagang makanan, jual alat tulis dan dagang sembako yang pelanggannya mencapai 101 s/d 500 orang setiap harinya. Usaha ini dijalankan secara berkelompok dimana jumlah anggota kelompoknya saat ini 5 orang. Namun menariknya kelompok usaha ini berbagi dalam racikan

bumbu masak dari ayak goreng. Sementara penjualan dan pendapatan dikelola oleh 2 orang dalam satu kelompok masing-masing. Dengan kata lain pelaku usaha ini berkelompok hanya dalam pengelolaan bumbu masakan, namun dalam produksi dan penjualan berikutnya dikelola secara perorangan. Mereka berjualan menyebar di Belawan II dan juga ada di Belawan I. Dari data analisa tersebut dapat disimpulkan sementara, walau modal awal usaha ayam goreng mencapai lebih dari 3 juta rupiah, namun dari pendapatan bersih dan kedatangan pelanggan, usaha ini berpotensi menjadi usaha ekonomi yang dikembangkan kelompok.

2. Usaha Bank Sampah

Usaha Bank sampah Berkah yang dijalankan secara berkelompok, dimana anggota kelompoknya disebutkan 6-9 orang, diketahui berpendapatan bersih kurang dari Rp 100.000,- perharinya dengan modal usaha lebih dari 3 juta rupiah. Pendapatan kotor dari bank sampah adalah Rp 200.000,- s/d Rp 1.000.000,-. Pendapatan bank sampah ini sebenarnya bukan didapat dari penjualan produk daur ulang, namun dari selisih pembelian sampah yang dijual masyarakat pada bank sampah dan kemudian dijual kembali oleh bank sampah pada agen pengepul sampah salah satunya di wilayah Sicanang, sebelum dijual pada pabrik daur ulang, seperti pabrik plastik. Jumlah pelanggan bank sampah kurang dari 30 orang perharinya atau bila diambil batas atas jumlah pelanggannya 30 orang perhari. Demikian pula tempat untuk pengepulan sampah yang dijual masyarakat sangat terbatas, sehingga tidak dapat menampung banyak sampah untuk dijual kembali atau di daur ulang. Berdasarkan penuturan dari bendahara bank sampah, produksi inovasi daur ulang bank sampah tidak ada dan produk daur ulang tersebut belum memenuhi standart pasal untuk di jual. Produk daur ulang dapat terjual bila ada kegiatan-kegiatan bazar atau pameran produk hasil olah limbang lingkungan yang tentu saja sangat jarang dan tidak berkelanjutan. Sebenarnya dari penuturan bendahara bank sampah, pengumpulan sampah telah dihubungkan dengan pembelian sembako dimana bank sampah membuka toko kelontong juga, walau dengan jumlah terbatas (*hasil focus group discussion 2018*). Ini sebenarnya sangat potensial dalam perluasan anggota bank sampah itu sendiri, namun terlihat

belum cukup populerisasi keuntungan bank sampah dan kemampuan penerimaan dari sampah sendiri.

Dengan semua keterbatasan tersebut mengapa usaha bank sampah tetap kalkulasi potensial dikembangkan menjadi usaha ekonomi bersama masyarakat? Ini dari data kualitatif dan kuantitatif yang didapat dalam proses interview dan pengamatan.

Pertama, walau jumlah pelanggan kurang dari 30 orang setiap harinya, namun dilihat dari potensi jumlah penduduk dewasa menjadi sangat potensial dimana jumlah penduduk dewasa di Kelurahan Belawan II adalah 928.274 jiwa, yang berarti sangat besar berpotensi menjadi pelanggan. Demikian pula jumlah penduduk anak dan remaja belum dewasa cukup banyak yakni 5.555 jiwa yang juga sangat berpotensi menjadi penyumbang sampah.

Kedua, potensi pertambahan pelanggan dengan strategi yang tepat, karena menjadi pelanggan bank sampah tidak harus mengeluarkan uang, yang tentu saja membedakan menjadi pelanggan bagi usaha lain dimana konsumennya mengeluarkan uang. Malah di bank sampah pelanggan mendapatkan uang dari proses menjual sampah. Pelanggan hanya mengeluarkan uang bila mereka membeli produk bank sampah.

Ketiga, usaha bank sampah merupakan usaha *social entrepreneurship*, usaha yang mendatangkan kemanfaatan ekonomi namun juga sekaligus membangun social kemasyarakatan, memberdayakan masyarakat dan lingkungan yang berkelanjutan. Usaha seperti ini banyak diapresiasi masyarakat dan pemerintah, sehingga bila dikelola dengan strategi yang benar akan banyak membuka peluang kerjasama.

3. Usaha Produk Pakaian

Usaha produksi dan penjualan pakaian pada dasarnya usaha perseorangan. Usaha ini memiliki pendapatan bersih Rp 100.001 s/d 500.000,- setiap harinya dengan jumlah pelanggan perharinya 30 orang. Modal yang dikeluarkan untuk usaha menjahit dan produksi pakaian ini adalah lebih dari 3 juta rupiah dimana modal didapatkan oleh pelaku usaha berasal dari modal sendiri. Usaha ini diidentifikasi awal berpotensi menjadi usaha kelompok karena dapat menjadi objek peningkatan pendapatan

perempuan, dimana 70% pelaku usaha yang berada di front line usahanya adalah perempuan. Pada sisi yang sama usaha yang dijalankan sebagian besar merupakan usaha sampingan untuk menambah pendapatan suami. Ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar perempuan berumah tangga di Belawan II berada di rumah. Data ini diperkuat oleh penuturan narasumber pada diskusi kelompok terfokus dimana menurut narasumber banyak ibu-ibu yang sebenarnya sangat berpotensi melakukan usaha menjahit namun mereka tidak memiliki ketrampilan usaha itu. Pada sisi lain mereka ingin membantu pendapatan ekonomi suami. Demikian pula pemuda dan remaja berpotensi disalurkan . Sementara di Belawan juga tidak banyak usaha konveksi seperti pembuatan jilbab, yang selama ini melakukan pembelian ke Medan (*Focus Group Discussion, 2018*). Maka melakukan usaha menjahit dan memproduksi pakaian serta jilbab dipandang potensial di awal ini untuk selanjutnya ditelaah potensi pemasaran produk pakaian di wilayah Kecamatan Medan Belawan.

4. Usaha Produksi dan Jual Roti dan Kue Basah

Usaha jual kue basah dan roti ini dilakukan dengan menyediakan tempat bagi anggota kelompok yang ingin menjual kue yang mereka produksi. Penjual mendapat fee persatuan kue yang dijual. Jadi anggota kelompok yang dimaksud sangat insidental tergantung pada berapa banyak orang yang mau kue atau roti yang mereka produksi dijual kembali. Usaha penjualan kue basah dan roti berpendapatan bersih perharinya kurang dari Rp 100.000,-. Namun modal yang dikeluarkan juga kurang dari Rp 1.000.000,-. Adapun pelanggan dari penjualan kue basah ini perharinya kurang dari 30 orang atau bila menggunakan batas atas menjadi 30 orang. Namun dari penuturan dari pembuat kue dan roti perseorangan pada saat FGD, sebenarnya produksi roti dapat memiliki prospek bagus dan pemasaran baik bila produksi ditingkatkan kualitas dan pasarnya. Untuk itu dibutuhkan cukup modal dan perluasan pemasaran sampai keluar Belawan II (*Hasil FGD, 2018*)

5. Usaha makanan kering dan kerupuk

Sebenarnya usaha existing pemilik adalah ayam geprek dan merupakan usaha perseorangan. Namun pemilik usaha ayam geprek juga

merupakan ketua kelompok tani pesisir yang menjalankan usaha produksi kerupuk dari bahan dasar jeruju dari mangrove. Kemudian dilakukan pendalaman pada usaha makanan kering kerupuk jeruju. Pendapatan bersih dari usaha ini masih dibawah Rp 100.000,- perharinya dengan jumlah konsumen masih kurang dari 30 orang perharinya. Jumlah anggota kelompok taninya lebih dari 13 orang. Produksi kerupuk jeruju ini dapat mencapai 100 bungkus perhari bila bahan dasar cukup yang berasal dari mangrove. Pemasaran bahan dari penuturan pimpinan kelompok juga tidak mengalami kendala karena diterima dipasar-pasar tradisional atau pasar modern disekitar Kecamatan Belawan. Produksi kerupuk ini terhenti karena persoalan perpecahan dalam kelompok dan pembagian keuntungan. Usaha ini dianggap berpotensi bila bahan dasar dan penyelesaian pandangan dan tujuan anggota kelompok dapat diselesaikan.

6. Usaha Sembako

Usaha sembako dilihat sebagai usaha ekonomi kelompok yang potensial karena usaha sembako memiliki penghasilan bersih perhari yang bervariasi mulai dari di bawah Rp 100.000,-, Rp 100.001,- s/d Rp 500.000,- sampai berpenghasilan Rp 500.001,- s/d Rp 1.000.000,-. Usaha sembako ini masih dijalankan perseorangan. Adapun jumlah pelanggan perharinya ada 30 – 100 orang perharinya, atau dengan batas atas 100 orang. Namun menjadi potensi bila dilakukan secara berkelompok seperti yang sudah diinisiasi oleh bank sampah. Usaha ini juga dimasukkan dalam wilayah potensi usaha ekonomi kelompok karena dari pendapat para pelaku usaha sendiri, usaha sembako adalah penyedia kebutuhan yang paling dibutuhkan oleh masyarakat dan dianggap juga usaha yang paling menguntungkan.

Dari telaahan awak ini maka kemudian peneliti melakukan studi lapangan dan kajian potensi pasar serta potensi kerjasama dalam pemasaran dan bantuan lainnya. Analisa potensi pasar dan kerjasama tersebut di bahas pada bab berikut ini.

BAB IV

ANALISA PASAR

UNTUK POTENSI USAHA EKONOMI KELOMPOK MASYARAKAT KELURAHAN BELAWAN II

1. Pendahuluan

Analisa awal pada usaha ekonomi masyarakat yang berpotensi dikembang menjadi usaha ekonomi kelompok masyarakat Belawan II telah didapatkan yakni usaha ayam goreng, bank sampah, pembuatan pakaian, usaha kue basah dan roti, pembuatan keripik dari mangrove serta sembako. Kecuali sembako yang telah diasumsikan oleh pelaku ekonomi sebagai bahan kebutuhan paling dicari masyarakat, maka usaha produk lainnya di assess terlebih dahulu untuk melihat potensi pasar dan penerimaan di masyarakat. Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya.⁴ Dalam hal ini pasar adalah orang-orang yang berada di kelurahan Belawan II yang berdaya beli dan memiliki keinginan untuk membeli produk. Adapun hasil assessment pasar dari usaha ekonomi masyarakat yang potensi dikembangkan menjadi usaha ekonomi kelompok adalah sebagai berikut:

2. Data Responden Potensial Konsumen

Adapun responden dari assessment potensial konsumen berjumlah 100 orang dimana 60% diantaranya adalah perempuan dan 40% berjenis kelamin laki-laki. Adapun rank usia responden terjelaskan pada tabel di bawah ini

⁴ Syafrizal Helmi Situmorang, *Studi Kelayakan Bisnis, Buku 1*, Medan, USU Press, hal.43

Tabel 30. Usia Responden

No	Usia Responden (tahun)	Frekuensi	%
1	16 – 24	18	18
2	25 – 33	6	6
3	34 – 42	28	28
4	43 – 51	8	8
5	52 – 61	32	32
6	62 – 70	6	6
7	71 – 79	2	2
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian 2018

Data menunjukkan bahwa responden untuk potensi market sebanyak 32% berusia 52-61 tahun, 28% berusia 34-42 tahun dan 18% berusia 16-24 tahun. Data usia responden ini menunjukkan bahwa variasi usia dari responden ini sangat beragam yang mengindikasikan bahwa responden ini mewakili deskripsi penduduk di Belawan II dan sekitarnya.

Sementara dari sisi pendidikan sebagian besar responden tamat SLTA (38%) dan SLTP (29%). Hanya 4 % responden yang tamat perguruan tinggi. Data dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 31. Pendidikan responden Potensi Market

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	%
1	Tidak tamat SD	2	2
2	SD	18	18
3	SLTP	28	28
4	SLTA	48	48
5	Perguruan Tinggi	4	4
		100	100%

Sumber: hasil penelitian 2018

Dari sisi agama, responden hanya terdiri dari dua pemeluk agama yakni Islam sejumlah 92% dan Protestan sejumlah 8%. Jumlah ini juga merepresentasikan penduduk di Kecamatan Medan Belawan dan Belawan II sendiri. Pada sisi pekerjaan sebagian besar responden juga merupakan pedagang (42%) sebagai ibu rumah tangga

(22%), pelajar dan mocok-mocok (20%). Hanya 2% responden berstatus Pegawai Negeri Sipil. Data lebih detil dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 32. Komposisi Pekerjaan Responden Potensi Market

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	%
1	Berdagang	42	42
2	PNS	2	2
3	Nelayan	4	4
4	Wiraswasta	10	10
5	Ibu Rumah Tangga	22	22
6	Lainnya termasuk pelajar	20	20
		100	100%

Sumber: hasil penelitian 2018

3. Pilihan Konsumsi Potensial Konsumen dan Potensi Market

3.1. Pilihan Konsumsi Roti dan Potensi Market

Berdasarkan data kuesioner yang dilakukan dengan wawancara terpandu, dari 100 responden, 88% menyatakan suka mengkonsumsi roti, sementara 12% menyatakan tidak suka. Bila dilakukan generalisasi hasil maka dari seluruh penduduk Belawan II yang berusia 16 – 79 tahun yakni sejumlah 23.180 jiwa, ada 88% atau **20.398 jiwa yang menjadi potensial konsumen** karena suka makan roti. Adapun jenis roti yang suka dikonsumsi oleh konsumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 33. Jenis Roti yang Suka dikonsumsi

No	Jenis Roti yang dikonsumsi	Frekuensi	%
1.	Roti manis	52	60
2.	Roti Isi	18	20
3.	Roti kering	8	9
4.	Roti kelapa	10	11
		88	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Dari 88 orang responden yang suka makan roti, ada 52% konsumen memilih roti manis sebagai roti pilihan untuk konsumsi, dan 18% memilih roti isi. Hanya 10% yang memilih roti kelapa dan 8% memilih roti kering.

Sementara dari jumlah konsumsi per hari, dari 88 orang ada 39% yang mengkonsumsi satu buah roti perhari, dan 29% mengkonsumsi 2 buah roti per hari. Untuk lebih detilnya jumlah konsumsi roti perhari tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 34. Banyaknya konsumsi Roti dalam satu hari

No	Konsumsi Roti per hari	Frekuensi	%
1.	1 buah per hari	34	39
2.	2 buah per hari	26	29
3.	3 buah per hari	8	9
4.	Lebih dari 3 buah per hari	20	23
		88	100

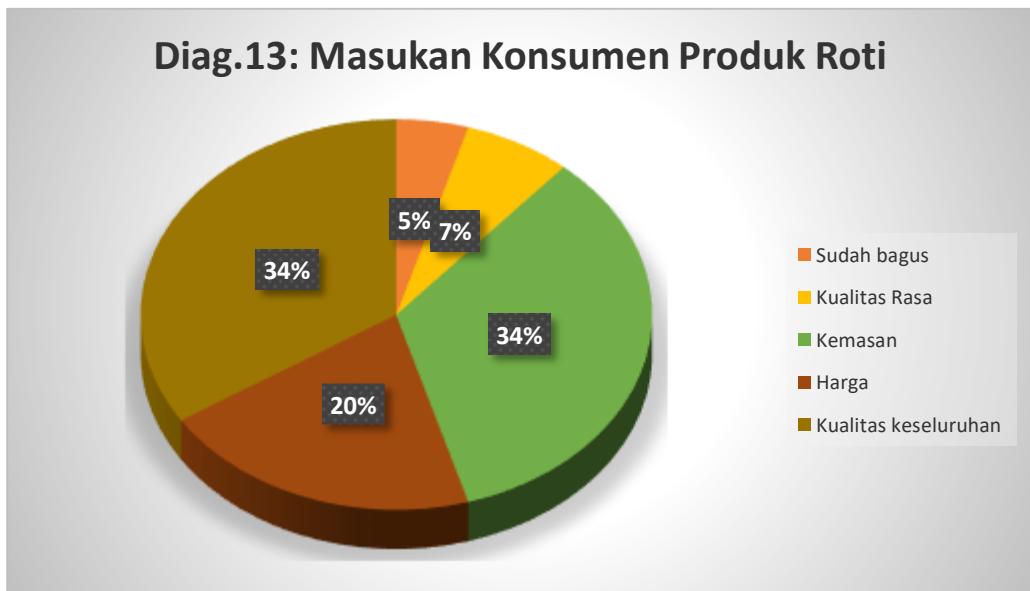
Sumber: Hasil Penelitian 2018

Melalui komputasi rata-rata maka konsumsi roti bagi semua konsumen yang dilakukan dengan rumus means adalah $190:88 = 2,15$, atau dengan pembulatan 2. Maka jumlah **rata-rata konsumsi roti konsumen di Belawan II adalah 2 roti perhari.**

Adapun preferensi produsen roti, konsumen roti tetap lebih memilih roti yang diproduksi oleh perusahaan besar yakni sejumlah 68%, Sementara yang suka diproduksi oleh masyarakat hanya 11%, dan yang menyatakan keduanya sama baiknya adalah 21 persen. Dapat dikatakan dalam rerata bahwa jumlah persentase dari konsumen yang lebih suka mengkonsumsi roti masyarakat adalah 16%, dengan asumsi $11 + 21:2 = 20\%$. Maka 20% dari 20.398 jiwa yang suka mengkonsumsi roti di Belawan II adalah 4.080 jiwa. Dengan demikian produsen pembuat roti harus bersaing dengan produsen roti lainnya **untuk potensial konsumen 4.080 jiwa.** Yang bila dibagi rerata dari **3 pembuat dan penjual roti adalah $4080:3 = 1360$.** Maka **Market Share maksimal dapat dihitung $1360/4080 = 0,33$.** Namun produksi roti home industry baru dapat memproduksi roti per harinya hanya 800 buah maksimum, yang berarti dapat memenuhi 400 konsumen. Maka bila dikomputasi menjadi $400/4080 = 0,10$. Berarti Market Sharenya adalah 0.10

Para konsumen juga memberikan masukan agar roti yang diproduksi masyarakat dapat lebih baik. Di antaranya adalah memperbaiki kemasan roti agar tidak kalah menarik dengan kemasan dari produk perusahaan besar, sebut saja seperti paparotti atau mawar atau majestic. Ada juga 18% responden yang memberi masukan untuk harga yang tepat. Diketahui bahwa **harga jual dari produksi roti manis atau roti kelapa**

adalah Rp 1.000,- per buahnya, yang kemudian diharga eceran Rp 1.500 – Rp 2.000,- perbuahnya. Untuk lebih jelasnya tentang masukan dari para konsumen dapat dilihat pada diagram di bawah ini



Sumber: Hasil Penelitian 2018

3.1.1. Potensi Market Produksi Roti

Dari data yang didapat maka dapat dianalisa potensi omset bisnis maksimal (PM) dari memproduksi roti melalui usaha Kecil Masyarakat (UKM). Analisa omset bisnis ini belum termasuk konsumen yang berusia 5 – 15 tahun. Bila dimasukkan konsumen pada rentang usia tersebut maka omsetnya akan bertambah besar. Analisa omset bisnis ini menggunakan rumus:

$$MP = N \times MS \times P \times Q$$

MP = Market Potency

N = Pelanggan potensial

MS = Market Share

P = Rata-rata harga produk

Q = Nilai produk terjual (perhari)

Diketahui:

N = 4080

$$\begin{aligned}
 MS &= 1360/4080 \\
 &= 0,33 \\
 P &= 1.000 \\
 Q &= 2 \\
 MP &= 4080 \times 0,33 \times 1000 \times 2 \\
 &= 2692800
 \end{aligned}$$

Maka sebenarnya potensi omset bisnis maksimal usaha produksi dan penjualan roti sejenis roti manis, roti kelapa dan roti isi mencapai Rp **2.692.800,- per harinya**. Namun produksi roti masyarakat seperti yang dituturkan dalam FGD baru dapat mencapai 800 roti per harinya. Dengan konsumsi perorang konsumen adalah 2 roti setiap harinya, maka jumlah produksi roti hanya dapat mencakup 400 orang konsumen. Dengan demikian omset bisnis yang dapat dicapai adalah

$$\begin{aligned}
 MS &= 400/4080 \\
 &= 0,10 \\
 MP &= 4080 \times 0,10 \times 1000 \times 2 \\
 &= 81600
 \end{aligned}$$

Atau dengan kata lain omset bisnis dari produksi dan penjualan roti baru mencapai Rp **816.000,- per harinya**.

3.2. Pilihan Konsumsi Kerupuk dan Potensi Market

Berdasarkan data 100 orang responden, 72% menyatakan suka makan kerupuk, sementara 28% menyatakan tidak suka. Bila melihat jumlah penduduk Belawan II yang berusia 16 – 79 tahun yakni sejumlah 23.180 jiwa, maka penduduk yang suka makan kerupuk dan menjadi potensi konsumen secara umum adalah 16.690 jiwa. Adapun jenis kerupuk yang suka dikonsumsi oleh konsumen ada pada tabel di bawah ini

Tabel 35. Jenis Kerupuk yang suka dikonsumsi

No	Jenis Kerupuk	Frekuensi	%
	Kerupuk putih	60	83
	Kerupuk ikan	0	0
	Kerupuk mangrove/jeruju	1	2
	Kerupuk lain; Jangek, udang, gadang, opak	11	15
		72	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa konsumen tidak begitu familiar dengan kerupuk jeruju yang berasal dari tanaman mangrove. Hanya 2 % konsumen yang suka mengkonsumsi kerupuk jeruju. Sebagian besar konsumen atau sejumlah 83% lebih suka mengkonsumsi kerupuk putih dan 15% suka mengkonsumsi seperti kerupuk udang, atau kerupuk jangek. Bila dilihat hanya 2% yang suka kerupuk jeruju, maka bila dilakukan asumsi inferensial **potensial konsumen untuk kerupuk jeruju di Belawan II adalah $2:100 \times 16690 = 334$ jiwa.**

Dilihat dari potensial konsumsi perhari dari konsumen untuk kerupuk dapat dilihat pada tabel di bawah ini

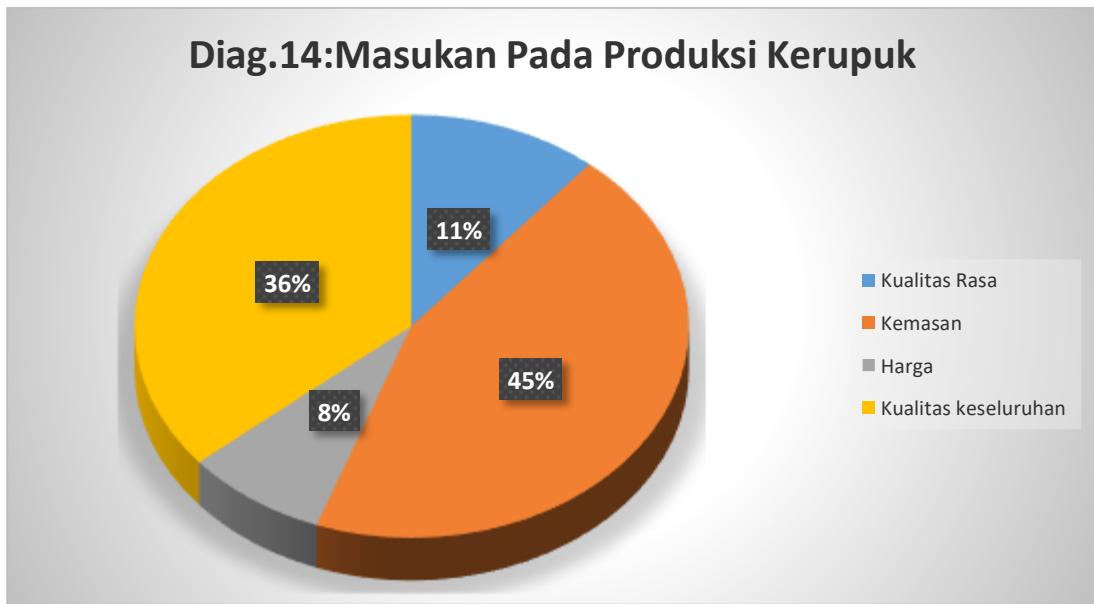
Tabel 36. Banyaknya konsumsi kerupuk perhari

No	Konsumsi per hari	Frekuensi	%
1.	1 bungkus	40	56
2.	2 bungkus	16	22
3.	3 bungkus	0	0
4.	Lebih dari 3 bungkus	16	22
		72	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa 56% konsumen mengkonsumsi kerupuk perharinya adalah satu bungkus, sementara 22% mengkonsumsi 2 bungkus dan 22% juga yang mengkonsumsi lebih dari 3 bungkus. Bila dihitung rerata jumlah konsumsi konsumen yang suka kerupuk jeruju adalah $136:72 = 1,88$ atau dengan pembulatan adalah 2. Maka jumlah konsumsi konsumen pada kerupuk adalah **2 bungkus perhari**. Dari potensi *market sharing* khusus untuk produksi kerupuk jeruju di belawan 2 belum ada diproduksi oleh masyarakat atau industry rumah tangga lain. **Maka market sharenya adalah $334/334 = 1$**

Konsumen kerupuk juga memberikan masukan pada produsen kerupuk, bagaimana membuat produknya lebih disukai masyarakat. Masukan konsumen dapat dilihat pada diagram berikut ini



Sumber: Hasil Penelitian 2018

Diagram diatas menunjukkan bahwa 44% konsumen kerupuk memberikan masukan tentang kemasan kerupuk agar dibuat lebih menarik. Kerupuk yang diproduksi oleh UKM juga harus dikemas dengan menarik tidak kalah dari kemasan yang didisain oleh perusahaan besar. Masukan kedua yang terbesar adalah terkait kualitas keseluruhan, kualitas rasa, harga maupun kemasan yakni sejumlah 36%. Sementara ada 12% konsumen yang potensial memberikan masukan terkait kualitas rasa, dimana kualitas rasa kerupuk yang diproduksi oleh usaha masyarakat sebaiknya tidak kalah dari kualitas yang diproduksi oleh perusahaan besar. Hanya 8% konsumen potensial yang memberikan masukan terkait harga. Walau kecil secara persentase, namun harga yang bersaing dari produksi kerupuk masyarakat tidak boleh dilupakan. Harga kerupuk jeruju yang dijual dipasaran oleh produsen kerupuk jeruju adalah Rp 7.000,- per bungkus.

3.2.1. Potensi Market Produksi Kerupuk Jeruju (Tanaman Mangrove)

Dari data yang didapat maka dapat dilihat potensi omset bisnis maksimal (PM) dari memproduksi kerupuk jeruju tanaman mangrove melalui usaha Kecil Masyarakat (UKM) dengan rumus

$$MP = N \times MS \times P \times Q$$

MP = Market Potency

N = Pelanggan potensial

MS = Market Share

P = Rata-rata harga produk

Q = Nilai produk terjual (perhari)

Diketahui:

N = 334

MS = $334/334$

= 1

P = 7000

Q = 2

MP = $334 \times 1 \times 7000 \times 2$

= 4676000

Maka sebenarnya potensi omset bisnis maksimal usaha produksi dan penjualan kerupuk jeruju mencapai **Rp 4.676.00,- per harinya**. Namun produksi kerupuk jeruju dari *home industry* masyarakat seperti yang dituturkan dalam FGD, baru dapat mencapai 100 bungkus per harinya. Dengan konsumsi konsumen 2 bungkus perorang perhari, maka produksi 100 bungkus perhari baru dapat memenuhi konsumsi 50 orang konsumen saja.

Dengan demikian omset bisnis yang baru dapat dicapai adalah

MS = $50/334$

= 0,15

MP = $334 \times 0,15 \times 7000 \times 2$

= 701400

Atau dengan kata lain omset bisnis dari produksi dan penjualan kerupuk jeruju baru mencapai **Rp 701.400,- per harinya**. Analisa omset bisnis ini belum termasuk konsumen yang berusia 5 – 15 tahun. Bila dimasukkan pada konsumen pada rentang usia tersebut maka omsetnya akan bertambah besar

3.3. Pilihan Konsumsi Ayam Goreng dan Potensi Market

Berdasarkan hasil penelitian lapangan diketahui bahwa dari 100 orang responden, ada 92% konsumen yang suka mengkonsumsi ayam goreng “fried chicken” dan 8 % yang tidak suka. Dengan demikian bila dilakukan generalisasi hasil, maka dari seluruh penduduk Belawan II yang berusia 16 – 79 tahun yakni sejumlah 23.180 jiwa, ada 92% atau **21.326 jiwa yang menjadi potensial konsumen** produk ayam goreng secara umum. Analisa ini belum termasuk penduduk berusia di bawah 16 tahun yang

juga suka mengkonsumsi ayam goreng, karena responden tidak termasuk mereka yang berusia di bawah 16 tahun

Bila dispesifikkan lagi preferensi konsumen pada jenis ayam goreng yang lebih suka dikonsumsi, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 37. Jenis Ayam Goreng yang Suka dikonsumsi

No	Jenis Ayam Goreng yang dikonsumsi	Frekuensi	%
1.	Ayam goreng Produk makanan frendchise	43	47
2.	Ayam goreng “fried Chicken” pinggir jalan	25	27
3.	Ayam goreng rumah makan	10	11
4.	Ayam goreng produksi rumah sendiri	14	15
		92	100

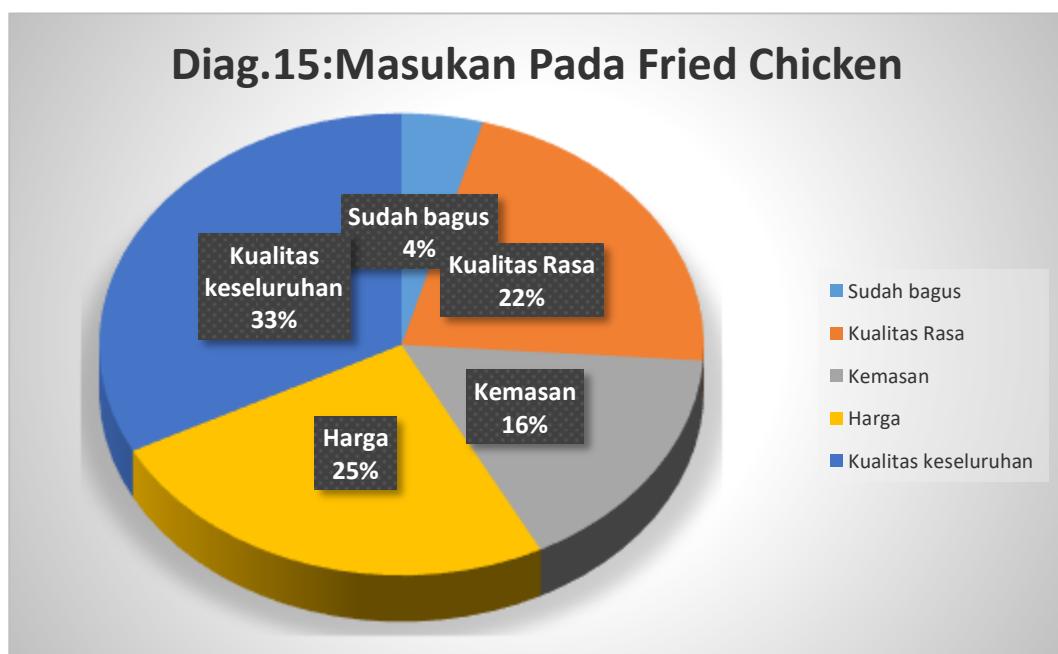
Sumber: Hasil Penelitian 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa 47% konsumen yang suka ayam goreng lebih memilih ayam goreng yang diproduksi oleh perusahaan friendchise besar dan ternama. 27% konsumen memilih ayam goreng yang diproduksi oleh usaha-usaha kecil menengah yang dilakukan oleh masyarakat secara mandiri baik di ruko kecil maupun di pinggir jalan dengan gerobak. Sementara ada 11% konsumen yang memilih ayam goreng yang dibuat oleh rumah makan dan 15 % suka ayam goreng yang diproduksi di rumah sendiri. Spesifikasi preferensi produksi ayam goreng ini memunculkan jumlah potensi pelanggan khusus untuk produksi ayam goreng mandiri masyarakat pinggir jalan. Maka dapat dihitung potensi pelanggan $27:100 \times 21326 = 5758$, atau dapat disebutkan bahwa jumlah potensi pelanggan ayam goreng “fried chicken” gerobak pinggir jalan yang diproduksi mandiri industry kecil masyarakat adalah **5.758 jiwa**.

Dilihat dari banyaknya konsumsi ayam goreng potensial konsumen per pekannya, maka diketahui bahwa 46% potensial konsumen mengkonsumsi 2 potong ayam goreng per pekannya, 27% mengkonsumsi 1 potong perpekannya, 9% konsumen mengkonsumsi 3 potong perpekannya dan 18 % mengkonsumsi lebih dari 3 potong perpekannya atau diambil rerata 4 potong perpekannya. Dari pola konsumsi potensial konsumen ini maka bila dilakukan rerata konsumsi ayam goreng oleh konsumen per pekannya di dapat $201:92 = 2,18$. Atau dapat dikatakan bahwa konsumsi ayam goreng potensial konsumen per pekannya adalah **2 potong ayam goreng**.

Masyarakat yang memproduksi dan menjual ayam goreng tepung (sering dikatakan ayam Kentucky) dipinggir jalan memang mau tidak mau harus bersaing dengan produsen yang sama. Mereka tidak saja bersaing dengan perusahaan besar, namun bersaing dengan sesama produk home industry. Dengan demikian masyarakat yang melakukan usaha ayam goreng mirip kentucky di pinggir jalan ini harus bersaing untuk memperebutkan 27% konsumen yang suka ayam goreng Kentucky pinggir jalan. Diketahui bahwa jumlah pedagang ayam goreng dipinggir jalan di wilayah Kelurahan Belawan II ada 6 usaha secara keseluruhan, maka bila diambil rerata potensial konsumen setiap usaha memiliki potensi mendapatkan konsumen $5758 : 6 = 960$. Maka bila dihitung **market share nya adalah $960/5758 = 0,17$** .

Untuk membuat produk ayam “Kentucky” goreng pinggir jalan lebih baik, konsumen memberikan banyak masukan, dimana masukan terbesar pada kualitas keseluruhan dari ayam “Kentucky” goreng pinggir jalan, baik kualitas rasa, kemasan maupun harga. Sementara yang memberikan masukan khusus untuk harga agar terjangkau masyarakat bawah ada sebanyak 25%. Gambaran masukan konsumen pada produksi fried chicken gerobak pinggir jalan dapat dilihat pada diagram berikut ini



Sumber: Hasil Penelitian 2018

Ayam “Kentucky” goreng pinggir jalan di jual seharga Rp 6.000,- per potong. Dari penuturan penjual ayam “Kentucky” goreng pinggir jalan dalam satu hari mereka dapat menghabiskan 6 kg perharinya. Dengan perkilonya dapat dibagi menjadi 12 potong

maka dengan menghabiskan 6 kg perhari artinya dapat menghabiskan 72 potong perharinya. Dengan demikian besar pendapatan perharinya mencapai Rp 432.000,- perharinya.

3.3.1. Potensi Market Produksi Ayam Goreng “Fried Chicken”

Dari data yang didapat maka dapat dilihat potensi omset bisnis maksimal (PM) dari memproduksi dan menjual ayam goreng “fried chicken” gerobak melalui usaha Kecil Masyarakat (UKM) dengan rumus

$$MP = N \times MS \times P \times Q$$

MP = Market Potency

N = Pelanggan potensial

MS = Market Share

P = Rata-rata harga produk

Q = Nilai produk terjual (perhari)

Diketahui:

N = 5758

MS = 960/5758

= 0,17

P = 6000

Q = 2

MP = 5758 x 0,17 x 6000 x 2

= 11746320

Maka sebenarnya potensi omset bisnis maksimal usaha produksi dan penjualan ayam goreng “fried chicken” gerobak mencapai **Rp 11.746.320,- per pekannya**. Namun produksi dan penjualan ayam goreng “fried chicken” gerobak baru mencapai omset Rp 432.000,- perharinya atau Rp 3.024.000 per pekannya seperti telah dijelaskan sebelumnya.

3.4. Potensi Market Pakaian dan jilbab

Pada dasarnya semua masyarakat menggunakan pakaian dan harus membeli pakaian. Namun demikian, setiap individu memiliki preferensi atau pilihan kemana dan produk pakaian seperti apa yang akan mereka beli atau konsumsi. Berdasarkan hasil

penelitian lapangan pada 100 responden didapatkan bahwa 52% konsumen di kelurahan Belawan II lebih memilih belanja atau membeli pakaian di pasar atau kedai tradisional. Ada 12% yang memilih untuk membeli pakaian di toko modern dan 6% di mall. Namun demikian ada juga yang belanja di tempat lain (30%) diantaranya dengan menempah dan membeli online. Sementara untuk jenis produk jilbab ada 66% konsumen yang beli dikedai atau pasar tradisional. Hanya 2% yang mau belanja jilbab di mall dan 10% yang belanja di toko modern. Rincian preferensi pembelian jilbab dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 38. Kebiasaan Tempat membeli jilbab

No	Tempat Beli Jilbab	Frekuensi	%
1.	Mall	2	2
2.	Toko modern	10	10
3.	Kedai tradisional/pasar	46	46
4.	Pasar	20	20
5.	Grosir	2	2
6.	Tidak Menjawab	20	20
		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Secara spesifik preferensi konsumen pada produsen pembuat pakaian dan jilbab, maka di dapat data seperti tabel di bawah ini

Tabel 39. Preferensi produsen pakaian

No	Produsen Pakaian	Frekuensi	%
1.	Diproduksi masyarakat	2	2
2.	Diproduksi perusahaan besar	60	60
3.	Dua-dua sama baiknya	30	30
4.	Tidak menjawab	8	8
		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa 60% konsumen lebih memilih pakaian dan jilbab yang diproduksi oleh perusahaan besar. Ini disebabkan konsumen lebih percaya pada brand besar, kualitas dari pakaian yang diproduksi perusahaan besar, dan belum populernya pakaian dan jilbab yang diproduksi secara masal oleh industry masyarakat.

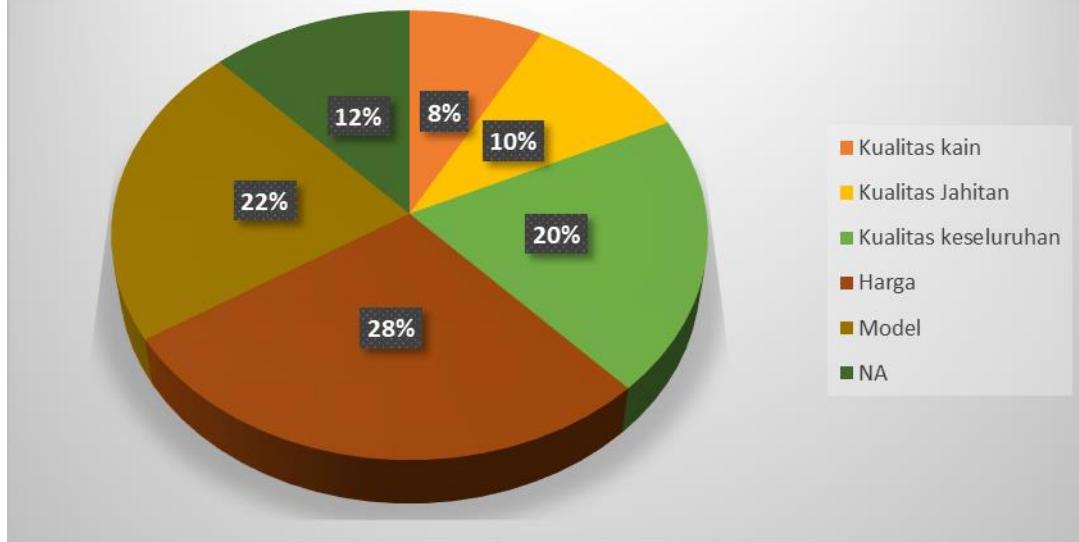
Ini diperkuat hanya 2% konsumen yang memilih pakaian dan jilbab yang diproduksi oleh buatan masyarakat. Namun demikian ada 30% konsumen yang menyatakan kedua produksi baik perusahaan besar atau produksi masyarakat sama baiknya, sehingga sama-sama disukai. Ada 8% konsumen yang tidak merespon preferensi mereka pada asal produksi pakaian dan atau jilbab. Dengan analisis generalisasi maka ada $2 + 30 : 2 = 17\%$ konsumen yang memilih produksi masyarakat. Dengan demikian dari seluruh penduduk Belawan II yang berusia 16 – 79 tahun yakni sejumlah 23.180 jiwa, ada **3.940** konsumen yang menjadi konsumen potensial dari produksi pakaian dan jilbab di home industry. Diketahui pula sebagian besar konsumen membeli pakaian rumah untuk keperluan keluarga. Dari proses wawancara lapangan diketahui harga pakaian rumah yang dijual di pasar tradisional pada rerata Rp 75.000 per potong, sementara jilbab dengan harga rerata Rp 20.00,- perpotong.

Adapun konsumsi pakaian konsumen pertahunnya diketahui bahwa 16% konsumen membeli 1 potong pakaian per tahun, 30% membeli 2 potong pakaian pertahun, 10% membeli 3 potong pakaian pertahun dan 44% membeli lebih dari 3 buah yang disimpulkan 4 pasang pertahunnya. Maka bila dianalisa rerata konsumsi pakaian pertahun adalah $282 : 100 = 2,82$ atau dengan pembulatan 3. Dengan demikian **konsumsi rata-rata konsumen akan pakaian pertahun adalah 3 potong pakaian**.

Menariknya di kelurahan Belawan II belum ada produksi masal pakaian atau jilbab yang diproduksi oleh penjahit lokal. Bilapun ada para penjahit dengan industry rumah tangga dilakukan sendiri atau memiliki pekerja 1-4 orang, dimana mereka memproduksi pakaian tempahan dan pakaian jadi. Pakaian jadi yang dapat diproduksi hanya 1-2 buah perharinya per pekerja dengan harga masih di atas 100 ribu rupiah. Dengan demikian pula market share untuk usaha konveksi pakaian jadi belum ada, maka perhitungannya adalah **$3940 / 3940 = 1$**

Masyarakat sebagai konsumen pakaian jadi juga memiliki masukan terkait produksi pakaian. Masukan ini khususnya pada produsen pakaian jadi dari industry rumah tangga. Adapun masukan tersebut dapat dilihat pada diagram di bawah ini.

Diag.16. Masukan Pada Pakaian Jadi



Sumber: Hasil Penelitian 2018

Dari data diagram dapat dilihat bahwa 28% konsumen memberikan masukan pada harga pakaian jadi agar tidak terlalu tinggi. Masukan ini tentu sesuai dengan pendapatan masyarakat kelurahan Belawan II yang sebagian besar pada tingkatan rendah dan sebagian kecil pada level menengah. Masukan terbanyak kedua adalah pada model pakaian (22%) yang disarankan terus diupdate sehingga tidak tertinggal dengan mode kekinian. Masukan yang juga mencapai 20% adalah terkait pada kualitas secara keseluruhan. Sebagian kecil konsumen memberikan masukan pada kualitas jahitan dan kualitas kain yang dipergunakan.

3.4.1. Potensi Market Produksi Pakaian

Dari data yang didapat maka dapat dilihat potensi omset bisnis maksimal (PM) pertahun dari memproduksi dan menjual pakaian jadi dianalisa dengan rumus

$$MP = N \times MS \times P \times Q$$

MP = Market Potency

N = Pelanggan potensial

MS = Market Share

P = Rata-rata harga produk

Q = Nilai produk terjual (perhari)

Diketahui:

$$\begin{aligned}
N &= 3940 \\
MS &= 3940/3940 \\
&= 1 \\
P &= 75000 \\
Q &= 3 \\
MP &= 3940 \times 1 \times 75000 \times 3 \\
&= 886500000
\end{aligned}$$

Maka sebenarnya potensi omset bisnis maksimal usaha produksi penjualan pakaian jadi mencapai **Rp 886.500.000,- per tahun.**

3.5. Barang Daur Ulang, Bank Sampah dan Potensial Market

3.5.1. Barang Daur Ulang

Bahan daur ulang sebenarnya berasal dari bank sampah Berkah yang telah dikelola oleh kelompok bank sampah di bawah supervisi Gugah Nurani Indonesia. Maka Sebenarnya bank sampah ini memiliki dua unit usaha yakni pengelolaan dan penerimaan sampah dari masyarakat dan anggota bank sampah, serta daur ulang sampah menjadi produk rumah tangga untuk dijual kembali. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti mendeskripsikan kecenderungan market pada hasil daur ulang bank sampah, dan penerimaan sampah dari masyarakat.

Dari 100 orang responden, ada 4 % yang menyatakan suka pada produk daur ulang, sementara 96% lainnya menyatakan tidak suka. Angka preferensi market pada barang-barang daur ulang ini tentu sangat kecil dan tersegmentasi. Namun bila digeneralisasi pada penduduk Belawan II berusia 16 – 79 tahun yakni sejumlah 23.180 jiwa, maka ada 927 orang potensi Market barang daur ulang di Belawan II.

Angka preferensi barang daur ulang ini, ternyata juga bertambah mengecil pada fakta frekuensi pembelian barang daur ulang pada tiga bulan terakhir. Ditemukan bahwa hanya 2% potensi market yang pernah membeli barang daur ulang pada tiga bulan terakhir, sementara 98% menyatakan tidak membeli. Selama 3 bulan, 2% pembeli tersebut membeli barang daur ulang sebanyak 2 kali, dengan jumlah rupiah pembelian di atas Rp 50.000,-. Situasi ini tentu menyimpulkan bahwa masyarakat tidak begitu antusias pada barang-barang kebutuhan yang berasal dari bahan daur ulang. Ketidakpercayaan pada kualitas barang daur ulang, tampilan produksi, ketahanan

produksi serta lebih percaya pada barang-barang yang berasal dari produksi pabrikan merupakan alasan konsumen tidak membeli bahan daur ulang.



Sumber: Hasil Penelitian 2018

Adapun harga barang daur ulang yang dijual oleh bank sampah GNI adalah

Tabel 40: harga barang daur ulang pada bank sampah GNI

No	Nama Barang Daur Ulang	Harga Satuan (Rupiah)
1.	Pot Bunga	25.000
2.	Bunga / tangkai	10.000
3.	Tas dari sachet	50.000
4.	Wadah tempat air minum	60.000
5.	Tas dari gelang aqua	60.000
6.	Dompet Gelang Aqua	60.000
7.	Gantungan charger HP	15.000

Sumber: Hasil penelitian 2018

Maka bila dihitung nilai rata-rata harga jual barang daur ulang adalah Rp 40.000,-

Walau tidak cukup antusian namun penghitungan omset bisnis maksimal selama 3 bulan untuk barang daur ulang adalah cukup menjanjikan seperti sebagai berikut

$$MP = N \times MS \times P \times Q$$

MP = Market Potency

N = Pelanggan potensial

MS = Market Share

P = Rata-rata harga produk

Q = Nilai produk terjual (perhari)

Diketahui:

N = 927

MS = 927/927

= 1

P = 40.000

Q = 2

MP = 927 x 1 x 40000 x 2

= 74,160.000

Dengan demikian maksimal omset bisnis untuk penjualan barang daur ulang adalah Rp 74.160.000 per tiga bulan atau Rp 24.720.000 setiap bulannya. Hal ini dengan asumsi ada 2% masyarakat Belawan II yang konsisten membeli barang daur ulang dengan pembelian 2 unit barang setiap per tiga bulan, dan keseluruhan kebutuhan masyarakat pada barang daur ulang dapat dipenuhi oleh bank sampah GNI. Tentu saja omset bisnis maksimal ini belum menghitung ongkos produksi dari bahan daur ulang tersebut. Omset bisnis ini masuk perhitungan brutto dari bisnis.

3.5.2. Bank Sampah Berkah

Sementara untuk bank sampah Berkah yang merupakan satu kesatuan dengan pengolahan sampah menjadi bahan daur ulang memiliki potensi market yang berbeda dengan barang daur ulang. Dalam satu minggu bank sampah GNI dapat mengumpulkan 500 kg perhari. Namun demikian belum seluruh masyarakat yang menyertorkan sampah pada bank sampah GNI. Dari 100 responden diketahui bahwa 15% responden pernah menyertorkan sampah terpisah pada bank sampah. Jumlah persentase ini tentu masih sedikit pada penduduk yang berpotensi mensertorkan sampah terpisah.

Pada dasarnya usaha pengumpulan sampah dan mendaur ulang merupakan usaha menjanjikan untuk kegiatan ekonomi masyarakat yang dapat meningkatkan pendapatan. Penelitian Sustainable Waste Indonesia menyebutkan dari 100% sampah yang diproduksi oleh masyarakat, 23 persennya merupakan sampah; kertas (9%) dan sampah plastic (14%), yang dapat didaur ulang. Kementerian lingkungan hidup menyatakan bahwa setiap orang perharinya memproduksi 0,5 – 0,8 kg sampah⁵. Dengan perhitungan batas bawah perhari masyarakat menghasilkan sampah yakni 0,5 kg, maka 30.440 jiwa penduduk kelurahan Belawan II berpotensi memproduksi 15.220 kg sampah, atau menghasilkan 3.500 kg (23% dari total sampah) sampah daur ulang perharinya. Bila diasumsikan sampah plastic 14% dari total sampah, maka sampah plastic yang dihasilkan perhari sejumlah 2.131 kg. Sementara jumlah sampah kertas perhari, 9% dari total sampah, adalah 1.369 kg.

Diketahui bahwa harga pembelian sampah daur ulang dari masyarakat ke bank sampah sangat bervariasi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 41. HARGA BELI DAN HARGA JUAL BARANG BEKAS DI BANK SAMPAH BERKAH

No	Nama Barang	Satuan	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Selisih (Rp)
Kertas					
1	Karton	Kg	1.200,-	1.600,-	400,-
2	HVS putih/photocopy	Kg	1.000,-	1.400,-	400,-
3	Duplex	Kg	300,-	600,-	300,-
4	Buku	Kg	600,-	800,-	200,-
5	Koran Bagus	Kg	600,-	1000,-	400,-
6	Sarang telur bagus	Kg	200,-	600,-	400,-
Plastik					
1	Aqua gelas kotor	Kg	1.600,-	4.000,-	1.400,-
2	Aqua gelas super	Kg	7.000,-	7.500,-	500,-
3	Aqua botol bersih	Kg	1.500,-	3.000,-	1.500,-
4	Aqua botol kotor	Kg	500,-	500,-	0,-
5	Botol plastic warna bersih	Kg	500,-	500,-	0,-
6	Botol plastic warna kotor	Kg	300,-	300,-	0,-
7	Ale-ale, monti dll	Kg	1.500,-	3.500,-	1.500,-

⁵ www.beritasatu.com/kesra/Produksi sampah capai 0,8 kg perorang perhari

8	Ember warna	Kg	2.500,-	3.500,-	500,-
9	Ember botol	Kg	3.000,-	5.000,-	2.000,-
10	Ember hitam	Kg	1.000,-	1.800,-	800,-
11	Empek	Kg	200,-	600,-	400,-
12	Paralon	Kg	1.300,-	1.300,-	0,-
13	Asoi kotor	Kg	300,-	300,-	0,-
14	Asoi bersih	Kg	1.000,-	2.000,-	1.000,-
15	Goni utuh 30 kg	Lembar	100,-	100,-	0,-
16	Goni utuh 50 kg	Iembar	300,-	300,-	0,-
17	CD Lempengan	Kg	2.000,-	2.000,-	0,-
18	Tutup galon	Kg	3.500,-	3.500,-	0,-
Logam/Besi					
1	Tembaga	Kg	45.000,-	45.000,-	0,-
2	Kuningan	Kg	30.000,-	30.000,-	0,-
3	Aluminium ACC	Kg	8.000,-	12.500,-	4.500,-
4	Aluminium Panci	Kg	10.000,-	10.000,-	0,-
5	Aluminium Periuk	Kg	8.500,-	8.500,-	0,-
6	Aluminium Setrika	Kg	4.000,-	4.00,-	0,-
7	Aluminium Mesin	Kg	10.000,-	10.000,-	0,-
8	Babet	Kg	5.000,-	5.000,-	0,-
9	Besi kabin, besi batang	Kg	1.500,-	2.300,-	1.300,-
10	Besi samsam	Kg	1.000,-	1.000,-	0,-
11	Besi Padu	Kg	3.000,-	3.000,-	0,-
12	Kaleng	Kg	500,-	1.000,-	500,-
13	Seng	Kg	200,-	200,-	0,-
Kaca					
1	Kaca Utuh		200,-	250,-	50,-
2	Kaca Pecah		100,-	100,-	0,-

Sumber: Data Bank Sampah Berkah, 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jenis sampah plastik dibeli pada harga pada kisaran Rp 100 s/d Rp 7.000,- baik perlembar maupun per kg dengan berbagai varian jenis plastik. Sementara untuk kertas bekas variasi harga beli adalah Rp 200,- s/d Rp 1.200,- per kilogram. Sampah yang dikumpulkan dari masyarakat ini oleh GNI dapat ditukarkan seharga sembako atau dengan uang tunai. Bank sampah GNI tidak menjual kembali sampah yang dikumpulkan dari masyarakat langsung kepada pabrik daur ulang kertas atau plastic. Bank sampah masih menjual sampah yang dikumpulkan pada

pengepul induk yang berada di Sicanang Belawan. Varian harga jual adalah Rp 600 – Rp 7.500 per kilogram untuk plastik dengan berbagai varian dan Rp 600 – Rp 1.600 untuk kertas bekas dengan berbagai varian. Maka bila diambil mean atau rata-rata harga jual tersebut adalah Rp 3.433,- untuk plastik per kg dan Rp 1.066,- per kg untuk kertas. Maka bila dihitung, omset bisnis maksimal dari kedua jenis sampah daur ulang tersebut perharinya adalah:

a. **Omset bisnis maksimal sampah plastik**

$$MP = MS \times P \times Q$$

MP = Market Potency

MS = Market Share

P = Rata-rata harga produk

Q = Nilai produk terjual (perhari)

Diketahui:

$$MS = 2131/2131$$

$$= 1$$

$$P = 3433$$

$$Q = 2131$$

$$MP = 7315723$$

Maka sebenarnya omset bisnis maksimal untuk sampah plastic perharinya adalah **Rp 7.315.723,-**

b. Omset bisnis maksimal sampah kertas daur ulang

$$MP = MS \times P \times Q$$

MP = Market Potency

P = Rata-rata harga produk

Q = Nilai produk terjual (perhari)

Diketahui:

$$MS = 1369/1369$$

$$= 1$$

$$P = 1066$$

$$Q = 1369$$

$$MP = 1456354$$

Maka sebenarnya omset bisnis maksimal untuk sampah kertas daur ulang perharinya adalah **Rp 1.456.354,-**. Maka bila dijumlahkan omset bisnis sampah plastik dan sampah kertas perharinya adalah **Rp 8.775.077,-**. Dengan keuntungan rerata dari seluruh item plastic yang memilih selisih nilai jual dengan nilai beli adalah Rp 1.066 per kg, dan keuntungan rerata per kilogram sampah kertas yang memiliki selisih nilai jual dan nilai beli adalah Rp 350 per kg, maka keuntungan perharinya diestimasi sebagai berikut:

$$\text{Plastik} = 2131 \times 1.066 = 2.271.646$$

$$\text{Kertas} = 1369 \times 350 = 479.150$$

Dengan demikian estimasi total keuntungan perhari bank sampah dari penjualan berbagai jenis plastik dan kertas adalah **Rp 2.750.796,-**

BAB V

POTENSI PARTNER KERJASAMA UNTUK MENDUKUNG USAHA EKONOMI KELOMPOK MASYARAKAT

Produk yang dihasilkan oleh masyarakat akan sangat efektif dan memperbesar pasar bila bekerjasama dengan usaha pemasaran produksi. Usaha roti, kerupuk, pakaian maupun *fried chicken* akan sangat terbantu bila ada pihak lain yang membantu tidak saja permodalan namun juga pemasaran dari produk mereka. Untuk itu peneliti mencoba menelusuri para pihak yang dapat membantu pemasaran maupun permodalan dari usaha ekonomi yang berpotensi menjadi usaha ekonomi kelompok di Kelurahan Belawan II.

1. Potensi Partner Kerjasama Pemasaran Produk

Dari proses asessement didapatkan 15 usaha yang potensi membantu dalam pemasaran produk ekonomi masyarakat. Adapun pelaku yang menjalankan usaha tersebut adalah 66,7% dijalankan perempuan dan 33,3% dijalankan oleh laki-laki. Adapun rentang usia dari pelaku usaha pemasaran produk potensi itu seperti tabel di bawah ini

Tabel 41. Usia Pelaku usaha potensi kerjasama pemasaran produk masyarakat

No	Usia Responden (tahun)	Frekuensi	%
1	19 – 24	3	20
2	25 – 30	2	13,3
3	31 – 36	2	13,3
4	37 – 42	4	26,7
5	43 – 48	1	6,7
6	49 – 54	0	0
7	55 – 60	2	13,3
8	61 – 66	1	6,7
	Total	15	100%

Sumber: hasil penelitian 2018

Umumnya usaha pemasaran produk potensi bisnis di kota Belawan, adalah usaha kecil dan menengah. Sementara usaha pemasaran yang tergolong ritel besar, sudah memiliki alur produsen sendiri yang digerakkan oleh owner dan franchise usaha. Sangat sulit kemudian untuk memasukkan produk yang diproduksi oleh masyarakat setempat. Dari lima belas usaha ritel yang diwawancara, dimana satu usaha dijalankan oleh umat budha dan 14 lainnya adalah usaha ritel muslim, merupakan usaha yang dijalankan secara mandiri.

Dari 15 unit usaha ritel, atau penjualan produk baik makanan, pakaian dan kebutuhan sehari-hari, tidak semua usaha yang bersedia untuk bekerjasama dalam pemasaran. Hanya 60% dari unit usaha yang bersedia bekerjasama sementara 40% lainnya menolak atau tidak bersedia bekerjasama dalam pemasaran produk potensi usaha ekonomi kelompok masyarakat.

Adapun unit usaha yang bersedia bekerjasama untuk pemasaran produk ekonomi masyarakat tersebut adalah:

- a. Bantuan pemasaran produk Roti dan Kerupuk Jeruju

Bantuan pemasaran produk roti dan kerupuk diberikan oleh:

- a.1. Toko Star yang beralamat di jalan Blitar. Namun bantuan tersebut sangat terbatas dimana hanya sanggup menerima 20 roti perharinya dan 1 ikat besar kerupuk jeruju (20 bungkus). Adapun sistem kerjasama yang ditawarkan adalah dengan cara penitipan barang, dimana harga jual pada pelanggan ditetapkan toko Star sementara produsen hanya menetapkan harga setiap unit barang bagi produsen. Persyaratan yang diberikan oleh pihak Toko Star adalah agar roti dan kerupuk memiliki kualitas rasa yang baik.
- a.2. Toko Taufik beralamat di jalan Selebes. Toko ini bersedia membeli roti perharinya satu kotak atau sejumlah 24 buah, dan juga kerupuk jeruju 24 bungkus. Sistem kerjasama yang ditawarkan adalah dengan pengambilan terlebih dahulu dan kemudian dibayarkan ketika barang telah habis terjual. Persyaratan pada roti dan kerupuk yang ditawarkan oleh pemilik toko adalah memiliki rasa dan kualitas yang baik.
- a.3. Toko Gerhana, beralamat di jalan Selebes. Toko ini bersedia untuk menerima roti sejumlah 20 buah perhari dan 10 bungkus kerupuk jeruju perharinya. Model kerjasama adalah penitipan kerupuk dan roti, dan

dihitung setelahnya berapa yang dibeli oleh konsumen. Catatan yang diberikan oleh pemilik toko agar harga kerupuk dan roti tidak mahal serta kualitas dan rasa standart seperti kerupuk dan roti lainnya.

- a.4. Usaha Ade, jalan Perta. Usaha ini bersedia dititipkan roti perharinya 10 buah dan 20 bungkus kerupuk. Sistem kerjasama yang ditawarkan adalah dengan penitipan, serta kemudian penghitungan barang yang habis terjual. Persyaratan pada roti dan kerupuk yang ditawarkan oleh pemilik toko adalah dapat ditukarkan bila kerupuk dan atau roti sudah lama.
- a.5. Usaha Ibu Marni jalan P.Perta. Usaha ini bersedia menerima roti, kerupuk, barang daur ulang dan pakaian/jilbab. Untuk produk roti, usaha Ibu Marni bersedia membeli 12 bungkus perhari, produk kerupuk 5 bungkus perhari. Sementara untuk produk daur ulang dapat menerima sejumlah 2 lusin. Sementara pakaian dapat membeli 1 lusin dan jilbab juga menerima 1 lusin perbulan. Sistem kerjasama yang ditawarkan adalah dengan membayar barang yang dibeli, namun barang yang tersisa atau sudah lama dapat ditukarkan kembali pada produsen
- a.6. Toko Manurung, Jl. Selebes. Adapun toko Manurung bersedia menerima roti dan kerupuk dengan jumlah 12 buah dan 12 bungkus perhari. Kerjasama yang dimungkinkan adalah dengan penitipan. Harapan pemilik toko juga barang diminati oleh pelanggan.

b. Bantuan pemasaran produk pakaian/jilbab

Usaha yang bersedia membantu pemasaran pakaian dan jilbab adalah

- b.1. Toko Aria Olshop beralamat di jalan Blitar. Toko ini baru bersedia mengambil produk pakaian atau jilbab sejumlah satu lusin dahulu dan melihat perkembangan penerimaan konsumen. Sistem penjualan yang disetujui adalah dengan pembayaran 50% dahulu dari harga barang, dan dibayarkan 50% lagi setelah barang terjual. Toko ini berharap bahwa pakaian atau jilbab yang diproduksi dan dipasarkan bersama memiliki kualitas yang bagus.
- b.2. Toko Lita Hijab beralamat di Jalan Serdang Belawan II. Toko ini bersedia menerima produk jilbab dewasa dan anak-anak dari produksi masyarakat. Jumlah produk yang dapat dipasarkan sejumlah 10 lusin per minggu.

Adapun sistem kerjasama yang ditawarkan adalah dengan sistem sales melalui down payment terlebih dahulu, dan dilakukan pelunasan setelah terjual seluruhnya. Adapun catatan yang diberikan oleh toko Lita adalah barang *rejected* atau rusak dapat dikembalikan pada produsen.

b.3. Usaha Ade berada di jalan P. Perta. Usaha ini selain bersedia menerima roti dan kerupuk juga bersedia menerima produk jilbab dewasa dan anak-anak dari produksi masyarakat. Jumlah produk yang dapat diterima baru 5-10 lembar per minggu. Adapun sistem kerjasama yang ditawarkan adalah dengan sistem sales melalui down payment terlebih dahulu, dan dilakukan pelunasan setelah terjual seluruhnya. Adapun catatan yang diberikan oleh toko Lita adalah barang *rejected* atau rusak dan sudah lama dapat dikembalikan pada produsen.

2. Potensi Partner Dalam Dukungan Pembinaan dan Permodalan

Lembaga pemerintahan yang sangat signifikan dalam membantu kelompok usaha ekonomi masyarakat Kelurahan Belawan II adalah

2.1. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Medan. Jumlah UKM yang selama ini menjadi binaan Dinas Koperasi dan UKMdi wilayah Kota Medan sampai 2018 ada sebanyak 3300 UKM.

- Nama Dinas : Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Medan
- Bidang Terkait : Bidang Usaha Kecil Menengah
- Kerjasama yang dilakukan :
 - Bantuan: * Bantuan peralatan yang dibutuhkan oleh UKM dan bantuan pengurusan sertifikat halal
 - * Besaran bantuan maksimal Rp 15.000.000,- per UKM
 - Pelatihan: * Pelatihan tataboga
 - * Pelatihan kewirausahaan
 - * Pelatihan akutansi
 - * Pelatihan membatik
- Syarat dan tahapan untuk mendapatkan bantuan dan pembinaan dari Dinas Koperasi dan UKM:
 1. Mendaftar menjadi UKM binaan dinas koperasi dan UKM dengan cara

- 1.1. Pengajuan proposal yang disetujui/diketahui oleh lurah setempat
- 1.2. Izin yang dikeluarkan dari kecamatan
- 1.3. KTP pemilik/pengurus UKM
- 1.4. Pas Photo
- 1.5. NPWP (bila ada)
- 1.6. Mengisi data base (formulir dari yang disediakan dari dinas Instansi Dinas Koperasi UKM Kota Medan Bidang UKM)
2. Diikutsertakan dalam kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.
3. Mengajukan proposal untuk mendapatkan bantuan Dinas Koperasi UKM Kota Medan

Adapun alur proses pengajuan bantuan pada Dinas koperasi adalah

1. Mendaftar menjadi UKM binaan
2. Menjadi anggota UKM binaan
3. Mengajukan proposal bantuan
4. Disurati melalui kesediaan untuk disurvey
5. Di Survey kelapangan oleh petugas dinas koperasi dan UKM
6. Proposal di seleksi lagi dengan kriteria yang telah ditetapkan dan berdasarkan survey lapangan
7. Proposal diterima dan dilakukan penyerahan bantuan dengan menandatangi berita acara penyerahan dan penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU).
8. Catatan: Bantuan yang diberikan dalam bentuk barang tidak dapat diperjualbelikan dan bila rusak wajib pihak penerima UKM memperbaiki

Berdasarkan penuturan kepala bidang UKM dinas koperasi dan UKM kota Medan, persoalan UKM terkait kerjasama dengan dinas koperasi adalah banyak UKM yang malas mengurus menjadi binaan/dampingan Dinas Koperasi UKM Kota Medan. Adapun alasan yang paling sering muncul adalah:

- a. Malas meluangkan waktu/susah meluangkan waktu untuk mengurus persyaratan menjadi dampingan /binaan,

- b. habis ongkos atau banyak biaya akomodasi atau transportasi yang keluar untuk pengurusan,
- c. waktu pengurusan yang lama dan
- d. merasa tidak ada manfaat untuk menjadi binaan atau dampingan Dinas Koperasi UKM Kota Medan

2.2. Bank Rakyat Indonesia (Bank BRI)

Bank BRI termasuk salah satu bank yang memungkinkan untuk membangun kerjasama bantuan bagi pedagang atau sector UKM mikro. Menurut staff BRI minimum ada tiga bentuk bantuan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang dua diantaranya cocok untuk bantuan kredit bagi pelaku usaha kecil menengah seperti usaha ekonomi yang berpotensi menjadi usaha ekonomi kelompok di kelurahan belawan II. Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah program dari pemerintah berupa pinjaman modal usaha yang dananya 100% dari bank BRI untuk pelaku usaha yang produktif dan layak dibantu namun belum *bankable* dengan plafon sampai dengan Rp. 500.000.000; (lima ratus juta rupiah) yang dijamin oleh Perusahaan Penjamin. Bunga kredit KUR adalah 7% pertahun.⁶ Adapun bentuk bantuan kredit yang cocok bagi UKM tersebut adalah

2.2.1. KUR Mikro,

KUR mikro adalah kredit yang diberikan untuk modal Kerja dan atau Investasi dengan batas kredit sampai dengan Rp 25 juta per debitur. Adapun persyaratan menjadi calon debitur KUR mikro adalah

- Individu (perorangan) yang melakukan usaha produktif dan layak
- Telah melakukan usaha secara aktif minimal 6 bulan
- Tidak sedang menerima kredit dari perbankan kecuali kredit konsumtif seperti KPR, KKB, dan, Kartu Kredit
- Memenuhi persyaratan administrasi : Identitas berupa KTP, Kartu Keluarga (KK), dan surat ijin usaha

Sementara persyaratan kreditnya adalah

- Besar kredit maksimal sebesar Rp 25 juta per debitur
- Jangka waktu kredit berdasarkan Jenis kredit :

⁶ _____ lihat dalam website PT. Bank Rakyat Indonesia khusus dalam tata cara peminjaman Kredit Usaha Rakyat: <https://bri.co.id/kur>

- a. Kredit Modal Kerja (KMK) jangka waktu maksimal 3 (tiga) tahun
- b. Kredit Investasi (KI) jangka waktu maksimal 5 (lima) tahun
- Suku bunga 7% efektif per tahun atau setara 0.41% flat per bulan
- Tidak dipungut biaya provisi dan administrasi

2.2.2. KUR Ritel

KUR ritel bank BRI adalah kredit modal kerja dan atau investasi kepada debitur yang memiliki usaha produktif dan layak dengan batas lebih dari Rp 25 juta sampai dengan Rp 500 juta per debitur. Adapun persyaratan menjadi calon debitur KUR ritel adalah

- Mempunyai usaha produktif dan layak
- Tidak sedang menerima kredit dari perbankan kecuali kredit konsumtif seperti KPR, KKB, dan, Kartu Kredit
- Telah melakukan usaha secara aktif minimal 6 bulan
- Memiliki Surat Ijin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) atau surat ijin usaha lainnya yang dapat dipersamakan

Sementara persyaratan kreditnya adalah

- Besar kredit > Rp 25 juta - Rp 500 juta
- Jangka waktu kredit berdasarkan Jenis kredit:
 - a. Kredit Modal Kerja (KMK) jangka waktu maksimal 4 (empat) tahun
 - b. Kredit Investasi (KI) jangka waktu maksimal 5 (lima) tahun
- Suku bunga 7% efektif per tahun
- Tidak dipungut biaya provisi dan administrasi
- Agunan sesuai ketentuan bank

Maka dilihat dari dua skema kredit pada bank BRI dengan KUR tersebut, yang paling memudahkan adalah skema kredit yang pertama yakni skema KUR Mikro. Skema ini lebih memudahkan bagi para pelaku usaha, yakni tidak memerlukan agunan untuk kredit. Dengan pinjaman maksimal Rp 25 juta, maka dipandang cukup bagi inisiatif membuka usaha kelompok baru bagi masyarakat kelurahan Belawan II.

BAB ENAM

ANALISA POTENSI USAHA EKONOMI KELOMPOK MASYARAKAT KELURAHAN BELAWAN II

Bab ini akan melakukan analisa Kekuatan – Kelemahan – Peluang – Ancaman (SWOT) dari usaha-usaha ekonomi yang sudah atau diproyeksikan berjalan dan berpotensi menjadi usaha ekonomi kelompok masyarakat di kelurahan Belawan II.

1. Usaha Ayam Goreng “Friend Chicken”

Usaha ayam goreng dianalisa menjadi usaha potensial dengan pertimbangan analisa

1.1. Kekuatan: Adapun modalitas yang telah dimiliki oleh usaha “friend chicken” adalah

- Anggota Kelompok tidak banyak, hanya 5 orang dengan praktik kerja pergerobak sebanyak dua orang. Kelompok menjadi solid, tidak terpecah
- Usaha tidak memiliki ijin usaha, sehingga sewaktu-waktu dapat digusur. Ijin usaha hanya dari masyarakat setempat.
- Memiliki racikan bumbu masakan sendiri yang menjadi kekhasan usaha
- Dengan usaha yang belum mencapai omset bisnis maksimal telah mendatangkan pendapatan Rp 100.000,- s/d Rp 500.000,- atau dengan rata-rata Rp 300.000,- bersih perharinya pergerobak.
- Memiliki pelanggan yang dianalisa rata-rata perharinya mencapai 100 orang perhari.
- Omset bisnis maksimal perhari mencapai Rp 11.746.320,- per pekannya

1.2. Kelemahan: Ada beberapa hal yang menjadi kelemahan untuk memperluas usaha fried chicken

- Sistem ikatan anggota adalah ikatan sharing bumbu fried chicken, namun bukan ikatan permodalan atau bantuan lain.
- Kelompok belum terorganisir dengan baik dan masih komunitas informal.
- Belum ada bantuan permodalan untuk pengembangan usaha menjadi usaha kelompok lebih besar

1.3. Peluang:

- Usaha fried chicken yang ada saat ini baru pergerobak baru dapat menjangkau 100 jiwa pelanggan dari 5.758 potensial pelanggan yang berada di Kelurahan Belawan II.
- Pola konsumsi masyarakat menengah ke bawah di Belawan II, walau lebih suka makan ayam dari usaha besar, namun dalam realitas dan keterjangkauan lebih membeli friend chicken gerobak pinggir jalan.
- Dinas UMKM dapat memberikan bantuan bila usaha friend chicken berupa koperasi yang sudah menjadi binaan dan mengajukan proposal bantuan permodalan atau pelatihan
- KUR BRI juga dapat membantu dalam permodalan dengan maksimal bantuan 25 juta rupiah.

1.4. Ancaman:

- Market share dari fried chicken gerobak sudah ada 6 usaha, sementara bila orientasi marketnya hanya masyarakat Belawan II cenderung tetap, tidak meningkat.
- Pertumbuhan usaha fried chicken dari pelaku ekonomi yang berbeda di lokasi yang sama
- Usaha *fried chicken* bermodal besar, yang sebenarnya menjadi preferensi utama konsumen menjadi tantangan utama *fried chicken* gerobakan menjadi usaha besar.
- Penggusuran yang dilakukan pihak pemerintahan pada usaha tidak berijin di pinggir jalan.

1.5. Rekomendasi:

Usaha ekonomi *fried chicken* positif dapat dikembangkan menjadi usaha **ekonomi kelompok** masyarakat di Belawan II dengan catatan:

- Permodalan dari anggota kelompok masing-masing, berbagi modal dalam racikan bumbu *fried chicken*, dan saus.
- Penting pembinaan kelompok untuk membangun sistem dan mekanisme keanggotaan harus cukup jelas.
- Permodalan dapat berasal dari KUR mikro BRI bila memiliki ijin usaha.

- Konsentrasi pada market di Belawan II dengan memperhatikan jarak teritori usaha baru kemudian ekspansi juga keluar wilayah kelurahan Belawan II mengingat potensial pelanggan di Belawan II juga terbatas.

2. Bank Sampah

Usaha bank sampah dianalisa menjadi usaha potensial dengan pertimbangan analisa

2.1. Kekuatan: Adapun modalitas yang telah dimiliki oleh usaha bank sampah adalah

- Sudah ada anggota yang aktif dalam mengumpulkan dan mendistribusi sampah daur ulang ke bank sampah
- Sudah ada pengurus yang terstruktur dan sebagian aktif menjalankan keorganisasian bank sampah
- Sudah ada inisiatif penukaran hasil penjualan sampah daur ulang ke dalam bentuk sembilan bahan pokok. Warung Sembilan bahan pokok tersebut juga dijalankan oleh bank sampah
- Walau belum mencapai omset maksimal sudah memiliki pendapatan bersih Rp 100.000,- perhari.
- Dapat mengumpulkan sampah daur ulang sampai mencapai 500 kg perhari.

2.2. Kelemahan:

- Pengurus bank sampah tidak semua aktif menjalankan tata kelola keorganisasian bank sampah termasuk memperluas keanggotaan dan sosialisasi bank sampah pada seluruh lingkungan di Kelurahan Belawan II.
- Organisasi bank sampah belum terregistrasi sehingga tidak dapat dibina oleh dinas koperasi dan UMKM kota Medan.
- Anggota bank sampah tidak semua aktif mendistribusi sampah daur ulang sehingga rerata pendistribusi sampah perhari hanya 30 orang.
- Sampah daur ulang belum dapat diolah menjadi barang daur ulang yang bersaing di pasar terbuka
- Lahan untuk penampungan sampah daur ulang yang diterima sangat kecil, sehingga sampah yang terkumpul langsung didistribusi pada pengepul besar,

dan pengumpulan sampah dari masyarakat dilakukan secara periodic, tidak buka setiap hari.

- Sampah daur ulang yang dijual ke pengepul besar belum terpacking dengan baik sehingga kuantitas barang yang di bawa oleh alat transportasi tidak dapat dibawa secara maksimal. Misalnya kalau sampah plastic yang sudah dipress dan dibawah oleh truk colt diesel, dapat memuat sampai 2 – 3 ton, sementara bila tidak dipress sampai plastic, misalnya bekas botol minuman, hanya dapat diangkut maksimal 800 kg.
- Koneksi antar hasil penjualan sampah dengan keuntungan lain seperti sembako atau pelayanan kesehatan belum terintegrasi dengan baik

2.3. Peluang:

- Peluang distributor sampah daur ulang pada bank sampah di Belawan II sangat besar yakni mencapai 928.274 jiwa
- Jumlah sampah daur ulang yang dihasilkan oleh penduduk Belawan II sangat banyak, dapat mencapai 4.551 kg sampah kertas dan sampah plastic perharinya
- Pengepul besar di Sicanang bersedia menerima berapa pun sampah daur ulang yang dikirimkan oleh Bank sampah GNI
- Belum ada pengepul lain di wilayah Belawan II, jadi tidak ada market sharing
- Usaha bank sampah merupakan usaha *social entrepreneurship*, usaha yang mendatangkan kemanfaatan ekonomi namun juga sekaligus membangun social kemasyarakatan, memberdayakan masyarakat dan lingkungan yang berkelanjutan. Usaha seperti ini banyak diapresiasi masyarakat dan pemerintah, sehingga bila dikelola dengan strategi yang benar akan banyak membuka peluang kerjasama.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan bersedia membina dan membantu permodalan bila bank sampah menjadi koperasi dan menjadi binaan dinas koperasi
- KUR Mikro BRI dapat membantu permodalan kurang dari 25 juta bila bank sampah memiliki ijin usaha

2.4. Ancaman

- Pemerintahan kelurahan tidak begitu peduli pada bank sampah sehingga tidak ada insentif yang diberikan
- Masyarakat tidak begitu tahu dan paham pentingnya bank sampah dalam peningkatan pendapatan ekonomi
- Usaha bank sampah GNI belum dilihat oleh perusahaan swasta atau BUMD/BUMN sebagai usaha yang dapat dibangun kerjasama.

2.5. Rekomendasi

Usaha ekonomi Bank sampah **positif dapat dikembangkan menjadi usaha ekonomi kelompok** masyarakat di Belawan II dengan rekomendasi:

- Memperkuat struktur organisasi pengurus bank sampah untuk dapat memahami fungsi dalam mengaktifasi bank sampah. Mengingat jumlah lingkungan di Kelurahan Belawan II terdiri dari 44 lingkungan, maka sebaiknya pengurus dari bank sampah dapat merepresentasikan dari keterwakilan wilayah dan keberagaman etnisitas dengan tetap menjadikan keaktifan individu sebagai persyaratan. Untuk itu perlu melakukan up grading potensial maupun pengurus bank sampah yang ada dalam melakukan tata kelola bank sampah dan pengorganisasian masyarakat.
- Meningkatkan penerimaan kuantitas sampah perhari dari nasabah atau non nasabah. Untuk itu perlu peningkatan sosialisasi benefit kebersihan lingkungan dan benefit peningkatan pendapatan serta layanan lain yang diterima masyarakat dari penyetoran sampah daur ulang.
- Dengan lahan yang sangat kecil utk penampungan sampah, maka sistem penerimaan sampah yang dilakukan tidak setiap hari (seminggu sekali) dapat dimengerti. Namun sistem ini akan sangat potensial membuat intensitas pengumpulan sampah daur ulang dari masyarakat akan menurun. Pengelola penting merencanakan sistem packing sampah yang diterima lebih efisien dalam pemanfaatan tempat, diantaranya dengan cara di *pressed*. Alternatif cara yang lain adalah dengan meningkatkan frekuensi untuk pengiriman sampah pada pengepul setiap hari.

- Dilihat dari kuantitas penerimaan sampah daur ulang dari nasabah, kesiapan tempat penampungan, kesiapan sumber daya manusia dalam tata kelola bank sampah dan peralatan pengolahan sampah, maka bank sampah GNI belum dapat menjadi bank sampah utama yang mendistribusikan sampah daur ulang ke pabrik daur ulang.
- Untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi sampah daur ulang, maka sampah perlu di daur ulang menjadi barang kebutuhan manusia. Daur ulang tersebut harus memenuhi standart kualitas barang yang dibutuhkan masyarakat.
- Mengintegrasikan reward / bayaran penjualan sampah anggota dan atau masyarakat umum kepada bank sampah dengan pelayanan kebutuhan utama masyarakat. i.e kebutuhan bahan pokok dan atau pelayanan kesehatan. Reward dapat disimpan oleh nasabah bank sampah dalam bentuk tabungan.
- Pengurus bank sampah perlu melakukan advokasi dan lobby pada pihak kelurahan, dan kecamatan agar mendapat insentif kebijakan atau bantuan pembinaan dan populerisasi bank sampah di wilayah Belawan II dan atau kota Belawan
- Meregistrasi bank sampah menjadi satu organisasi yang diakui Negara, dapat berbentuk koperasi. Dengan demikian bank sampah dapat menjadi binaan dan bantuan dari Dinas Koperasi dan UMKM kota Medan dan atau mendapatkan KUR Mikro bank BRI. Dengan bantuan tambahan permodalan maka bank sampah dapat membeli mesin pressed packing atau mesin pencacah sampah, sehingga produksi sampah daur ulang dari bank sampah di belawan II bertambah meningkat. Demikian pula, dengan menjadi binaan dinas koperasi maka pengurus bank sampah dapat berlatih bagaimana mengelola bank sampah menjadi lebih professional.

3. Barang Daur Ulang

Sampah daur ulang direkomendasi untuk diolah menjadi bahan daur ulang agar meningkatkan nilai tambah ekonomi dari sampah tersebut. Setelah dilakukan analisa pasar dan usaha daur ulang, maka dapat dilihat analisa SWOT dari usaha produksi dan penjualan barang daur ulang.

3.1. Kekuatan

- Sebagian anggota bank sampah sudah dilatih dan dapat memproduksi sampah daur ulang menjadi barang kebutuhan rumah tangga seperti tas, tas tempat botol minuman, bunga dan dompet.
- Barang kebutuhan rumah tangga dari sampah daur ulang telah dijual di toko yang dibuka sendiri oleh bank sampah
- Barang kebutuhan rumah tangga dari sampah daur ulang telah tersosialisasi dan terjual pada bazar-bazar beberapa event/kegiatan yang diikuti
- Bahan dasar daur ulang selalu tersedia di bank sampah

3.2. Kelemahan

- Kualitas barang kebutuhan yang diproduksi dari sampah daur ulang belum memenuhi ekspektasi
- Belum ada permodalan besar untuk membantu pengembangan usaha
- Barang daur ulang hanya dapat terjual 2 unit dalam periode 3 bulan dari 927 jiwa potensi market.
- Tidak ada pemasaran barang hasil produksi dari sampah daur ulang secara sistematis dan menjangkau public market
- Pengolahan barang daur ulang dan pemasarannya tidak menjadi prioritas bank sampah GNI.
- Belum ada kerjasama dengan pihak lain atau perusahaan dalam pemasaran produk daur ulang

3.3. Peluang

- Belum ada produksi dan market share barang daur ulang disekitar Kecamatan Belawan
- Potensial market maksimal adalah 927 jiwa dengan potensi bisnis maksimal adalah Rp 74.160.000 per tiga bulan
- Hasil produksi yang trend dikalangan masyarakat pecinta lingkungan dan atau peduli lingkungan. Artinya produk daur ulang memiliki segment pasar sendiri.
- Tidak ada insentif atau bantuan dari pemerintah, baik permodalan pembinaan maupun bantuan promosi barang dari sampah daur ulang.

3.4. Ancaman

- Segmen pasar produksi lebih terbatas dari produksi barang massal lainnya
- Masyarakat tidak tertarik pada hasil produksi barang daur ulang karena persepsi ketidakpercayaan pada tampilan dan kualitas. Tidak ada insentif atau bantuan dari pemerintah, baik permodalan pembinaan maupun bantuan promosi barang dari sampah daur uang.

3.5. Rekomendasi

Usaha ekonomi produksi barang kebutuhan dari sampah daur ulang dipandang **negative dapat dikembangkan menjadi usaha ekonomi kelompok** masyarakat di Belawan II, bila situasi pasar, dukungan pemerintah dan masyarakat, dan sumber daya manusia masih seperti saat penelitian ini dilakukan. Namun demikian usaha ekonomi ini dapat dikembangkan menjadi usaha kelompok bila:

- Produksi barang daur ulang dinaikkan kualitas dan tampilannya. Untuk itu perlu pelatihan dan pendampingan produksi barang daur ulang yang terus menerus bagi anggota kelompok pengolahan barang daur ulang
- Dibangun sistem kelompok daur ulang yang kuat, apakah terintegrasi pada bank sampah GNI, atau berdiri sendiri. Sistem yang dibangun meliputi dan tidak terbatas pada keanggotaan, reward atau pembagian keuntungan, sistem produksi dan pemasaran.
- Dibangun sistem dan promosi pemasaran produk yang sungguh-sungguh baik sistem offline and online. Kerjasama dengan pemerintah dan retail produk pada lingkup Medan dan Sumatera Utara penting sekali dibangun

4. Produk Pakaian

Produk pakaian jadi dan jilbab dianalisa potensi awal dapat menjadi usaha kelompok menjahit masyarakat Kelurahan Belawan II. Analisa SWOT dan rekomendasinya adalah:

4.1. Kekuatan

- Ada keinginan anggota masyarakat untuk memiliki usaha menjahit pakaian

- Sudah ada usaha menjahit pakaian yang dikelola oleh individu. Namun hasil produk masih produk tempahan, dengan penghasilan Rp 100.000 – Rp 500.000 perhari.

4.2. Kelemahan

- Belum ada kelompok menjahit, merupakan usulan pembentukan kelompok baru
- Belum ada permodalan untuk membantu membuka usaha kelompok
- Belum ada calon anggota kelompok yang terlatih dalam produksi, maupun pemasaran pakaian jadi
- Belum teridentifikasi secara mendalam masyarakat Belawan II yang ingin menjadi anggota kelompok dan memiliki kemampuan menjahit pakaian jadi

4.3. Peluang

- Omset bisnis maksimal dari usaha pakaian jadi dan jilbab dapat mencapai Rp 886.500.000,- per tahun dengan market share 1, artinya tidak ada usaha lain yang berproduksi dan mencari pasar di Belawan II, dengan jumlah potensi pelanggan 3.940 jiwa.
- Belum ada produksi pakaian jadi dan jilbab di sekitar Belawan II
- Ada 20% usaha ritel masyarakat yang bersedia memasarkan hasil produksi pakaian jadi dan jilbab di sekitar Kecamatan Belawan

4.4. Ancaman

- Produksi pakaian dan jilbab kalah bersaing dengan produksi pabrikan
- Produksi pakaian jadi tidak disambut dokumen sehingga dapat terhenti
- Anggota masyarakat tidak banyak yang tertarik menjadi anggota kelompok usaha menjahit
- Tidak ada bantuan modal atau pembinaan untuk kelompok menjahit

4.5. Rekomendasi

Usaha Ekonomi produksi pakaian jadi dan jilbab untuk menjadi usaha ekonomi kelompok masyarakat harus memulai dari awal baik dalam pemberdayaan anggota masyarakat menjadi kelompok maupun dalam merencanakan dan melaksanakan usaha ekonomi ini. Usaha ini dapat menjadi usaha ekonomi kelompok bila

1. Dibangun kelompok usaha dan dibina dalam pengelolaan dan pembuatan pakaian dan jilbab yang dapat bersaing dengan kualitas pabrikan secara terus menerus
2. Kelompok didorong dibina oleh dinas koperasi dan UMKM atau perusahaan yang memiliki program tanggungjawab social perusahaan.
3. Dibantu dalam pemasaran dan perlindungan hasil produksi
4. Usaha kelompok di dorong untuk menjadi usaha asuh dari produksi pakaian atau jilbab pabrikan

5. Usaha Produksi dan Penjualan Roti

Usaha penjualan kue basah dan roti ini dianalisa tidak akan berkembang bila hanya menerima penitipan kue saja. Usaha ini dapat berkembang bila menjadi usaha produksi dan penjualan roti. Adapun analisa SWOT nya:

5.1. Kekuatan

- Ada anggota masyarakat yang sudah memiliki keahlian dalam produksi roti tawar, roti manis dan sejenisnya
- Ada masyarakat yang ingin menjadi kelompok usaha roti
- Modal bahan pembuatan roti kurang dari Rp 1.000.000,-

5.2. Kelemahan

- Usaha roti sempat terhenti karena pasar roti semakin sedikit kalah dari roti pabrikan besar
- Usaha kelompok belum terbentuk baik produksi maupun tata kelolanya
- Yang memiliki keahlian dalam pembuatan roti hanya satu keluarga
- Karena kelompok belum punya keahlian maka produk dapat berkualitas jelek

5.3. Peluang

- Potensi omset bisnis maksimal usaha produksi dan penjualan roti sejenis roti manis, roti kelapa dan roti isi mencapai Rp **2.692.800,- per harinya.**
- Potensial pelanggan di Belawan II sejumlah 4.080 jiwa
- Potensi pelanggan dapat diperluas di Kecamatan Belawan

- Masyarakat kelas bawah lebih cenderung membeli roti manis dan sejenisnya dari penjualan gerobakan jalanan yang menjual produk roti UKM
- Bahan baku roti selalu tersedia di pasar
- 40% usaha ritel mau membantu pemasaran produk roti walau dalam jumlah terbatas.

5.4. Ancaman

- Produk roti UKM harus bersaing dengan produk roti pabrikan sementara proteksi pada produk roti UMKM sangat kecil.

5.5. Rekomendasi

Untuk dapat menjadi usaha ekonomi kelompok masyarakat yang positif maka usaha produk dan penjualan roti manis, roti isi dan sejenisnya harus melakukan:

1. Pelatihan dan Pembinaan keahlian memproduksi roti bagi anggota masyarakat yang tertarik memulai usaha
2. Pelatihan dan pembinaan promosi dan pengelolaan pemasaran roti
3. Pembentukan dan pembinaan kelompok usaha roti termasuk namun tidak terbatas dalam pengelolaan organisasi dan tata kerja organisasi. Pembinaan kelompok ini termasuk juga bagaimana membangun kelompok, membangun kepercayaan antar anggota dan merumuskan pembagian kerja yang jelas antar anggota kelompok
4. Membentuk organisasi atau badan usaha kelompok produk roti
5. Menghubungkan dengan dinas koperasi dan UMKM untuk menjadi binaan dan perbankan guna bantuan permodalan
6. Menghubungkan pada pemerintah untuk mendapatkan insentif dan perlindungan usaha kelompok masyarakat

6. Makanan Kering Kerupuk Jeruju

Usaha kerupuk jeruju merupakan salah satu usaha yang direkomendasikan untuk dikembangkan menjadi usaha kelompok masyarakat pada saat Focus Group Discussion. Maka kemudian peneliti melakukan penelaahan mendalam terkait potensi usaha kerupuk jeruju menjadi usaha ekonomi masyarakat. Adapun seluruh data yang dikumpulkan dan dianalisa kemudian dianalisa kembali dengan analisa SWOT.

6.1. Kekuatan

- Usaha kerupuk jeruju termasuk juice buah mangrove dan dodol mangrove telah pernah diproduksi oleh kelompok tani perkotaan
- Usaha kerupuk jeruju dapat menghasilkan 100 bungkus perhari
- Ada anggota masyarakat di Belawan II yang memiliki ketrampilan dalam pengolahan kerupuk jeruju

6.2. Kelemahan

- Kelompok masyarakat tidak aktif karena terjadi perselisihan antar anggota kelompok terkait pembagian keuntungan penjualan
- Usaha produksi kerupuk terhenti karena modal dibagikan seluruhnya pada anggota
- Kelompok masih berbentuk komunitas tani kota , belum teregistrasi.
- Anggota masyarakat belum mengidentifikasi sumber bahan kerupuk jeruju di wilayah Belawan II, walau merupakan wilayah pesisir
- Jumlah konsumen untuk kerupuk jeruju ketika masih produksi hanya 30 orang perharinya

6.3. Peluang

- Omset bisnis maksimal yang dapat dikembangkan di Belawan II adalah mencapai Rp 4.676.00,- per harinya namun yang baru dapat dipenuhi omset bisnis hanya 701.400,- per harinya. Namun tentu saja ini dengan asumsi anggota masyarakat penyuka kerupuk jeruju membeli 2 bungkus kerupuk perharinya secara konsisten.
- Jumlah Pelanggan potensial kerupuk jeruju di Belawan II adalah 343 jiwa. Pelanggan ini belum mengidentifikasi pelanggan di luar kelurahan Belawan II
- 60% usaha ritel di Belawan II mau membantu pemasaran kerupuk jeruju dengan jumlah terbatas
- Dinas Koperasi dan UMKM bersedia membantu dengan mengikuti persyaratan binaan.
- Kredit Bank BRI juga terbuka bila memenuhi persyaratan
- Bahan baku kerupuk, yakni tanaman jeruju yang sudah diidentifikasi tersedia adalah di wilayah Kelurahan Sicanang

6.4. Ancaman

- Bahan baku tidak selalu tersedia sehingga kerupuk tidak berproduksi
- Jumlah pelanggan sangat terbatas 343 jiwa dari 23 ribu penduduk.
- Tidak ada perhatian dari pemerintah atau perbankan karena kelompok usaha ini tidak berkegiatan lagi

6.5. Rekomendasi

Usaha kerupuk jeruju **masih negative** untuk dikembangkan menjadi usaha kelompok ekonomi di Belawan II. Agar dapat dibangun kembali menjadi usaha ekonomi kelompok maka yang harus dilakukan adalah:

- Membina kembali kelompok usaha kerupuk jeruju secara intensif baik dalam pengelolaan organisasi dan tata kerja organisasi. Pembinaan kelompok ini terutama membangun kepercayaan antar anggota serta pengurus, merumuskan pembagian kerja yang jelas antar anggota kelompok dan membangun mekanisme pembagian keuntungan serta permodalan
- Pelatihan dan Pembinaan keahlian memproduksi kerupuk jeruju pada anggota kelompok
- Pelatihan dalam pemasaran produk serta tata kelola keuangan yang transparan
- Menghubungkan dengan dinas koperasi dan UMKM untuk menjadi binaan dan perbankan guna bantuan permodalan.
- Menghubungkan pada pemerintah untuk mendapatkan insentif dan perlindungan usaha kelompok masyarakat

BAB VII

PENUTUP

Berdasarkan hasil assessment berdasarkan data primer dan data sekunder serta analisa data yang dilakukan maka diketahui bahwa masyarakat Kelurahan Belawan II yang sebagian besar merupakan penduduk Muslim (81%) memiliki profesi mayoritas sebagai karyawan pabrik/swasta dan pedagang. Secara etnisitas penduduk kelurahan belawan II juga merupakan beretnis Jawa (25%).

Berdasarkan hasil assessment pada 100 responden yang menjalani usaha ekonomi di masyarakat diketahui bahwa sebagian besar masyarakat menjalani usaha produk dan penjualan makanan (45%). Diikuti oleh usaha penjualan bahan dasar pendukung produk makanan. Usaha ekonomi ini 96% dijalankan individual dan hanya 4% yang dijalankan secara berkelompok, baik kelompok kecil maupun kelompok besar. Usaha kelompok ini dijalankan oleh 2 – 5 orang dan satu kelompok mencapai lebih dari 15 orang, yakni usaha bank sampah. Adapun 4% usaha ekonomi yang dijalankan secara berkelompok itu adalah usaha bank sampah, usaha ayam goreng “fried chicken”, usaha penjualan kue basah dan roti serta usaha yang kelompoknya hidup dan kemudian tidak aktif, yakni usaha pembuatan dan penjualan kerupuk mangrove jeruju dan pembuatan sirup serta dodol mangrove.

Berdasarkan pengumpulan data primer kemudian dilakukan pengumpulan data primer kedua yakni FGD, maka kemudian ditemukan enam usaha kelompok dimana empat potensi usaha kelompok, satu usaha individu yang dapat dikembangkan menjadi usaha kelompok dan satu varian usaha kelompok yang sebenarnya terintegrasi dengan usaha kelompok lain. Kelima usaha kelompok itu adalah usaha bank sampah, dan usaha ayam goreng “fried chicken”. Usaha penjualan kue basah dan roti kemudian dianalisa lebih dikonsetrasikan pada usaha produk roti dan penjualannya, serta usaha pembuatan dan penjualan kerupuk mangrove jeruju dan pembuatan sirup serta dodol mangrove. Usaha ekonomi individu yang dapat dikembangkan menjadi usaha kelompok adalah usaha produksi pakaian jadi dan jilbab. Sementara usaha varian dari usaha bank sampah adalah usaha ekonomi produksi barang daur ulang.

Dari analisa potensi pasar didapatkan bahwa keenam potensi usaha ekonomi kelompok ini sebenarnya sangat menjanjikan dalam omset bisnis maksimal, namun sangat jauh dalam gap aplikasi yang sebenarnya. Dalam analisa potensi dalam perspektif ekonomi maupun sosiologis ada beberapa Rekomendasi yang hamper sama yang harus dibenahi bila potensi usaha tersebut ingin dikembangkan menjadi usaha ekonomi kelompok, yakni:

1. Pemberdayaan dalam tata kelola keanggotaan dan organisasi kelompok termasuk meregistrasi kelompok sehingga diakui secara legal. Ini berguna dalam membangun kerjasama dan bantuan kelompok dari jejaring maupun pihak pemerintah dan juga dunia usaha
2. Pelatihan dan pembinaan peningkatan kualitas produksi, karena umumnya masyarakat tidak pernah mendapat pelatihan yang sesuai dengan usaha yang dijalankan
3. Pelatihan dan membangun jejaring pemasaran yang lebih sistematis dan sustain untuk barang-barang hasil produksi
4. Melakukan advokasi para pemerintah daerah; kelurahan, kecamatan dan kota sehingga usaha masyarakat mendapatkan insentif dan perlindungan

Dengan memperhatikan rekomendasi dari assessment ini maka potensi usaha tersebut dapat lebih dikembangkan menjadi usaha ekonomi kelompok yang terus berkembang.

Assessment ini juga merekomendasikan agar dilakukan penelitian kelayakan bisnis lebih mendalam bagi setiap usaha yang akhirnya nanti dipilih menjadi usaha ekonomi kelompok masyarakat Belawan II.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Medan, 2018, *Kecamatan Medan Belawan Dalam Angka 2017*, CV. Rilis Grafika, Medan
- Freddy Rangkuti, 2012, *Studi Kelayakan Bisnis dan Investasi, Studi Kasus*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Freddy Rangkuti, 2015, *Teknik Membedah Kasus Bisnis, Analisis SWOT*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Neuman Lawrence, 2004, *Basic of Social Research, Quantitative and Qualitative Approaches*, University of Wisconsin, USA
- Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, 1992, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif Studi Pendekatan Fenomenologis Terhadap Ilmu Sosial*, terj. Arif Rahman, Surabaya, Usaha Nasional
- Syafrizal Helmi Situmorang, 2007, *Studi Kelayakan Bisnis, Buku 1*, Medan, USU Press
- PT. Bank Rakyat Indonesia, 2018, <https://bri.co.id/kur>
- _____, 2014, www.globalstats-research.com/Menghitung potensi omset bisnis.
- _____, 2018, *Profil Kelurahan Belawan II, Kecamatan Medan Belawan, tahun 2018*
- _____, 2018, www.beritasatu.com/kesra/ Produksi sampah capai 0,8 kg perorang perhari,

PHOTO-PHOTO PENELITIAN



Wawancara dengan Pihak Perbankan



Wawancara dengan Kedai Kelontong



Wawancara dengan Penjual Bakso



Wawancara Penjual Pakaian



Wawancara dengan pemilik kedai sembako



Wawancara Pemilik Kedai kelontong dan Sembako



Photo: Wawancara Usaha Sate Padang, Usaha kedai makan dan usaha sol sepatu.
Sumber: Penelitian 2018



Photo: Wawancara Usaha perhiasan imitasi dan usaha service elektronik. Sumber:
Dokumen Penelitian 2018