



ANALISIS INDUSTRI ALAT MUSIK PADA SEKTOR UMKM DI DESA CIPACING

Auliya Ayu Annisa¹, Tri Karyono²

Universitas Negeri Jakarta
Universitas Pendidikan Indonesia

aulyaayua@unj.ac.id

tri3karyono@upi.edu

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan atas keingintahuan peneliti atas industri alat musik yang berkembang pada usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) di desa Cipacing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan dan strategi penjualan alat musik pada sektor UMKM di Desa Cipacing. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dengan paradigma kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah permasalahan yang terjadi pada UMKM di desa Cipacing yaitu mahalanya bahan baku, rendahnya produktifitas, kurangnya perilaku kewirausahaan pada pelaku UMKM serta bunga pinjaman modal yang tinggi. Terdapat strategi pelaku UMKM sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan memasok produk alat musik dari kota Tegal dan beberapa kota lainnya di Jawa Tengah, memasok produk alat musik zimbe ke KOPRASI dan menjualnya secara mandiri di toko, untuk mengatasi bunga modal pinjaman yang tinggi, pengrajin hanya memproduksi alat musik zimbe sesuai dengan pesanan.

Kata Kunci: Alat Musik, UMKM, Cipacing



ABSTRACT

This research is based on the curiosity of researchers on the musical instrument industry that is developing in micro, small, and medium enterprises (UMKM) in Cipacing village. This study aims to determine the problems and strategies for selling musical instruments in the UMKM sector in Cipacing Village. The method used in this research is descriptive with a qualitative paradigm. Data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. The results of this study are the problems that occur in UMKM in Cipacing village, namely the high cost of raw materials, low productivity, lack of entrepreneurial behavior in UMKM entrepreneurs and high interest on capital loans. There is a strategy of UMKM entrepreneurs as an effort to overcome these problems, namely by supplying musical instrument products from the city of Tegal and several other cities in Central Java, supplying zimbe to KOPRASI and selling them independently in stores, to overcome high loan capital interest, craftsmen only produce musical instruments to order.

Keywords: *Music Instrument, UMKM, Cipacing*

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan industri alat musik di Indonesia semakin meningkat. Hal ini terbukti dari semakin meningkatnya jumlah ekspor alat musik dari Indonesia ke mancanegara (Arief, 2019). Data statistik Kementerian Perindustrian pun menyebutkan bahwa, pada 2018, industri alat musik mencatatkan surplus US\$430 juta, atau meningkat 2,22% dari surplus 2017 sebesar US\$420,65 juta (KEMENPERIN, 2019). Salah satu usaha yang mendorong peningkatan ekspor alat musik di Indonesia adalah adanya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

BAB 1 Pasal 1 UU No. 20 Tahun 2008 menjelaskan definisi tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yaitu sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berasarkan definisi di atas maka Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan kriteria UMKM menurut Undang-undang No.20 Tahun 2008, pemilik usaha kerajinan tangan di desa Cipacing termasuk kedalam usaha kecil. Desa Cipacing merupakan salah satu desa di Kecamatan Jatiningor yang



dikenal sebagai desa pengrajin. Terdapat banyak UMKM di desa Cipacing, salah satunya pengrajin alat musik. Selain sebagai konsumsi pasar domestik, alat musik hasil produksi UMKM di Desa Cipacing diekspor ke berbagai negara seperti Papua, Malaysia, dan berbagai negara di Afrika (Ramdani, 2019).

Berbeda dengan data statistik KEMENPERIN tentang peningkatan ekspor industri alat musik di Indonesia, industri alat musik di Desa Cipacing saat ini menurun. Faktanya, beberapa pemilik usaha alat musik di desa Cipacing gulung tikar (Wawancara, 2019). Padahal pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha, sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan kelompok masyarakat berpendapatan rendah (Anggraeni, 2019). Pada umumnya kendala yang dihadapi sektor UMKM adalah masalah permodalan, kurangnya promosi dan bahan baku serta lemahnya perilaku kewirausahaan (Hartono dan Deny, 2014). Berdasarkan kondisi tersebut, maka peneliti mengkaji penelitian ini lebih lanjut dengan judul, “**Analisis Industri Alat Musik Pada Sektor UMKM Di Desa Cipacing**”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan paradigma kualitatif. Pembahasan kajian dalam penelitian ini difokuskan pada pelaku usaha mikro yang menjual dan memproduksi alat musik di Desa Cipacing, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Ditinjau dari letak geografis, desa Cipacing merupakan Desa yang Strategis. Desa Cipacing terlewati jalan raya provinsi, letaknya kurang lebih 1 KM dari pintu gerbang Tol Cileunyi. Desa Cipacing juga berdekatan dengan beberapa Universitas seperti Universitas Padjajaran, IKOPIN, ITB, dan IPDN.



(Gambar 1. Lokasi Desa Cipacing)

Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2007). Dalam konteks penelitian ini, data-data yang diperoleh merupakan deskripsi hasil wawancara peneliti terhadap beberapa pemilik usaha mikro di Desa Cipacing.



(Foto 1, Usaha Mikro di Desa Cipacing)
Dok. Auliya Ayu Annisa, 2019

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni observasi, wawancara dan dokumentasi.

HASIL

Berdasarkan hasil wawancara peneliti di lapangan, maka didapatkan data sebagai berikut:

Permasalahan UMKM yang memproduksi dan menjual alat musik di desa Cipacing

- 1) Sulitnya mendapatkan bahan baku yang murah. Bagi UMKM yang memproduksi alat musik di Desa Cipacing, bahan baku menjadi salah satu faktor yang penting dalam memproduksi alat musik. Kondisi faktual saat ini adalah pengrajin sulit mendapatkan bahan baku yang murah berupa kayu mahoni untuk dijadikan sebagai bahan pembuatan alat musik *Zimbe*.



(Foto 2, Alat Musik *Zimbe*)
Dok. Auliya Ayu Annisa, 2019

- 2) Rendahnya produktifitas, hal ini dikarenakan beberapa produsen alat musik di desa Cipacing harus *gulung tikar*. Berkurangnya minat di pasar domestik menjadi salah satu faktor menurunnya produktifitas alat musik di desa Cipacing.
- 3) Lemahnya perilaku kewirausahaan, terutama pada pemilik usaha UMKM. Pemilik usaha kurang optimal dalam mempromosikan produk alat musiknya. Tidak semua UMKM



memasarkan produk alat musiknya melalui media sosial atau platform penjualan online. Hal ini mengakibatkan berkurangnya daya saing produk UMKM desa Cipacing terhadap pasar Internasional. Hal ini sesuai dengan fenomena kendala dalam berwirausaha yaitu kurangnya promosi (Rahwana dkk., 2022) dan lemahnya perilaku kewirausahaan (Hartono dan Deny, 2014).

- 4) Bunga yang tinggi, beberapa pengrajin meminjam modal dana dengan bunga yang tinggi. Untuk beberapa pengrajin yang tidak mampu membayar akhirnya terpaksa menutup produksi usahanya.

Didasarkan atas permasalahan tersebut, maka terbentuklah strategi UMKM dalam memproduksi alat musik di desa Cipacing yaitu sebagai berikut:

- 1) Untuk menangani permasalahan bahan baku, pemilik usaha memasok alat musik dari kota Tegal dan beberapa kota lainnya di Jawa Tengah.
- 2) Untuk menangani permasalahan kurangnya promosi secara online, pemilik UMKM memasok produknya pada kopras dan menjualnya secara mandiri di tokonya.
- 3) Untuk menghindari peminjaman modal dengan bunga yang tinggi, pengrajin memproduksi alat musik sesuai dengan pesanan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan penelitian, maka pada bagian ini, peneliti akan menguraikan pembahasan. Sulitnya mendapatkan bahan baku yang murah Bagi UMKM yang memproduksi alat musik di Desa Cipacing, bahan baku menjadi salah satu faktor penting dalam memproduksi alat musik. Kondisi faktual tersebut selaras dengan fenomena kendala mahalnya bahan baku pada produk UMKM yang dikemukakan oleh Anggraeni (2019). Rendahnya produktifitas akibat dari berkurangnya minat di pasar domestik menjadi salah satu faktor lainnya dalam menurunnya produktifitas alat musik di desa Cipacing. Selain itu, fenomena kurang optimalnya UMKM dalam memasarkan produk alat musiknya melalui media sosial atau platform penjualan online selaras dengan fenomena kendala dalam berwirausaha yaitu kurangnya promosi (Rahwana dkk., 2022) dan lemahnya perilaku kewirausahaan (Hartono dan Deny, 2014). Bunga yang tinggi juga merupakan kendala lain dari UMKM dalam menjalankan usahanya.

Didasarkan atas permasalahan tersebut, maka terbentuklah strategi UMKM dalam memproduksi alat musik di Desa Cipacing yaitu pencarian bahan baku di lokasi lain, pemilik UMKM memasok produknya pada kopras dan menjualnya secara mandiri di tokonya. Hal ini sesuai dengan bauran pemasaran (*Place*) dimana pemilik usaha menjajakan produk usahanya di tokonya yang berlokasi strategis (Enni dan Beni, 2019). Untuk menghindari peminjaman modal dengan bunga yang tinggi dan berkurangnya minat pasar domestik, pengrajin memproduksi alat



musik sesuai dengan pesanan. Strategi tersebut termasuk ke dalam konsep bauran pemasaran produk yang mana dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Anshari dkk., 2015).

SIMPULAN

Produksi alat musik di sentra industri alat musik Desa Cipacing semakin menurun karena bahan baku yang mahal, berkurangnya minat pasar domestik, pemilik UMKM yang belum optimal dalam memasarkan produknya, pinjaman dengan bunga yang tinggi. Didasarkan atas permasalahan tersebut, maka terbentuklah strategi pelaku UMKM Desa Cipacing dalam memasarkan produknya yaitu dengan memasok produk alat musik dari kota Tegal. Dalam menjual produknya, pelaku usaha memasok produknya pada KOPRASI dan menjual produknya di toko. Untuk mengatasi permasalahan modal, pengrajin hanya memproduksi usahanya ketika ada pesanan. Berdasarkan analisis peneliti, diperlukan adanya pelatihan UMKM per unit usaha agar pemilik UMKM dapat meningkatkan produktivitas usahanya dengan optimal sehingga mampu bersaing dengan pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F.D., Imam H., dan Ainul H. (2019). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal. (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. vol. 1, no. 6, pp. 1286-1295.
- Anshari, D.I., Pradhanawati, A., dan Widayanto. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Agenpos (Studi Pada Agenpos Kota Semarang)
- Arief, Andi M. (2019). Industri Alat Musik Butuh Serapan Domestik. [Online]. Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190918/257/1149689/industri-alat-musik-butuh-serapan-domestik>.
- Enni dan Beni. (2019). Pengaruh Product, Price, Promotion dan Place Terhadap Loyalitas Konsumen *Jurnal aplikasi pelayanan dan kebelabuhanan*, vol. 10, no. 1, pp. 75-84.
- Hartono dan Deny D.H. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi UMKM Di Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. vol. 14, no. 1, pp. 15-30.
- KEMENPERIN. (2019). *Ekspor Alat Musik Makin Nyaring*. [Online]. Diakses dari <https://kemenperin.go.id/artikel/20246/Ekspor-Alat-Musik-Makin-Nyaring>
- Undang-undang No.20 Tahun 2008.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Rahwana dkk., KA., Rahayu, I, dan Barlian, B. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sukahurip Kecamatan Tamansari Kota Tasik Malaya. *Journal of Empowerment Community*. vol 4, no. 1, pp. 6-12.



Ramdani, Dadan. (2019). *Sentra Pengrajin Alat Musik Kayu*. [Online]. Diakses dari <https://www.ayobandung.com/view/2019/09/11/63347/sentra-pengrajin-alat-musik-kayu>

IDENTITAS DIRI

Penulis pertama bernama Auliya Ayu Annisa, M.Pd. Saat ini penulis pertama sedang menempuh pendidikan pada program doktoral di Program Studi Pendidikan Seni, Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia dan menjadi tim mata kuliah kewirausahaan di Program Studi Pendidikan Musik, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta. Penulis kedua bernama Dr. Tri Karyono, M.Sn. Penulis kedua merupakan dosen di Program Studi Pendidikan Seni, Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia. Salah satu mata kuliah yang penulis kedua ampu adalah Seni dan Industri.