
PENINGKATAN NILAI PDRB KOTA BATAM TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM KEK PISANG

Oleh

Agnes Fitriani¹, Kelvin Kwek², Lydia Then³, Supriyadi Arifin⁴

¹²³⁴Universitas Internasional Batam

E-mail: ¹2041265.agnes@uib.edu, ²2041326.kelvin@uib.edu,

³2041313.lydia@uib.edu, ⁴2041317.supriyadi@uib.edu

Article History:

Received: 20-12-2021

Revised: 11-01-2022

Accepted: 22-01-2022

Keywords:

PDRB, UMKM, nilai ekonomi, ekonomi makro

Abstract: *Kek Pisang adalah salah satu aktiiftas UMKM yang berdiri di Kota Batam dengan fokus pada produk industri olahan makanan. UMKM ini diketahui mengalami hambatan selama masa pandemic Covid-19 sehingga mempengaruhi nilai pertumbuhan PDRB Kota Batam. Sehingga, pemerintah daerah setempat mengupayakan pengembangan UMKM Kek Pisang agar dapat mendorong laju pertumbuhan PDRB di tengah pandemic. Tujuan penulisan artikel ini untuk mengetahui pengaruh terhadap pengembangan UMKM Kek Pisang pada nilai PDRB Kota Batam selama masa pandemic Covid-19. Metode yang digunakan berupa pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data sekunder, dan teknik olah data analisis deskriptif. Hasil penulisan artikel menunjukkan bahwa hipotesis satu benar yakni peningkatan akitiftas UMKM Kek Pisang mempengaruhi signifikan positif terhadap pertumbuhan nilai ekonomi PDRB Kota Batam*

PENDAHULUAN

UMKM Kek Pisang adalah salah satu kegiatan usaha kecil yang berfokus pada industri olahan makanan yang dikemas dalam bentuk ciri khas Kota Batam yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh. UMKM ini telah berdiri sejak tahun 2008 hingga saat ini dengan beragam inovasi produk untuk mempertahankan dan memperluas target pelanggan baik yang datang ke Kota Batam maupun masyarakatnya. Kek Pisan diketahui berlokasi di Komplek Nusantara Golden, Jl. Raja H. Fisabilillah No.3 Kota Batam, Indonesia yang didirikan oleh Denny Delyandri. Salah satu fokus produk utama dari UMKM Kek Pisang adalah cake yang diolah dengan berbagai macam jenis rasa namun memiliki bahan baku utama pisang yang diproses hingga menjadi cake yang sangat legit guna menarik minat pembeli. Selain itu, harga yang ditawarkan untuk produk Kek Pisang terbilang sangat ekonomis dan terjangkau untuk seluruh kalangan masyarakat karena hanya berkisar dari Rp 40.000 – Rp 50.000 saja. Pengembangan UMKM Kek Pisang juga dibuktikan dari olahan produk lainnya seperti keripik tempe, kue bilis, keripik gong, keripik olahan buah naga, dan berbagai jenis coklat yang diproduksi dari Singapura dan Malaysia.

Namun, seiring berjalannya waktu yang diketahui saat ini seluruh wilayah Indonesia terkena dampak pandemic Covid-19 maka menyebabkan hasil pendapatan UMKM Kek Pisang juga menurun. Dampak Covid-19 memang sangat dirasakan seluruh masyarakat Indonesia tanpa terkecuali untuk seluruh aktifitas yang dijalani, termasuk salah satunya kegiatan usaha yang mempengaruhi transaksi jual beli akibat adanya pembatasan kegiatan yang ditetapkan Pemerintah Indonesia sebagai kebijakan guna mengatasi penekanan terhadap penyebaran virus yang semakin meningkat setiap harinya. Sehingga, tidak dipungkiri bahwa kondisi pendapatan UMKM Kek Pisang juga menurun sebab kurangnya para wisatawan domestik maupun asing yang datang ke Kota Batam untuk berwisata atau kegiatan lainnya, sehingga penjualan oleh-oleh juga berkurang.

Berkurangnya hasil pendapatan UMKM Kek Pisang juga dirasakan seluruh kegiatan UMKM lainnya yang berada di Kota Batam. Hal ini memberikan permasalahan baru sebab penurunan nilai pertumbuhan pendapatan UMKM berdampak pada laju pertumbuhan nilai ekonomi PDRB Kota Batam. Menurut data yang dicatat disebutkan bahwa nilai PDRB Kota Batam mengalami penurunan hingga mencapai -2,55% yang tentunya diakibatkan berbagai faktor seperti pengaruh masa pandemic Covid-19, kurangnya aktifitas transaksi perdagangan atau jual beli kebutuhan masyarakat, serta tidak adanya pendapatan yang stabil sebab pembatasan kegiatan (Septiana, 2021).

Melihat fenomena ini diketahui Pemerintah Daerah Kota Batam tentu mengupayakan berbagai macam solusi permasalahan, diantaranya seperti meningkatkan nilai laju pertumbuhan PDRB dengan mengembangkan kegiatan UMKM di tengah masa pandemic. Tujuan Pemerintah Daerah Kota Batam tersebut yakni memantau adanya kesempatan dan peluang yang sangat besar apabila pemerintah dan masyarakat sebagai pelaku kegiatan UMKM dapat bekerja sama untuk mengelola aspek ekonomi daerah secara bersama melalui usaha kecil. UMKM Kek Pisang menjadi salah satu dari sekian pelaku usaha kecil yang juga menjadi harapan agar dapat mendorong pertumbuhan nilai PDRB Kota Batam, serta memberikan dampak positif lainnya bagi kegiatan usaha yang dilakukan.

Oleh karena itu, sesuai latar belakang yang telah dijelaskan maka penulis ingin membahas lebih lanjut upaya dan strategi yang dilakukan UMKM Kek Pisang dalam mengembangkan kegiatan usahanya selama masa pandemic Covid-19, serta untuk mendorong nilai pertumbuhan ekonomi PDRB Kota Batam dalam penyusunan artikel ini.

LANDASAN TEORI

Ekonomi Makro

Robert S. Pindyck dan Daniel L. Rubinfeld bergagasan ekonomi makro yaitu ilmu ekonomi guna menyelesaikan variabel ekonomi yang mengolah nilai pertumbuhan ekonomi nasional; jumlah angka pengangguran; tingkat inflasi; dan suku bunga tertentu (Wardani, 2021). Budiono menjelaskan bahwa ekonomi makro merupakan suatu bidang ilmu yang membahas tentang stabilitas dan pertumbuhan ekonomi negara dalam kurun waktu tertentu (Dewi, 2021).

Sadono Sukirno (2012), ekonomi makro adalah cabang ilmu ekonomi yang memberikan pemahaman tentang aktifitas utama dalam aspek ekonomi yang bersifat komprehensif untuk menentukan pertumbuhan dan perkembangan nilai ekonomi (Kinanda, 2021). Samuelson dan Nordhaus (2015) juga menjelaskan bahwa ekonomi makro adalah

ilmu ekonomi untuk mengetahui aktifitas kinerja perekonomian keseluruhan secara komprehensif, efisien, dan efektif (Haholongan, 2021).

Ekonomi makro melibatkan studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi ekonomi atau masyarakat secara keseluruhan, bukan faktor individu. Ini juga dikenal sebagai ekonomi agregat. Tujuan ekonomi makro antara lain mendukung peningkatan kapasitas produksi; meningkatkan kesempatan kerja; menstabilkan tingkat inflasi negara; menumbuhkan pendapatan nasional; menyeimbangkan pemerataan pendapatan; dan berjuang untuk tingkat pertumbuhan ekonomi negara.

Peningkatan

Pengertian terhadap peningkatan adalah penambahan atau perbaikan yang membuat sesuatu menjadi lebih baik. Peningkatan sesuatu adalah peningkatan dalam kaitannya dengan nilai, kualitas, atau daya tariknya. Alwi (2002) menjelaskan bahwa peningkatan adalah tahapan, tindakan, dan peningkatan kegiatan untuk mencapai tujuan (Azzahro, 2019).

Biasanya dilakukan peningkatan terhadap suatu kegiatan yang ditujukan untuk memperbaiki atau memberikan kestabilan yang lebih baik dibandingkan dengan sebelumnya. Hal ini diharapkan agar memberi kemajuan untuk mencapai tujuan tertentu.

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Aspek penting dalam meningkatkan nilai pertumbuhan ekonomi suatu wilayah dalam kurun waktu yang diinginkan dengan menentukan harga standar maupun harga konstan produk biasa disebut Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (Dama, 2016). PDRB mengukur output ekonomi suatu negara per orang dan dihitung dengan membagi PDRB suatu negara dengan populasinya.

Badan Pusat Statistik menjelaskan bahwa PDRB merupakan suatu nilai produk berupa barang atau jasa yang dihasilkan untuk pengembangan wilayah tertentu dengan pengukuran terhadap harga yang ditentukan sebagai tanda adanya nilai tambah produk yang dipasarkan dalam kurun per tahun serta nilai berupa harga konstan (Jufri, 2020).

Todaro dan Smith (2008) berpendapat PDRB merupakan sejumlah nilai produk berupa barang atau jasa untuk kepentingan ekonomi di wilayah tertentu serta sebagai tanda adanya laju pertumbuhan ekonomi dilihat dari aktifitas naik atau turun nilai PDRB yang dikelola oleh produktifitas sumber daya manusia dan alam untuk mencapai keuntungan (Romadhoni, 2018).

Ada tiga cara utama untuk menghitung PDRB yakni pertama, dengan menjumlahkan apa yang diperoleh setiap orang dalam setahun dikenal sebagai pendekatan pendapatan atau dengan menjumlahkan apa yang dibelanjakan setiap orang dalam setahun. Logikanya, kedua ukuran harus mencapai jumlah yang kira-kira sama.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

M. Kwartono menjelaskan UMKM adalah kegiatan ekonomi masyarakat yang dapat memperoleh penghasilan hingga 200 juta rupiah tanpa memperhitungkan tanah dan bangunan tempat usaha tersebut berada (Karimah, 2021). Rudjito (2003), UMKM dianggap sebagai salah satu aktifitas bisnis yang berperan penting pada pertumbuhan ekonomi negara serta menjadi peluang terbentuknya lapangan pekerjaan baru (Fauzi, 2021).

Ina Primiana juga menyampaikan bahwa UMKM yaitu pengembangan dan peningkatan empat kegiatan utama untuk mengembangkan aspek ekonomi negara, antara lain agribisnis, bisnis kelautan, industri manufaktur, dan sumber daya manusia (Salmaa, 2020). Sedangkan, pada ketetapan kebijakan Pemerintah Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun

2000 tentang UMKM diketahui bahwa adanya kegiatan perdagangan yang bermanfaat untuk menunjang perkembangan dan pertumbuhan aspek ekonomi suatu daerah dengan menghasilkan produk yang disesuaikan dengan kriteria yang telah disepakati (Indrawati, 2020).

UMKM tidak hanya memainkan peran penting dalam memberikan peluang kerja yang besar dengan biaya modal yang relatif lebih rendah daripada industri besar tetapi juga membantu dalam industrialisasi daerah pedesaan dan terbelakang, dengan demikian, mengurangi ketidakseimbangan regional, memastikan distribusi pendapatan dan kekayaan nasional yang lebih adil.

Hubungan UMKM dengan PDRB

Dalam beberapa hasil penelitian terdahulu diketahui bahwa banyak sekali yang menjelaskan bahwa UMKM mampu mempengaruhi peningkatan nilai PDRB suatu wilayah. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan Kinasih (2014) dalam (Lamazi, 2020) menyebutkan bahwa pertumbuhan nilai ekonomi PDRB memperoleh pengaruh dari beberapa faktor terhadap pengembangan aktifitas UMKM. Sedangkan, Nichtalul (2016) dalam (Lamazi, 2020) juga menyampaikan bahwa pengaruh perkembangan UMKM terhadap laju pertumbuhan nilai ekonomi PDRB berpengaruh signifikan positif.

Sehingga, berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka dilakukan penentuan beberapa hipotesis yang dikembangkan penulis saat ini sebagai hasil penelitian sementara diantaranya yaitu:

- Hipotesis 1= Peningkatan aktifitas UMKM Kek Pisang mempengaruhi signifikan positif terhadap pertumbuhan nilai ekonomi PDRB Kota Batam
- Hipotesis 2= Peningkatan aktifitas UMKM Kek Pisang mempengaruhi signifikan negatif terhadap pertumbuhan nilai ekonomi PDRB Kota Batam
- Hipotesis 3= Peningkatan aktifitas UMKM Kek Pisang tidak mempengaruhi signifikan terhadap pertumbuhan nilai ekonomi PDRB Kota Batam

METODE PENELITIAN

Dalam menyusun artikel penelitian ini memanfaatkan penggunaan metode pendekatan kualitatif yang disampaikan Sugiyono (2016) sebagai pendekatan yang mengamati objek tertentu dengan memperhatikan seluruh instrument utama dengan penentuan hasil berdasarkan peneliti (Yuliani, 2018).

Selain itu, teknik pengumpulan data pada artikel ini menggunakan jenis data sekunder yakni dengan mengumpulkan seluruh informasi yang dibutuhkan tidak secara langsung melainkan melalui sumber buku, jurnal penelitian terdahulu, atau fenomena yang terjadi pada objek penelitian sehingga data lebih bersifat tertulis (Utami, 2020). Hasil data yang telah dikumpulkan selanjutnya dilakukan olah data menggunakan teknik pengolahan data berupa deskriptif kualitatif yang menggambarkan dan merangkum semua fenomena dan mengumpulkan data yang telah diperoleh dengan mengamati dari sudut pandang hasil penelitian dan penulis (Suardi, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Kek Pisang diketahui melakukan upaya dan strategi pengembangan kegiatan usaha di tengah masa pandemic Covid-19 dengan memfokuskan pada perubahan rencana

strategi pemasaran seluruh hasil olahan produk yang dipasarkan. Hal ini dipilih pelaku usaha Kek Pisang dikarenakan sebagai cara *branding* agar masyarakat yang menjadi target pelanggan memiliki minat dan niat pembelian produk yang ditawarkan. Rencana strategi pemasaran UMKM Kek Pisang telah direncanakan oleh seluruh pihak usaha yang berkaitan sehingga diharapkan mampu mencapai tujuan seperti memperluas pasar dan target pelanggan, meningkatkan niat pembelian konsumen, mengenalkan seluruh produk Kek Pisang, serta memperoleh hasil pendapatan dari penjualan produk yang lebih stabil di tengah masa pandemic Covid-19.

Berbagai macam strategi pemasaran yang dirancang UMKM Kek Pisang cenderung memanfaatkan penggunaan alat teknologi digital. Adapun pemilihan ini disebabkan melihat fenomena adanya pembatasan kegiatan masyarakat yang tidak bisa secara langsung melakukan transaksi jual beli, sehingga UMKM Kek Pisang memberi banyak peningkatan atas kemudahan untuk pemasaran dan penjualan produknya. Pemasaran yang diterapkan UMKM Kek Pisang diantaranya yaitu memasang iklan melalui media sosial Instagram dan TikTok, meskipun diketahui Kek Pisang telah memiliki akun Instagram cukup lama namun upaya peningkatan yang dituju pelaku usaha yaitu dengan mengembangkan inovasi iklan yang ditawarkan pada target pelanggan yang dikemas secara lebih unik dan menarik seperti melakukan *endorsement* pada beberapa selebgram populer yang dapat mempengaruhi target audiens untuk membeli produk Kek Pisang.

Sedangkan, iklan melalui TikTok juga ditampilkan secara menarik yang diunggah dengan konten iklan berupa video unik. Pemilihan media sosial TikTok sebab banyak masyarakat sebagai pengguna TikTok selama masa pandemic, sehingga jangkauan untuk memasarkan produk cenderung lebih mudah terutama dengan adanya fenomena "Racun TikTok".

UMKM Kek Pisang juga memiliki strategi pemasaran untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan pemanfaatan *e-commerce* sebagai wadah *marketplace* yang mempermudah kegiatan jual beli secara *online*. Shopee dipilih UMKM Kek Pisang untuk menawarkan seluruh produknya untuk pelanggan di luar Kota Batam, sehingga produk yang diinginkan dapat dikirim menggunakan jasa ekspedisi agar dapat sampai pada tujuan pembeli. Selain itu, UMKM Kek Pisang juga memudahkan target pelanggan dalam Kota Batam dengan bekerja sama melalui aplikasi ojek *online* yang dikhususkan untuk mengantar pesanan makanan yaitu Grab pada layanan Grabfood, dan Gojek pada layanan GoFood. Kedua aplikasi tersebut banyak dimanfaatkan masyarakat hingga saat ini terlebih saat masa pandemic karena mengurangi interaksi secara langsung dengan orang banyak.

Pengupayaan yang dilakukan UMKM Kek Pisang terhadap fokus pemasaran membuat adanya peningkatan yang berdampak positif terhadap pengembangan kegiatan usahanya. Hal ini dibuktikan dari banyaknya menerima pesanan produk secara *online* baik dari dalam maupun luar wilayah Kota Batam. Sehingga, UMKM Kek Pisang mengalami pergerakan naik terhadap laju pendapatan usahanya. Hal ini juga memberikan pengaruh terhadap nilai pertumbuhan PDRB Kota Batam terutama akibat pembelian produk yang berasal dari luar wilayah Kota Batam, sebab Kota Batam akan menerima pemasukan dari total biaya yang diberikan dari aktifitas penjualan seperti pajak transaksi sesuai dengan ketentuan yang ditentukan pemerintah setempat.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan penulis maka ditarik kesimpulan bahwa UMKM Kek Pisang mampu menggerakkan nilai pertumbuhan PDRB Kota Batam. Hal ini dibuktikan dari upaya yang dilakukan pelaku usaha Kek Pisang yang terfokus pada pengembangan cara pemasaran guna menarik minat dan niat pembelian dari target pelanggan terutama di tengah masa pandemic. UMKM Kek Pisang diketahui menerapkan beberapa cara pemasaran digital seperti iklan melalui media sosial Instagram dan TikTok; mengembangkan penjualan *online* melalui *e-commerce* Shopee untuk target pelanggan di luar wilayah Kota Batam; serta bekerja sama dengan ojek *online* melalui aplikasi Grab dan Gojek. Sehingga, UMKM Kek Pisang memperoleh keuntungan berupa bertambahnya pelanggan dan hasil pendapatan yang kembali meningkat, serta berdampak pada laju pertumbuhan nilai PDRB Kota Batam.

SARAN

Berdasarkan hasil artikel ini maka penulis memberikan saran terhadap UMKM Kek Pisang untuk selalu mengembangkan berbagai macam strategi manajemen operasional usahanya. Sedangkan, untuk penulis artikel di masa mendatang agar mengembangkan hasil artikel ini dengan pendukung data lainnya sebab masih banyaknya kekurangan dalam penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azzahro, F. F. (2019). UPAYA KANTOR KESYAHBANDARAN DAN OTORITAS PELABUHAN KELAS II TANJUNG PINANG DALAM PENINGKATAN PELAYANAN PENERBITANSURAT PERSETUJUAN BERLAYAR. *Prosiding Seminar Nasional, vol. 1, no. 1*, 165-171.
- [2] Dama, H. Y. (2016). Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Tingkat Kemiskinan di Kota Manado (Tahun 2005-2014). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi 16, no. 3*, 549-561.
- [3] Dewi, R. K. (2021). ANALISIS MAKRO EKONOMI SEBAGAI LANGKAH INDONESIA KELUAR DARI MIDDLE INCOME TRAP. *Inspire Journal: Economics and Development Analysis 1, no. 1*, 99-111.
- [4] Fauzi, R. U. (2021). Keefektifan Peran Digital Marketing Melalui Media Sosial Dalam Proses Pemasaran Produk Galeri UMKM Ekawira, Kare Madiun. *Indonesia Berdaya 2, no. 1*, 21-30.
- [5] Haholongan, R. a. (2021). DAMPAK MAKRO EKONOMI TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN DI INDONESIA. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis 8, no. 2*, 138-143.
- [6] Indrawati, S. a. (2020). Upaya Peningkatan Kesadaran Hukum Perlindungan Produk UMKM di Kabupaten Kebumen Melalui Pendaftaran Merek. *Surya Abdimas 4, no. 2*, 37-43.
- [7] Jufri, F. a. (2020). ANALISIS KONTRIBUSI SUBSEKTOR PETERNAKAN TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO (PDRB) DI KABUPATEN PASER. *Jurnal Magrobis 20, no. 1*, 131-139.
- [8] Karimah, K. R. (2021). STRATEGI PENANGGULANGAN PENGANGGURAN MELALUI PERAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) GENTING. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah 2, no. 1*, 107-131.

- [9] Kinanda, F. (2021). PENGARUH VARIABEL MAKRO EKONOMI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA TAHUN 2015-2019. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* 2, no. 2, 88-99.
- [10] Lamazi, L. (2020). Pengaruh UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera Selatan. *Juripol* 3, no. 1, 103-108.
- [11] Romadhoni, P. D. (2018). Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Tingkat Pengangguran Terbuka di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Matematika Integratif* 14, no. 2, 113-120.
- [12] Salmaa, D. A. (2020). TANTANGAN UMKM: PEMBUATAN KEPUTUSAN DALAM MENANGGAPI PERUBAHAN LINGKUNGAN BISNIS DI MASA PANDEMI COVID-19:(STUDI KASUS UMKM ROTI PIA AA SAMARINDA). *Journal: Sudut Pandang* 1, no. 2, 74-83.
- [13] Septiana, S. B. (2021). ANALISIS PENDAPATAN KOTA BATAM TAHUN 2018 - 2020. *Jurnal Sosial dan Teknologi* 1, no. 5, 428-436.
- [14] Suardi, W. (2020). Catatan Kecil Mengenai Desain Riset Deskriptif Kualitatif. *EKUBIS* 2, no. 1, 1-11.
- [15] Utami, R. a. (2020). Unmet Need Keluarga Berencana Di Provinsi Kepulauan Riau Berdasarkan Data SDKI 2017. *BEST Journal (Biology Education, Sains and Technology)* 3, no. 1, 85-91.
- [16] Wardani, D. D. (2021). Pengaruh Fundamental Makro Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Islam Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pendapat Audit Atas Kelangsungan Usaha (Pada Bank Syariah Milik Negara Indonesia 2016-2020). *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah* 3, no. 1, 60-79.
- [17] Yuliani, W. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *Quanta* 2, no. 2, 83-91.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN