



# JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN STRATEGI KEBERHASILAN DALAM PENJUALAN

Sri Indrahti<sup>1\*</sup>, Siti Maziyah<sup>2</sup>, Alamsyah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Departemen Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya, dan Diploma III Kearsipan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang Jl. Prof. Soedarto, SH. Tembalang Semarang 50275

\*Corresponding author: [indrahti@gmail.com](mailto:indrahti@gmail.com)

---

**Abstract.** *Sales strategy in entrepreneurship activities has an important role in the success of the business. It takes persistence to create mutual trust between the seller and the buyer. Some of the efforts made by sellers who are engaged in the MSME sector in Semarang, among others, maintain quality, have standard prices according to the market and conduct healthy competition between sellers with the same or various types of business.*

**Keyword:**

Strategy, sales, quality, fair competition

**Article Info**

**Received:**

15 October 2021

**Accepted:**

6 December 2021

**Published:**

9 December 2021

---

## 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Semarang menjadi tumpuan bagi para pelaku usaha untuk membuka peluang usaha dan membuka lapangan pekerjaan. Sesuai dengan aturan No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Semarang turut mengembangkan potensi UMKM pada masyarakat untuk mengentaskan kemiskinan dan pengangguran Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang-Jawa Tengah” [1].

Hal ini bertujuan juga untuk meningkatkan potensi ekonomi Semarang serta menarik minat wisatawan dengan produk lokal. Pelaku usaha UMKM juga dibekali dengan pelatihan dalam kegiatan kewirausahaan agar tercapainya pula visi dan misi UMKM di Kota Semarang. Pelatihan tersebut berupa pengelolaan atau manajemen keuangan hingga pemasaran UMKM [2].

Pemberdayaan dalam usaha UMKM terdapat dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 pada pasal 1 ayat 8 tentang Ketentuan Umum, bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh

Pemerintah dilakukan dengan mengembangkan usaha UMKM sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang mandiri dan mampu bersaing [3].

Pemberdayaan UMKM diharapkan dapat mampu berkembang guna menciptakan kemandirian dan menjadi pusat sektor perekonomian dengan berbagai potensi dan karakter dari usaha UMKM.

Jenis-jenis produk yang ditawarkan pun beragam, seperti usaha kerajinan tangan (Handycraft), kain baik, olahan pangan (Wingko, roti kering, pia) dan sebagainya. Pemerintah kota Semarang tidak hanya ingin meningkatkan perekonomian masyarakat, melainkan juga menonjolkan kebudayaan sebagai karakteristik dan simbol dari Kota Semarang serta menghargai produk dan industri lokal.

Produk usaha UMKM diupayakan oleh Pemerintah Kota Semarang melalui Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) sebagai langkah untuk mempertahankan kebudayaan di tengah arus globalisasi [4]. Strategi dilakukan oleh pelaku usaha UMKM dengan menawarkan produk dengan menonjolkan karakteristik budaya dari Kota Semarang sebagai nilai jual ekonomi dan mampu bersaing dalam perdagangan. Strategi dan perkembangan ini harus diiringi pula dengan penggunaan bahan baku produk yang ramah lingkungan. Strategi ini dilakukan guna meminimalisir limbah dan tidak mencemari lingkungannya. Oleh karena itu, pemberdayaan dalam usaha UMKM perlu dilakukan tentang pentingnya pengelolaan limbah dan pelestarian lingkungan dalam memperoleh bahan baku [5]. Misalnya, pemanfaatan indigo sebagai bahan alami dalam pembuatan batik. Indigo menjadi bahan pokok pewarnaan karena sifatnya yang ramah lingkungan, bahan yang mudah didapatkan, dan batik dapat dipakai oleh siapapun, khususnya konsumen yang memiliki kulit sensitif.

Kebudayaan dan masyarakat adalah hal yang tidak dapat dipisahkan. Pengetahuan masyarakat menghasilkan sebuah kebudayaan yang menjadi simbol dan karakteristik dari masyarakat. Menurut Van Peursen (1976) [6], kebudayaan adalah manifestasi kehidupan seseorang atau sekelompok orang dengan aktivitasnya yang berhubungan dan berinteraksi dengan lingkungan kehidupannya yang didalamnya meliputi tradisi, kadidih, harta, dan warisan [7].

Wujud kebudayaan terdiri atas gagasan atau pemikiran, aktivitas manusia, dan artefak atau wujud fisik dari kebudayaan yang demikian hal ini juga yang menuntun para usaha UMKM untuk melakukan usaha kewirausahaan dengan mempertahankan kebudayaan dalam produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, Penulis tertarik mengkaji mengenai pemberdayaan pelaku usaha UMKM dengan keberagaman produk dengan fokus pada lingkungan Budaya. Nilai-nilai budaya lokal yang mempunyai kearifan lokal serta dipelihara masyarakat (pelaku kerajinan ukir Jepara) dipercaya mampu memberikan motivasi dalam meningkatkan keinginan berwirausaha [8]

## 2. Metode

Pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data primer adalah wawancara mendalam (indepth interview). Dalam hal ini, wawancara mendalam dilakukan dengan informan yang meliputi pelaku dalam sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Semarang, yang meliputi beberapa jenis usaha, mulai dari kerajinan, kuliner, jasa dan lainnya

Pemilihan informan dilakukan pada berbagai jenis usaha yang ada yang dapat mewakili jenis usaha UMKM yang ada di Semarang, dengan harapan dapat mewakili kegiatan kewirausahaan yang ada pada jenisnya tersebut, meskipun hal ini belum dapat dikatakan

secara menyeluruh. Informan adalah orang yang bergerak dalam sektor usaha (UMKM) sekaligus pemilik atau yang mengelola usaha tersebut (pada umumnya pengelola sekaligus juga sebagai pemilik), memimpin jalannya usaha, mulai dari memproduksi, memasarkan dan mengoptimalkan SDM yang ada dalam usahanya tersebut.

Sementara itu data sekunder dikumpulkan dari sumber tertulis baik buku, artikel yang sudah dipublikasi, Peraturan Pemerintah yang sudah dipublikasi, maupun berita online. Beberapa informan yang sudah diwawancarai dibuat diskripsi profil kemudian ditulis gambaran secara tentang kegiatan yang berkaitan dengan upaya pemberdayaan budaya kewirausahaan yang telah dilakukan sebagai simpulan disamping dengan nilai-nilai kewirausahaan yang dapat dipelajari secara akademik serta yang memang tumbuh dari nilai-nilai lokal masyarakat setempat.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Kota Semarang merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah. Wilayah Kota Semarang berbatasan dengan Laut Jawa bagian utara, timur dengan Kabupaten Demak, selatan dengan Kabupaten Semarang, dan barat dengan Kabupaten Kendal. Kota Semarang terletak antara 6 50' - 7 10' lintang selatan dan garis 109 35' - 110 50' bujur timur. Secara geografis, Kota Semarang memiliki luas 373,70 km yang terdiri dari 16 kecamatan dan 117 kelurahan seperti kecamatan Banyumanik, Candisari, Gajahmungkur, Gayamsari, Genuk, Gunung Pati, Mijen, Ngaliyan, Pedurungan, Semarang Barat, Semarang Selatan, Semarang Tengah, Semarang Timur, Semarang Utara, Tembalang, dan Tugu.

Mayoritas penduduk di Kota Semarang beragama Islam. Akan tetapi, ada pula agama lain yang dianut seperti Kristen, Katolik, Hindu, dan Buddha. Tempat ibadah pun juga tersebar di Kota Semarang seperti masjid/ musholla, gereja, vihara, klenteng. Penduduk Kota Semarang tersusun atas beberapa etnis, seperti etnis Jawa, Arab, Cina, dan sebagainya. Mayoritas penduduk Kota Semarang berasal dari etnis Jawa sehingga budaya Jawa mendominasi pendudukan Kota Semarang. Walau demikian, terdapat kebudayaan lain yang nampak di Kota Semarang seperti kampung Pecinan, Kampung Melayu, Kampung Geni.

Kondisi wilayah yang berada di kaki bukit Gunung Ungaran, dialiri beberapa sungai seperti Kali Besole, Kali Beringin, Kali Silandak, Kali Bajak, Kali Candi, Kali Kreo, Kali Siangker, Kali Kripik, Kali Penggaron, Kali Kedungmundu, Kali Garang menyebabkan seringkali terjadi banjir ketika musim penghujan. Hal ini disebabkan jumlah debit air yang cukup tinggi dan curah hujan tinggi yang terjadi di beberapa daerah.

Kontribusi Kota Semarang dalam bidang ekonomi, sosial, budaya berkembang dengan signifikan. Dalam bidang sosial, Kota Semarang banyak mendirikan berbagai fasilitas dan infrastruktur masyarakat seperti fasilitas pendidikan, agama, Kesehatan, Pelabuhan, bandara, perbelanjaan, taman kota, kereta api, dan sebagainya. Dalam bidang budaya, Kota Semarang tercatat melakukan konservasi terhadap kawasan Kota Lama sebagai bagian dari budaya di Kota Semarang, terdapat komunitas-komunitas seni di Kota Semarang, seni pertunjukan Arak-Arakan dalam upacara Dugdheran, dan sebagainya. Dalam bidang ekonomi, tercatat dalam data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Semarang, ekonomi Kota Semarang tahun 2019 tumbuh 6,86 persen. Pertumbuhan Ekonomi Kota Semarang 2019 No. 10/03/3374. Th. I, 2 Maret 2019). Pertumbuhan ekonomi dalam data BPS didominasi oleh empat lapangan usaha seperti industri pengolahan, konstruksi, perdagangan besar-eceran dan Reparasi mobil- sepeda motor, dan informasi dan komunikasi [9].

Kota Semarang yang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah memiliki berbagai mata pencaharian. Menurut data BPS Kota Semarang, mata pencaharian penduduk di Kota Semarang terdiri dari pengusaha, petani, pedagang, Pegawai Negeri Sipil (PNS), Nelayan, Buruh, dan sebagainya. Banyak penduduk kota Semarang yang merintis usaha barang ataupun jasa sebagai mata pencaharian yang dilakukan dalam wadah UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang diatur dalam Undang-Undang 20 Tahun 2008. Di Kota Semarang, jumlah UMKM yang terdaftar mencapai 17.602 (UMKM-Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang” [10]. Jumlah UMKM yang cukup besar tersebut diharapkan mampu memberikan kontribusi secara ekonomi di Kota Semarang dan dapat mengurangi angka pengangguran.

Kebutuhan masyarakat saat ini kian kompleks. Besarnya permintaan diiringi pula dengan besarnya penawaran. Banyaknya usaha dagang yang berusaha menawarkan produk dengan harga jual yang rendah dengan kualitas yang diminati konsumen memberikan banyaknya persaingan dagang. Hal ini memberikan terbukanya lapangan pekerjaan. Salah satunya yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi tumpuan banyak para pelaku usaha yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang sesuai dengan aturan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kota Semarang, yang merupakan ibu kota provinsi Jawa Tengah turut mengembangkan potensi UMKM pada masyarakat untuk mengentaskan kemiskinan dan pengangguran, meningkatkan potensi ekonomi Semarang, serta menarik minat wisatawan dengan produk yang dihasilkan dengan pusat dinas berada di Jalan Pemuda 175 Gedung Pandanaran Lantai 7, Semarang. Visi yang diterapkan dalam keberhasilan UMKM Semarang adalah mewujudkan Koperasi dan UMKM sebagai Lembaga usaha yang sehat berdaya saing dan berperan dalam membangun perekonomian menuju masyarakat sejahtera. Dalam usaha keberhasilan visi tersebut, misi yang dijalankan adalah menumbuhkembangkan kehidupan koperasi, meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat, dan memfasilitasi pengembangan UMKM [11]. Pada tahun 2020, tercatat usaha kecil yang terdaftar di Kota Semarang sebanyak 1096, usaha mikro sebanyak 16477, dan usaha menengah sebanyak 21. Jenis-jenis usaha yang dijalankannya pun beragam, seperti usaha kerajinan tangan (*Handycraft*), olahan pangan (wingko, abon lele, bandeng, dan sebagainya), batik, dan lain-lain. Pemerintah kota Semarang dalam keputusannya tidak hanya ingin meningkatkan perekonomian masyarakat, melainkan juga menonjolkan kebudayaan dan karakteristik dari Kota Semarang, misalnya melalui Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) [12]. Pada tahun 2019 lalu, Krisseptiani Hendrar Prihadi (Ketua Dewan Dekranasda) melakukan upaya pengembangan ekonomi kreatif.



Gambar 1 dan 2: Batik Semarang 16 yang berada di desa Meteseh Tembalang,

malakukan strategi pemasaran dengan membuat bengkel batik yang dapat dipakai sebagai daya tarik kunjungan wisata sekaligus memfasilitasi dengan tempat penginapan (Dokumentasi peneliti 2020)

Batik Semarang 16, awalnya dirintis oleh Umi, tumbuh dan berkembang di desa Meteseh Tembang. Dalam perjalannya kemudian pengelolaan dilakukan oleh Edy Prayitno (suami Umi) serta mengalami perkembangan pesat karena Umi menemani anaknya untuk menuntut ilmu di Malaysia. Selain memproduksi batik tulis dengan motif ciptaan sendiri maka Edy juga membuka usaha penginapan serta menyewakannya untuk pertemuan-pertemuan formal dan non formal. Workshop dan museum atau lebih tepatnya gallery berada dalam lokasi yang sama sehingga tampak megah, Bagi pembeli maupun calon pembeli dapat melihat langsung proses pembuatan batik dari awal sampai akhir serta melihat-lihat berbagai bahan dasar pewarnaan batik secara alami yang ditanam di seputar gallery. Menurut Edy, banyak sekali penjiplakan karya batik yang dilakukan oleh pengrajin lain, namun belum ada upaya secara hukum yang bisa dilakukan. Mengingat aturan-aturannya belum jelas dan langkah-langkahnya juga cukup merepotkan. Menyikapi hal tersebut, yang bisa dilakukan hanya menyerahkan kepada pasar saja, pasti dapat dibedakan karya dari pengrajin pertama yang menciptakan tentunya berbeda (Wawancara dengan Edy Prayitno pada tanggal 10 April 2020). Diharapkan ke depannya akan lebih tertata mengenai hak cipta seni pada kegiatan membatik. Hal-hal budaya yang sering memotivasi pekerja seni menurutnya adalah kegiatan yang erat kaitannya dengan menenangkan diri misalnya kegiatan religius. Mengingat latar belakang agama yang berbeda, bermacam-macam yang bisa dilakukan para pekerja membatik. Misalnya ada sambil wiridan, ada yang sambil mendengarkan lagu-lagu rokhani ada juga yang mendengarkan musik keras-keras dan ada yang dengan menungkan kemarahan yang bisa dianggap melegakan hatinya. Semua aktivitas yang dilakukan pekerja pembatik dalam proses membatik, menurut Edy mempunyai pengaruh pada hasil membatiknya. Antara pembatik satu dengan lainnya, meskipun panduan atau arahan modelnya sama namun hasilnya berbeda. Bagi pembatik yang melakukan sentuhan dengan kegiatan keagamaan tapaknya hasilnya lebih tenang dan halus dan mempunyai pangsa pasar sendiri. Demikian juga yang selama proses membatik disertai kemarahan maka garis membatiknya lebih keras dan kasar dan hasilnya juga digemari orang-orang yang senang dengan kehidupan keras yang penuh tantangan. Melihat proses membatik, maka hasil karya batik tulis mempunyai harga yang bervariasi.

Pia Aras dirintis oleh Budi Mariani yang memang mempunyai kesenangan untuk membuat berbagai jenis kuliner. Salah satu yang ingin ditekuninya adalah Pia, dalam perjalanan berdagang akhirnya diberi merk Aras. Dalam berwirausaha memang suka dukanya banyak dan beragam, yang pernah dialami adalah ketike merk dagangnya ditiru oleh pedagang lainnya, namun tidak banyak yang bisa dilakukan selain secara terus menerus memperbaiki dan mempertahankan kualitas produk usahanya (Wawancara dengan Mariani pada tanggal 7 April 2020). Dalam usaha meskipun barangnya sama tapi pada dasarnya semua mempunyai ciri khas sendiri-sendiri dan pangsa pasar yang berbeda. Melihat kondisi ini, Mariani berprinsip bahwa yang utama adalah tetap mempertahankan kualitas produk kita sehingga pelanggan tidak merasa dikecewakan.

Untuk menjangkau pelanggan maka salah satu yang dilakukan Mariani adalah membuat jaringan usaha dengan terlibat secara langsung dengan kegiatan-kegiatan usaha yang mempunyai hubungan dengan program pemerintah daerah. Dengan kapasiatsnya sebagai ketua koperasi UMKM Dumas Sronдол Semarang, memberikan peluang untuk ikut memanfaatkan program dari Koperasi dan UMKM, antara lain pelatihan, peminjaman

modal dengan bunga kecil dan terjangkau. Apa yang diperoleh dalam pelatihan dan kegiatan perkumpulan antara pelaku UMKM, menurut Mariani lebih ditekankan untuk keberlangsungan dan kesinambungan kegiatan ekonomi UMKM itu sendiri.

#### 4. Simpulan

Strategi penjualan menjadi faktor penying dalam kegiatan usaha, pelaku usaha UMKM di Kota Semarang walau memiliki jenis usaha yang beragam, akan tetapi memiliki karakteristik perilaku budaya yang sama dalam melakukan kewirausahaan, yaitu tekun dalam berbisnis. Melakukan usaha industry UMKM bukanlah hal yang mudah, berbagai rintangan dan perjuangan dilakukan guna memperoleh keuntungan. Pantang menyerah dengan tetap tekun berwirausaha bertujuan agar usaha yang dijalankan terus bertahan dan berkembang. Hal-hal lain yang perlu mendapat perhatian, antara lain adalah sikap sabar dalam situasi yang sulit mencerminkan ketangguhan dalam kewirausahaan. Sikap sabar yang dimiliki para pelaku usaha berlandaskan dari doa dan beribadah sesuai kepercayaan menjadikan usaha UMKM yang dijalani menjadi lebih bermakna dan tidak sekadar berbisnis semata. Kemudian yaitu mengutamakan mutu produk yang berkualitas untuk meningkatkan reputasi usaha UMKM. Reputasi tersebut dapat memberikan kepercayaan dan kepuasan konsumen dengan produk yang ditawarkan. Selain itu, pelaku usaha UMKM dapat bersaing dengan jenis usaha lainnya.

#### References

- [1] Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang-Jawa Tengah (<https://diskopumkm.semarangkota.go.id/diskop-umkm/visi-misi>, diakses pada 20 April 2020)
- [2] Suci, Yuli Rahmini. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. Riau: Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, Vol. 6, No. 1.
- [3] Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 (<https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pusias/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>, diakses pada 29 Mei 2020)
- [4] S. Indrahti, S. Tri Sulisty, Y. Rochwulaningsih, D. Respati Puguh and Alamsyah. 2008. Penggalan Nilai-Nilai Budaya Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Kerajinan Ukir Dalam Era Globalisasi. Jepara: Bappeda.
- [5] Martuti, Nana Kariada Tri. 2020. DKK. 2019. Pemanfaatan Indigo sebagai Pewarna Alami Ramah Lingkungan bagi Pengrajin Batik Zie. Makassar: Jurnal Panrita Abdi, Volume 3, No. 2.
- [6] Peursen, Cornelis Anthonie van. 1976. Strategi Kebudayaan (Edisi baru). Dick Hartoko. 1976. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- [7] Martuti, Nana Kariada Tri. 2020. DKK. 2019. Pemanfaatan Indigo sebagai Pewarna Alami Ramah Lingkungan bagi Pengrajin Batik Zie. Makassar: Jurnal Panrita Abdi, Volume 3, No. 2.
- [8] S. Indrahti. 2017. Potret Jiwa Kewirausahaan Pengusaha Kerajinan Ukir di Jepara. Humanika.
- [9] Badan Resmi Statistik. 2019. Pertumbuhan Ekonomi Kota Semarang tahun 2019, No. 10/03/3374. Th. I, 2 Maret 2019, (<https://semarangkota.bps.go.id/pressrelease/2020/03/03/74/ekonomi-kota->

semarang-tahun-

2019.html#:~:text=Ekonomi%20Kota%20Semarang%20tahun%202019%20tumbuh%206%2C86%20persen%2Cmenguat,(15%2C77%20persen, diakses pada 18 November 2020).

- [10] UMKM-Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang (<https://diskopumkm.semarangkota.go.id/informasi-publik/informasi-berkala/umkm>, diakses pada 18 November 2020).
- [11] E. Suherman. 2008. Desain Pembelajaran Kewitrusahaan. Bandung: Alfabeta.
- [12] Tamaya, Vicka, Susi Sulandri, dan Dyah Lituhayu. 2013. Optimalisasi Kampung Batik dalam Mengembangkan Industri Batik Semarang di Kota Semarang. Semarang: Journal of Public Policy and Manusiament, Vol. 2, No. 1,
- [13] W. Soemanto. 1984. Pendidikan Wiraswasta. Malang: Penerbit Bumi Aksara.

#### **DAFTAR INFORMAN UMKM DI SEMARANG**

NO.	NAMA UMKM	PEMILIK/PENGUSAHA	ALAMAT	NO. HP
1.	Tlogo Kreasi Sulam Pita	Rini		085741234861
2.	Wingko Babat Cap Pohon Kelapa	Isma		08228108305
4.	Pia Aras (Ketua koperasi Dumas)	Mariani		081325594836
5.	Batik Umi Meteseh	Edy Prayitno		0811289444
6.	Kampung Nasi Ayam	Triasih		081326463930
7.	Batik Listyowati	Listyowati		081327992111
9.	Roti Kering	Sari		081242879569
10.	Sulam Pita	Ana		08122550442