

BAB II

GAMBARAN UMUM KOTA SEMARANG DAN USAHA MIKRO OLAHAN BANDENG DI KOTA SEMARANG

2.1. Gambaran Umum Kota Semarang

Kota Semarang memiliki luas sebesar 373,70 km atau 37.366.836 Ha terdiri dari 16 kecamatan dan 117 kelurahan. Penduduk Kota Semarang mempunyai ragam mata pencaharian yaitu pedagang, pegawai pemerintah, pekerja pabrik, petani, dan lain sebagainya. “Kota Semarang merupakan kota Metropolitan dan juga merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah, memiliki berbagai fasilitas umum yang memadai seperti pelabuhan, kesehatan, kawasan bisnis, dan masih banyak lainnya. Struktur industri besar dan sedang di Kota Semarang dikuasai oleh industri makanan, industri furnitur dan industri karet, barang dari karet dan plastik yang jumlahnya sebanyak 135 perusahaan atau 43,13% dari jumlah perusahaan industri di Kota Semarang. “Kota Semarang terletak antara garis 6°50’-7°10’ Lintang Selatan dan garis 109°35-110°50’ Bujur Timur. Ketinggian Kota Semarang terletak antara 0,75 – 348,00 di atas garis pantas”. Batas wilayah Kota Semarang adalah sebagai berikut:

1. Batas sebelah utara : Laut Jawa (garis pantai meliputi 13,6 Km)
2. Batas sebelah timur : Kabupaten Demak
3. Batas sebelah selatan : Kabupaten Semarang
4. Batas sebelah barat : Kabupaten Kendal

Luas wilayah Kota Semarang tercatat 373,70 Km². Luas wilayah terdiri dari 39.56 Km² (10,59%) tanah sawah dan 334,14 (89,41%) bukan lahan sawah. Lahan

kering sebagian besar digunakan sebagai pekarangan/tanah untuk bangunan dan halaman sekitar, yaitu sebesar 42,17% dari total lahan bukan sawah.

Tabel 2.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Semarang

No.	Kecamatan	Luas (Km ²)
1.	Gajah Mungkur	9,07
2.	Gunung Pati	54,55
3.	Banyumanik	25,69
4.	Mijen	57,55
5.	Semarang Selatan	5,93
6.	Pedurungan	20,72
7.	Tembalang	44,20
8.	Candisari	6,54
9.	Genuk	27,39
10.	Gayamsari	6,18
11.	Semarang Timur	7,70
12.	Semarang Utara	10,97
13.	Semarang Tengah	6,14
14.	Semarang Barat	21,74
15.	Tugu	31,78
16.	Ngaliyan	37,99
Kota Semarang		373.70

Sumber : BPS Kota Semarang, 2019

Kota Semarang memiliki kesiapan infrastruktur untuk dikembangkan sebagai sentra industri bandeng di Jawa Tengah. Kesiapan yang dimaksud diantaranya meliputi infrastruktur listrik, jalan, komunikasi, air bersih, pelabuhan dan bandara”. Di Kota Semarang juga terdapat kawasan industri yang cocok untuk lokasi industri pengolahan bandeng.

2.2. Gambaran Umum Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang

2.2.1. Prospek Ikan Bandeng di Kota Semarang

Terkait dengan kebijakan Provinsi Jawa Tengah salah satu visi perkembangan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013-2018 yaitu “Menuju Jawa Tengah Sejahtera dan Berdikari – *Mboten Korupsi, Mboten Ngapusi*”. Sesuai pendekatan tersebut, maka proses pembangunan di Provinsi Jawa Tengah

mengacu dan selaras pada visi tersebut, termasuk pembangunan industri bandeng di Jawa Tengah. Pembangunan industri bandeng di Jawa Tengah juga mendukung visi mewujudkan Jawa Tengah yang sejahtera dan berdikari (Dinas Perikanan & UNDIP, n.d.).

Perwujudan visi pembangunan ditempuh melalui misi yaitu “Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat yang Berkeadilan, Menanggulangi Kemiskinan dan Pengangguran”. Misi tersebut bertujuan untuk meningkatkan produk berkualitas ekspor dan menurunkan jumlah penduduk miskin. Tujuan yang ingin dicapai mengacu pada sasaran yakni menurunnya angka kemiskinan di Jawa Tengah serta meningkatnya kualitas produk unggulan orientasi ekspor salah satunya dengan memanfaatkan potensi perikanan bandeng. Sebenarnya, petunjuk pelaksanaan daerah dibentuk dengan mengambil penanda dari program kebutuhan yang ditentukan sebelumnya (*outcome*) atau kompositnya (*impact*). “Selanjutnya, indikator kinerja daerah dibagi menjadi 3 (tiga) aspek yaitu aspek kesejahteraan masyarakat, aspek pelayanan umum, serta aspek daya saing daerah”. Industri perikanan bandeng dapat menjadi salah satu *outcome* program pembangunan daerah yang dapat dikategorikan dalam indikator kinerja pada aspek kesejahteraan masyarakat.

Potensi perikanan Jawa Tengah dapat dijumpai pada kabupaten dan pesisir, yakni di pantai utara dan pantai selatan Jawa Tengah, terutama perikanan laut dan air payau, termasuk perikanan bandeng. Bandeng sebagai salah satu potensi perikanan di Jawa Tengah menjadi pertimbangan untuk dikembangkan sebagai komoditas unggulan karena ikan tersebut mudah dibudidayakan. Sebagai ikan khas Indonesia, bandeng dapat diolah menjadi berbagai varian menu olahan.

Ikan bandeng banyak dibudidayakan oleh masyarakat yang berdomisili di sepanjang pantai utara pulau Jawa, khususnya Kota Semarang. Olahan bandeng pun menjadi oleh-oleh khas di Jawa Tengah.

Ikan bandeng memiliki beberapa kelebihan, diantaranya: rasa yang diterima pasar, kandungan gizi yang tinggi, dan harga terjangkau. “Kandungan protein ikan bandeng sekitar 20%-24% yang terdiri dari asam amino glutamat 1,23% dan lisin 2,25% serta kaya akan kandungan asam lemak omega 3 yang mencapai 14,2% dari total lemak” (Dewi, et al., 2019). Namun, ikan bandeng juga memiliki kelemahan, diantaranya; duri yang banyak dan resiko bau tanah. Akan tetapi kelemahan tersebut juga bisa diatasi yaitu resiko bau tanah dapat dikurangi dengan pengelolaan kualitas air. Sedangkan duri yang banyak dapat diselesaikan dengan metode pengolahan bandeng cabut duri maupun bandeng duri lunak.

Ikan bandeng sebagian besar diproduksi atau dibudidayakan di tambak. Sentra produksi bandeng di Jawa Tengah adalah di Kota Semarang. Beraneka ragam makanan olahan bandeng di Kota Semarang umumnya memiliki kemungkinan yang sangat baik untuk dikembangkan. Bandeng selama ini memang menjadi salah satu sumber hidangan khas Kota Semarang yang dikenal disemua sisi budaya Indonesia, khususnya para wisatawan Kota Semarang. Dimana terdapat berbagai jenis bandeng yang diolah yaitu bandeng presto (bandeng duri lunak), bandeng tanpa duri, otak-otak bandeng, bandeng asap, bandeng pepes serta berbagai macam produk kuliner dari ikan bandeng lainnya.



Gambar 2.1 Aneka Produk Olahan Bandeng
Sumber: Data Primer, 2021

Letak yang strategis dimana Kota Semarang berada di tengah-tengah jalur fundamental tepi Utara Pulau Jawa, menjadikan kota ini tercipta dan berkreasi, seperti halnya potensi aset perikanan yang sangat signifikan di kota Semarang dan menjadi salah satu hal yang lumrah. Oleh-oleh khas Semarang, termasuk olahan ikan bandeng dengan berbagai jenis, salah satunya adalah bandeng presto. Kawasan jalan Pandanaran merupakan pusat dari bandeng presto di Semarang. Pasar Ikan Rejomulyo atau yang dikenal dengan sebutan Pasar Kobong merupakan pasar ikan segar terbesar di Semarang. Sebagian besar para produsen olahan bandeng membeli ikan bandeng di pasar ini, dikarenakan pasar ini menjadi rujukan harga ikan konsumsi bagi para pedagang ikan yang tersebar di berbagai pelosok Kota Semarang dan kota-kota sekitar (Rembang, Pati, Jepara, Kudus, Demak, Kendal, Pekalongan, dan lain-lain).

2.2.2. Usaha Mikro Olahan Bandeng di Wilayah Tembalang, Krobokan, dan Tambakrejo

Ikan bandeng dapat diolah menjadi berbagai varian produk siap konsumsi. Salah satu oleh-oleh khas Kota Semarang yang ditemukan tidak hanya di toko-

toko atau pusat oleh-oleh namun juga banyak dijual di pasar-pasar tradisional yaitu bandeng presto. Ikan bandeng memiliki kandungan gizi khususnya omega 3, tidak kalah dari ikan impor yaitu ikan salmon bahkan ikan bandeng Omega 3 nya lebih tinggi daripada ikan salmon. Kualitas olahan bandeng khususnya bandeng presto yang dihasilkan usaha mikro sangat dipengaruhi aspek pemasaran. Sejauh ini, segmen pasar bandeng presto produksi Usaha Mikro di Wilayah Tembalang, Krobokan, dan Tambakrejo 90% dijual di pasar tradisional di Kota Semarang. Sebagian besar dijual tanpa kemasan yang menarik atau dengan kemasan namun sangat sederhana. Promosi produk hampir tidak ada, jadi meskipun rasanya lebih enak dan biayanya lebih murah, tanpa promosi dan kemasan yang menarik, pembeli akan kurang tertarik. Hal ini diidentikkan dengan manajemen usaha, mengingat selama ini manajemennya masih sederhana dan konvensional, sehingga bagian-bagian pembukuan, kemasan, promosi, dan jaringan pemasaran tidak banyak diperhatikan. Berbeda dengan pengusaha olahan bandeng moderen yang hampir tidak ditemukan kendala yang berarti, setiap harinya omzet yang didapat bisa dibilang memenuhi target. Hal ini dikarenakan mereka mempunyai peralatan yang memadai sehingga kapasitas produksinya dapat maksimal serta efektif dan efisien. Sebaliknya, sebagian besar usaha mikro olahan bandeng asli Semarang nasibnya belum sebaik pengusaha olahan bandeng yang dikelola secara modern.

Usaha mikro olahan bandeng di Kota Semarang tersebar di berbagai wilayah kelurahan yang ada. Dalam penelitian ini penulis mengambil responden sebanyak 51 respondeng yang tersebar di 3 wilayah yaitu Tembalang, Krobokan, dan Tambakrejo. Pemilihan lokasi penelitian ini terkait dengan ditetapkannya

kelurahan Krobokan dan Tamabakrejo sebagai Kampung Tematik yaitu Kampung Sentra Bandeng di Kota Semarang.



Gambar 2.2 Tambakrejo Sebagai Kampung Tematik Sentra Bandeng
Sumber : Data Primer, 2021

Kampung Sentra Bandeng yang ada di Tambakrejo bermula dari sebuah kelompok usaha bernama Mina Makmur yang diketuai oleh Ibu Hartini Darmono. Mulai aktif di “dunia bandeng” di akhir tahun 1980an silam, Ibu Hartini Darmono ingin meningkatkan nilai jual ikan bandeng di pasaran, selain itu terdapat niat yang baik untuk membantu perekonomian masyarakat Tambakrejo khususnya para ibu-ibu yang kemudian diajaknya untuk membangun sebuah kelompok wanita tani nelayan. Berjalan seiring waktu kelompok tersebut berkembang dan sudah menghasilkan berkilo-kilo bandeng untuk di produksi dan dijual. Usaha Bandeng UD Mina Makmur milik Ibu Hartini Darmono pun sukses di Pasaran nasional hingga sudah melakukan ekspor. Seiring berjalannya waktu, melihat adanya peluang usaha olahan bandeng tersebut kemudian banyak dari para

anggota kelompok yang keluar yang kemudian membuat sendiri olahan bandeng dengan merek dari masing-masing pelaku usaha. Hal ini yang menyebabkan kelurahan Tambakrejo disebut Kampung Sentra Bandeng karena banyaknya kepala keluarga yang menjadi pengusaha rumahan (UMKM) olahan bandeng (Wijaya et al., n.d.).

Tidak hanya Kelurahan Tambakrejo, wilayah Krobokan, Semarang Barat juga dikenal dengan sebutan Kampung Bandengnya. Hal ini dikarenakan banyaknya warga masyarakat Krobokan menjual makanan olahan bandeng. Salah satu usaha mikro yang terkenal di Krobokan yaitu *Home Industri Milkfish New Istiqomah* yang sudah ada sejak tahun 1997, pemilik usaha ini dan sekaligus ketua Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklahsar) wilayah Krobokan yaitu Bapak Petrus Sugiyanto.



Gambar 2.3 Kelurahan Krobokan Sebagai Kampung Bandeng

Sumber: Data Primer, 2021

Menurut beliau, wilayah sekitar Krobokan termasuk daerah pantura, yang mana banyak warganya bermata pencaharian sebagai nelayan. Dari situ Bapak Petrus mempunyai keinginan untuk mengajak sekaligus memberdayakan ibu-ibu sekitar untuk membuat olahan bandeng. Banyak yang tertarik dan setelah bisa membuatnya sebagian besar dari mereka mandiri untuk melakukan produksi

secara sendiri-sendiri. Dalam proses produksinya masih banyak warga yang menemui berbagai kendala yaitu pemahaman dan pengolahan untuk memproduksi olahan bandeng presto yang empuk, nikmat, dan bernilai gizi tinggi. Disisi lain juga terdapat masalah permodalan. Pasalnya bahan baku utamanya yaitu ikan bandeng itu sendiri tidak murah.

Selain wilayah Tambakrejo dan Krobokan, wilayah lainnya yang menjadi objek penelitian yaitu wilayah Tembalang. Tembalang merupakan salah satu ruang perluasan Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah yang diperuntukkan sebagai kawasan untuk kemajuan pendidikan seperti penginapan dan pemukiman. Tembalang memang bukan daerah pantura atau darah pesisir, namun di daerah ini masih di jumpai para pelaku usaha mikro olahan bandeng walaupun memang jumlahnya yang tidak banyak. Menurut Ibu Atik salah satu pelaku usaha mikro olahan bandeng, di daerah tembalang memang bukan sentra kampung bandeng dan juga jumlah pelaku usaha bandeng juga tidak banyak dan tersebar di seluruh Kecamatan Tembalang, artinya tidak ada kelurahan khusus di Kecamatan Tembalang yang memproduksi olahan bandeng presto. Untuk mendapatkan bahan baku Ibu Atik harus ke Pasar Kobong yang jaraknya lumayan jauh. Pemasaran yang dilakukan oleh Ibu Atik juga masih di Pasar Tradisional dan sering kali melalui online dengan aplikasi *WhatsApp*. Dalam penelitian ini penulis mengambil responden di Wilayah Tembalang tersebar di berbagai kelurahan diantaranya yaitu kelurahan Meteseh 1 responden, kelurahan Mangunharjo 2 responden, dan kelurahan Tandang 3 responden. Sehingga total responden wilayah Tembalang yaitu 6 responden.

2.3. Identitas Responden

Identitas responden merupakan gambaran umum mengenai deskripsi informasi dari responden. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui rekapitulasi hasil kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 51 orang yang merupakan Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang. “Identitas responden dalam penelitian ini meliputi: pendidikan, jenis kelamin, lamanya berdiri, jumlah karyawan, omzet per bulan, melakukan inovasi produk, dan Pasar/market”. Pengisian kuesioner penelitian dilakukan secara langsung saat bertemu responden untuk meminta kepada responden agar memberikan pendapat berupa penilaian pada setiap item pertanyaan yang ditanyakan dan menanyakan alasan dalam menjawab item pertanyaan tersebut. setelah seluruh responden dengan jumlah 51 orang pelaku Usaha Mikro Olahan Bandeng melakukan pengisian data pada kuesioner yang akan dijelaskan dibawah ini:

2.3.1. Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan dalam penelitian ini adalah pendidikan formal terakhir yang sudah diselesaikan oleh responden.

Tabel 2.2 Identitas Responden Menurut Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	SD	10	19,61
2.	SMP	8	15,69
3.	SMA	23	45,10
4.	Diploma	4	7,84
5.	Sarjana	6	11,76
	Jumlah	51	100,00

Sumber: Data primer, diolah 2021

Sesuai dengan tabel 2.2 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pemilik Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang berpendidikan terakhir adalah tamat SMA sebanyak 45,10% dari total keseluruhan responden. Selanjutnya sebanyak

19,61% responden berpendidikan terakhir SD, dan untuk responden berpendidikan terakhir SMP sebanyak 15,69%, Diploma 7,84%, serta sarjana 11,76%. Data di atas menunjukkan pendidikan dari responden mempunyai berbagai tingkatan pendidikan yang baik sehingga bisa memahami dan menjawab pertanyaan di kuesioner.

2.3.2. Jenis Kelamin

Dari data yang didapatkan dalam kuesioner, maka dapat diketahui klasifikasi terkait jenis kelamin responden. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.3 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	12	23,53
2.	Perempuan	39	76,47
	Jumlah	51	100,00

Sumber: Data primer, diolah 2021

Dari tabel 2.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 39 orang (76,47%) dan sisanya laki-laki sebesar 12 orang (23,53%).

2.3.3. Lama Usaha Berdiri

Dari data yang diperoleh dalam kuesioner dapat dilihat gambaran mengenai lama usaha :

Tabel 2.4 Lama Usaha Responden

No.	Lama Usaha	Jumlah	Persentase (%)
1.	1 – 5 tahun	15	29,41
2.	6 – 10 tahun	17	33,33
3.	11 – 15 tahun	7	13,73
4.	> 16 tahun	12	23,53
	Jumlah	51	100,00

Sumber: Data primer, diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa lama usaha responden terbanyak adalah 6 – 10 tahun sebanyak 33,33%, sedangkan yang memiliki usaha

1 – 5 tahun sebanyak 29,41%, 11 – 15 tahun sebanyak 13,73%, dan yang memiliki usaha lebih dari 16 tahun adalah sebanyak 23,53%. Seiring berjalannya waktu semakin banyak yang menggeluti usaha olahan bandeng.

2.3.4. Jumlah Karyawan Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, data mengenai jumlah karyawan responden, adalah sebagai berikut:

Tabel 2.5 Jumlah Karyawan Responden

No.	Jumlah Karyawan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tidak memiliki	18	35,29
2.	1 – 5 orang	27	52,94
3.	6 – 10 orang	5	9,80
4.	> 10 orang	1	1,96
	Jumlah	51	100,00

Sumber: Data primer, diolah 2021

Berdasarkan tabel 2.5 dapat diketahui bahwa responden responden terbanyak adalah yang memiliki karyawan 1 – 5 orang yaitu sebesar 52,94%, kemudian sebanyak 35,29% responden tidak memiliki karyawan. Hal ini dikarenakan usaha yang dijalankan berada pada tingkat industri kecil atau industri rumah tangga. Responden dengan jumlah karyawan 6 – 10 orang hanya 9,80% dan yang memiliki karyawan lebih dari 10 orang adalah 1,96%. Biasanya pelaku UMKM ini sudah lama berdiri dan sudah terkenal di Kota Semarang.

2.3.5. Omzet Penjualan per Bulan Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, data mengenai penghasilan per bulan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.6 Omzet per Bulan Responden

No.	Omzet/bulan	Jumlah	Persentase (%)
1.	1.000.000 – 5.000.000	23	45,10
2.	6.000.000 – 10. 000.000	14	27,45
3.	11. 000.000 – 15. 000.000	5	9,80
4.	> 16.000.000	9	17,65
	Jumlah	51	100,00

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan tabel 2.6 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah mereka yang berpenghasilan antara 1.000.000 – 5.000.000 yaitu sebanyak 45,10%. Hal tersebut dikarenakan para pengusaha kebanyakan para Usaha Mikro Olahan Bandeng hanya memasarkan produk olahannya di satu tempat yaitu di pasar tradisional dan hanya satu varian produk saja. Responden dengan penghasilan tertinggi kedua yaitu sebesar 6.000.000 – 10. 000.000 atau sebanyak 27,45%., yaitu para pelaku yang memasarkan produknya melalui online dan juga sudah mempunyai lebih dari satu varian produk olahan bandeng. Selanjutnya untuk responden dengan penghasilan 11. 000.000 – 15. 000.000 yaitu sebanyak 9,80% dan responden dengan penghasilan lebih dari 16. 000.000 adalah para pelaku Usaha Mikro Olahan Bandeng yang sudah didukung oleh teknologi pembuatan yang mumpuni, dan juga sumber daya manusia (karyawan) yang memadai, serta mempunyai varian produk lebih dari satu dan dikemas semenarik mungkin dengan presentase omzet sebesar 17,65%.

2.3.6. Melakukan Inovasi Produk

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner, dapat diketahui klasifikasi terkait dengan apakah responden dalam melakukan usahanya melakukan inovasi produk atau tidak. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.7 Melakukan Inovasi Produk

No.	Melakukan Inovasi Produk	Jumlah	Persentase (%)
1.	Ya	27	52,94
2.	Tidak	24	47,06
	Jumlah	51	100,00

Sumber: Data primer, diolah 2021

Berdasarkan tabel 2.7 dapat disimpulkan bahwa sebanyak 52,94% pelaku Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang sudah melakukan inovasi produk di usahanya. Inovasi produk yang dilakukan berupa menambah varian produk yang dihasilkan dan proses produksinya yang lebih efektif dan efisien. Selain itu ada juga yang melakukan inovasi di layanan usahanya dengan bisa dipesan melalui media online. Serta melakukan inovasi pada kemasannya agar menarik perhatian konsumen.



Gambar 2.4 Salah Satu Pemilik Usaha yang Melakukan Inovasi Produk
Sumber: Data Primer, 2021

2.3.7. Pemasaran

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, dapat diketahui data mengenai tempat pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku Usaha Mikro Olahan Bandeng di kota Semarang, adalah sebagai berikut:

Tabel 2.8 Tabel Pemasaran Usaha Mikro Olahan Bandeng

No.	Tempat Pemasaran	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pasar Tradisional	44	86,27
2.	Toko Oleh-oleh	7	13.73
	Jumlah	51	100,00

Sumber: Data primer, diolah 2021

Berdasarkan tabel 2.8 dapat diketahui bahwa responden terbanyak yaitu yang melakukan pemasaran produknya di pasar tradisional yaitu sejumlah 44 responden atau sebesar 86,27% sedangkan sebanyak 13,73% melakukan pemasaran di toko oleh-oleh dan sebagian juga membuka toko sendiri di rumah.