

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kajian Pemberdayaan Masyarakat

1) Definisi Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan berasal dari kata dasar daya yang berarti "kekuatan". Kata ini merupakan terjemahan dari istilah bahasa Inggris "empowerment", yang berarti bahwa pemberdayaan adalah proses pemberian kekuatan atau kekuasaan kepada kelompok lemah yang belum memiliki kekuatan atau kekuasaan untuk hidup secara mandiri, terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan hidup seperti pangan, sandang, papan, kesehatan, dan pendidikan (Hamid, H: 2018). Menurut Sulistiyani (2004:77), pemberdayaan dipandang sebagai suatu proses yang mengarah pada keberdayaan, yaitu suatu proses perolehan daya, kemampuan, atau kekuatan dari pihak yang telah memilikinya dan memberikannya kepada pihak yang belum memilikinya.

Menurut Mardikanto dan Soebianto (2012:61) dalam Hamid, H. (2018) mengemukakan bahwa pemberdayaan adalah seperangkat tindakan yang dimaksudkan untuk meningkatkan dan memaksimalkan keberdayaan (sebagai sarana untuk meningkatkan kapasitas dan keunggulan terhadap pesaing) kelompok-kelompok yang terpinggirkan dalam masyarakat, seperti mereka yang sedang bergelut dengan kemiskinan. Pemberdayaan, sebagai sebuah proses, adalah kapasitas untuk terlibat, untuk memanfaatkan peluang, untuk mendapatkan sumber daya dan layanan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup (secara individu, kelompok, dan, secara luas, dalam masyarakat). Dengan perspektif ini, pemberdayaan dapat dilihat sebagai prosedur yang disengaja untuk memperluas cakupan atau meningkatkan kegunaan dari hal yang diberdayakan.

Menurut Wibowo dan Mulyono (2018:32), pemberdayaan masyarakat adalah sebuah proses sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas

dan keterampilan masyarakat agar mereka mampu mandiri dan bersaing di dunia kerja.

Pemberdayaan masyarakat, menurut Soetomo (2011: 69) dalam Sugandi (2019), adalah strategi yang memberikan kesempatan dan kewenangan yang lebih besar kepada masyarakat - terutama masyarakat lokal - untuk mengawasi proses pembangunan. Disebutkan pula bahwa masyarakat atau lapisan masyarakat yang tertinggal harus menjadi fokus pemberdayaan. Selain meningkatkan potensi ekonomi individu, pemberdayaan masyarakat juga melestarikan sistem nilai budaya lokal dan meningkatkan martabat, kepercayaan diri, dan harga diri individu. Sebagai sebuah gagasan sosial-budaya yang diterapkan pada pembangunan yang berpusat pada masyarakat, pemberdayaan meningkatkan dan menghasilkan nilai tambah sosial dan budaya di samping nilai tambah ekonomi.

2) Tujuan Pemberdayaan Masyarakat

Sulistiyani (2004: 80) menyatakan bahwa tujuan pemberdayaan adalah untuk memungkinkan masyarakat yang tidak berdaya mencapai kemandirian. Kemandirian ini mencakup kemandirian dalam kognisi, perilaku, dan penguasaan atas tindakan mereka. Bahkan, kemandirian yang dimaksud tidak hanya dalam bidang ekonomi, tetapi juga mencakup aspek sosial dan budaya, kebebasan berbicara dan berpendapat, dan bahkan kemampuan masyarakat untuk memilih hak-hak politiknya sendiri. Sebuah program atau kegiatan pemberdayaan pada akhirnya harus bertujuan untuk menciptakan kemandirian masyarakat dalam mengambil keputusan yang terbaik bagi diri mereka sendiri.

Menurut Hamid, H. (2018), tujuan utama dari pemberdayaan adalah untuk meningkatkan kekuatan masyarakat, terutama bagi kelompok yang lebih lemah yang ditindas oleh struktur masyarakat yang tidak adil atau faktor internal yang mengakibatkan mereka merasa tidak berdaya. Memahami kelompok lemah dan alasan di balik ketidakberdayaan mereka sangat penting untuk memahami pemberdayaan secara utuh.

Menurut Suharto (2010: 60), ada beberapa kelompok yang masuk ke dalam kategori kelompok lemah atau tidak berdaya, di antaranya adalah kelompok-kelompok seperti:

- a. Lemah secara struktural, yang berarti bahwa mereka diperlakukan tidak adil dan didiskriminasi karena jenis kelamin, ras, atau kelas mereka (mereka yang berasal dari kelas sosial ekonomi yang lebih rendah).
- b. Kelompok-kelompok yang sangat rentan, termasuk orang tua, anak-anak, orang dewasa muda, penyandang disabilitas, pasangan homoseksual dan lesbian, dan populasi yang terpinggirkan.
- c. Individu yang lemah, seperti mereka yang sedang mengalami masalah keluarga atau masalah pribadi.

Mardikanto dan Poerwoko (2017:111-112), tujuan pemberdayaan meliputi berbagai upaya perbaikan, yaitu:

- a. Perbaikan pendidikan (*better education*) artinya, pemberdayaan harus dirancang sebagai suatu bentuk pendidikan yang lebih baik. Peningkatan pendidikan yang dihasilkan dari pemberdayaan tidak hanya mencakup perubahan dalam materi, metode penyampaian, penjadwalan, lokasi, dan dinamika antara penerima manfaat dan fasilitator. Hal yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana meningkatkan pendidikan non-formal dalam kerangka pemberdayaan dapat mendorong kecintaan belajar sepanjang hayat yang tidak mengenal batasan usia atau waktu.
- b. Perbaikan aksesibilitas (*better accessibility*) artinya, penggunaan aksesibilitas akan meningkat seiring dengan meluasnya dan matangnya budaya belajar sepanjang hayat, terutama yang berkaitan dengan sumber informasi dan inovasi, sumber pendanaan, pemasok peralatan, dan organisasi pemasaran.
- c. Perbaikan tindakan (*better action*) artinya, diharapkan bahwa kegiatan-kegiatan tersebut akan meningkat dengan adanya pendidikan yang lebih baik dan aksesibilitas terhadap berbagai sumber daya (manusia, alam, dan sumber daya lainnya) yang lebih baik.

- d. Perbaiki kelembagaan (*better institution*) artinya, untuk membangun posisi negosiasi yang kuat di dalam masyarakat, diharapkan bahwa seiring dengan meningkatnya kegiatan dan tindakan, lembaga-lembaga masyarakat juga akan meningkat. Hal ini terutama berlaku dalam hal pertumbuhan jaringan kemitraan bisnis.
- e. Perbaiki usaha (*better business*) artinya, Diperkirakan bahwa kegiatan pembelajaran, aktivitas, dan peningkatan kelembagaan akan meningkat dengan adanya peningkatan lingkungan belajar, aktivitas, dan kelembagaan.
- f. Perbaiki pendapatan (*better income*) artinya, penghasilan yang diperoleh, serta pendapatan keluarga dan komunitas, seharusnya meningkat sebagai hasil dari perbaikan usaha yang mereka kelola.
- g. Perbaiki lingkungan (*better environment*) artinya, Karena kemiskinan dan pendapatan yang rendah sering kali menjadi akar penyebab kerusakan lingkungan, maka pendapatan yang lebih tinggi dapat memberikan dampak positif bagi lingkungan fisik dan sosial.
- h. Perbaiki kehidupan (*better living*) artinya, Diharapkan bahwa lingkungan yang sehat dan tingkat pendapatan yang cukup akan meningkatkan kualitas hidup setiap keluarga dan masyarakat.
- i. Perbaiki masyarakat (*better community*) artinya, Diharapkan bahwa kondisi kehidupan yang lebih baik, yang diperkuat oleh lingkungan sosial dan fisik yang lebih baik, akan meningkatkan kehidupan masyarakat.

3) Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Elliott dalam Mardikanto (2017: 159), ada tiga metode yang berbeda dalam pemberdayaan, yaitu pendekatan pembangunan, pendekatan kesejahteraan, dan pendekatan pemberdayaan. Pendekatan-pendekatan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pendekatan kesejahteraan (*welfare approach*), yang lebih berfokus pada membantu masyarakat dalam menghadapi bencana alam, alih-alih

bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dari kemiskinan dan ketidakberdayaan mereka dalam proses politik, namun lebih berfokus pada membantu masyarakat menghadapi bencana alam, dll.

- b. Pendekatan pembangunan (*development approach*), yang menekankan pada pengembangan kemampuan, kemandirian, dan kesejahteraan
- c. Pendekatan pemberdayaan (*empowerment approach*), strategi ini menekankan pada bagaimana proses demokrasi dapat mengakhiri kemiskinan, yang merupakan akar dari ketidakberdayaan. Program-program pelatihan pemberdayaan digunakan dalam strategi ini untuk membantu masyarakat agar dapat segera keluar dari ketidakberdayaan.

4) Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Salah satu proses dan dampak penting dalam pelaksanaan dan pengelolaan operasi yang efektif untuk memenangkan persaingan adalah strategi, yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Menurut Ismawan dalam Mardikanto (2017:17), menyebutkan lima program untuk strategi pemberdayaan, antara lain:

- a. Pengembangan sumberdaya manusia, ini mencakup berbagai instruksi dan pelatihan dalam keterampilan manajemen kelembagaan kelompok, produksi, dan praktik bisnis untuk para administrator dan anggota kelompok.
- b. Pengembangan kelembagaan kelompok, Hal ini mencakup dukungan untuk anggaran rumah tangga, manajemen, administrasi, dan prosedur organisasi.
- c. Pemupukan modal masyarakat, menghubungkan organisasi dengan lembaga keuangan terdekat agar dapat mengakses lebih banyak dana.
- d. Pengembangan usaha produktif, ini termasuk meningkatkan usaha dan penawaran yang menguntungkan, pemasaran yang didukung oleh riset pasar dan penilaian kelayakan perusahaan.
- e. Penyediaan informasi tepat guna, khususnya dalam bentuk publikasi buku, majalah, dan program pemaparan yang dapat memberikan

wawasan yang dapat merangsang kreativitas untuk lebih banyak inovasi perusahaan.

Menurut Suharto (2009: 34) lima aspek pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan dengan pemungkinan, penguatan, perlindungan, penyokongan, dan pemeliharaan yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pemungkinan, tujuan dari pemberdayaan adalah untuk menumbuhkan lingkungan atau iklim yang memaksimalkan potensi masyarakat yang kurang mampu. Mereka yang kurang mampu harus mampu mengatasi rintangan struktural dan kultural melalui pemberdayaan.
- b. Penguatan, melalui peningkatan pengetahuan dan kemampuan masyarakat miskin untuk memenuhi kebutuhan mereka dan mengatasi kesulitan. Masyarakat miskin harus dapat memperoleh semua keterampilan dan kepercayaan diri yang diperlukan untuk mempertahankan kemandirian mereka melalui pemberdayaan.
- c. Perlindungan, tujuan pemberdayaan haruslah untuk menjaga agar masyarakat-terutama kelompok yang lemah-tetap aman dari penindasan oleh kelompok yang kuat, mencegah persaingan yang tidak sehat dan tidak seimbang antara yang kuat dan yang lemah, serta mencegah agar kelompok yang lemah tidak diperalat oleh kelompok yang kuat. Menghilangkan segala bentuk dominasi dan diskriminasi yang tidak menguntungkan masyarakat kecil adalah tujuan utama pemberdayaan.
- d. Penyokongan, atau pemeliharaan bimbingan dan dukungan dengan demikian, masyarakat miskin dapat memenuhi kewajiban mereka dan memenuhi pekerjaan mereka dalam kehidupan. Masyarakat miskin perlu didukung dengan pemberdayaan agar tidak semakin rentan dan tersisih.
- e. Pemeliharaan, dalam arti melestarikan keadaan yang memungkinkan alokasi kewenangan yang adil di antara berbagai kelompok sosial. Agar setiap orang dapat mengambil keuntungan dari prospek komersial, pemberdayaan harus mampu menjaga perdamaian dan keseimbangan.

2.1.2 Kajian Pengembangan UMKM

1) Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 menjelaskan definisi usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha yang menguntungkan yang dijalankan oleh orang perorangan atau organisasi bisnis perorangan yang memenuhi persyaratan yang diuraikan dalam peraturan pemerintah ini tentang usaha mikro.
- b. Usaha kecil adalah usaha 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 diatur dalam peraturan pemerintah ini.
- c. Usaha menengah adalah usaha yang menguntungkan yang beroperasi secara independen dan dijalankan oleh orang atau organisasi yang tidak berfungsi sebagai anak perusahaan atau cabang perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi dengan usaha kecil atau usaha besar. Kriteria usaha menengah juga harus memenuhi persyaratan usaha menengah sebagaimana diuraikan dalam peraturan pemerintah ini.

Menurut Sudaryanto (2013) berdasarkan perkembangannya, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 kelompok yaitu:

- a. *Livelihood Activities*, pedagang kaki lima merupakan salah satu contoh UMKM yang dimanfaatkan sebagai peluang kerja di sektor informal yang lebih dikenal luas.
- b. *Micro Enterprise*, adalah UMKM yang memiliki kualitas seperti pengrajin tetapi tidak memiliki jiwa kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, adalah UMKM dengan jiwa kewirausahaan yang dapat melakukan kegiatan ekspor dan subkontrak.

- d. *Fast Moving Enterprose*, adalah UMKM yang berkembang menjadi Usaha Besar (UB) dan memiliki jiwa kewirausahaan.

Nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset tahunan rata-rata, atau jumlah tenaga kerja tetap adalah cara-cara yang umumnya digunakan untuk membedakan antara usaha mikro (UMI), usaha kecil (UKA), dan usaha menengah (UM).

2) Ciri Khas UMKM

UMI, UK, dan UM berbeda satu sama lain dalam kategori UMKM dalam beberapa hal yang dapat dilihat dengan mudah di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Hal-hal tersebut meliputi orientasi pasar, prospek pemilik, jenis pekerjaan yang tersedia di perusahaan, sistem organisasi dan manajemen yang digunakan, tingkat mekanisme yang digunakan dalam proses produksi, sumber modal dan bahan baku, lokasi perusahaan, hubungan dengan dunia luar, dan sejauh mana perempuan terlibat dalam kewirausahaan (Hanım, L: 2018).

Tabel 2.1 Ciri Khas UMI, UK, dan UM di NSB

No	Aspek	UMI	UK	UM
1	Formalitas	beroperasi dalam bisnis yang tidak terdaftar dengan pembayaran pajak yang minim atau bahkan tidak ada sama sekali; termasuk sektor informal.	Sebagian kecil membayar pajak, sebagian tidak terdaftar, dan sebagian lagi bekerja di sektor resmi.	Semua terdaftar dan membayar pajak di sektor resmi.
2	Organisasi dan Manajemen	Dikelola oleh pemilik; tidak mengantisipasi	Dikelola oleh pemilik; tidak ada	Banyak orang menggunakan ILLD, MOF, dan

No	Aspek	UMI	UK	UM
		sistem pembukaan formal (ACS), manajemen formal dan struktur organisasi (MOF), atau pembagian kerja internal (ILD).	MOF, ACS, atau ILD.	ACS ketika bekerja pada manajer proporsional.
3	Sifat dari kesempatan kerja	Sebagian besar mempekerjakan kerabat yang tidak dibayar	Beberapa mempekerjakan pekerja berbayar.	-Semua mempekerjakan pekerja yang dibayar. -Semua memiliki prosedur perekrutan resmi.
4	Pola/sifat dari proses produksi	Tingkat teknologi yang sangat rendah; tingkat otomatisasi yang sangat rendah, biasanya manual.	Beberapa memanfaatkan peralatan terbaru.	Banyak yang sangat mekanis atau memiliki akses ke teknologi canggih.
5	Orientasi pasar	Menjual kepada masyarakat berpenghasilan rendah di pasar-pasar terdekat.	Banyak yang melayani kelas menengah ke atas dan menjual ke pasar domestik dan internasional.	Semuanya melayani kelas menengah ke atas dan menjual ke pasar domestik dan internasional.

No	Aspek	UMI	UK	UM
6	Profil ekonomi dan sosial dari pemilik usaha	Motivasi utama: pendidikan rendah dan berasal dari keluarga miskin; surpiva	Banyak yang berasal dari keluarga kaya, memiliki gelar sarjana, dan didorong oleh uang atau bisnis.	Mayoritas berasal dari keluarga kaya, berpendidikan tinggi, dan tujuan utama mereka adalah keuntungan.
7	Sumber-sumber dari bahan baku Dan modal	Sebagian besar menggunakan dana sendiri dan bahan baku yang bersumber secara lokal.	Beberapa memiliki akses ke kredit resmi dan menggunakan komoditas mentah.	Banyak yang memiliki akses ke kredit formal dan menggunakan input.
8	Hubungan-hubungan eksternal	Mayoritas tidak memiliki akses ke program pemerintah dan tidak berbisnis dengan perusahaan-perusahaan besar.	Banyak yang memiliki hubungan komersial dengan perusahaan-perusahaan besar dan memiliki akses ke inisiatif-inisiatif pemerintah.	Banyak yang memiliki hubungan komersial dengan perusahaan-perusahaan besar, dan beberapa memiliki akses ke program-program pemerintah.

No	Aspek	UMI	UK	UM
9	Aspek pengusaha	Ada lebih banyak wanita daripada pria yang memiliki bisnis sendiri.	Proporsi perempuan dan laki-laki di bidang kewirausahaan cukup besar.	Rasio pengusaha wanita dan pria sangat rendah.

(Sumber: Hanim,L:2018)

3) Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan ciri-ciri atau keadaan nyata yang ada dalam operasi bisnis dan perilaku para pengusaha yang terlibat dalam mengelola perusahaan. Ciri-ciri atau keadaan nyata yang ada dalam operasi bisnis dan perilaku para pengusaha yang terlibat dalam mengelola perusahaan mereka adalah apa yang mendefinisikan UMKM. Ciri-ciri ini menjadi pembeda di antara para pelaku bisnis berdasarkan ukuran perusahaan mereka. Bank Dunia menyatakan bahwa UMKM dapat dibagi menjadi tiga kategori: perusahaan mikro (dengan sepuluh pekerja atau kurang), usaha kecil (dengan tiga puluh pekerja atau kurang), dan usaha menengah (dengan 300 pekerja atau lebih) (Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 2015).

Menurut Hanim, L. (2018), UMKM dapat dibagi menjadi empat kategori berdasarkan strategi bisnis mereka:

- a. UMKM di sektor informal, seperti pedagang kaki lima.
- b. UMKM mikro adalah usaha kecil dan menengah yang memiliki keterampilan pengrajin tetapi tidak memiliki kemauan untuk mengembangkan perusahaan mereka.
- c. Kelompok UMKM yang dinamis dengan kemampuan untuk terlibat dalam kolaborasi (menerima pekerjaan di bawah kontrak) dan ekspor dikenal sebagai perusahaan kecil.

- d. UMKM dengan kewirausahaan terampil yang siap untuk tumbuh menjadi perusahaan besar dikenal sebagai perusahaan yang bergerak cepat (*Fast Moving Enterprises*).

Tabel 2.2 Karakteristik Usaha

Ukuran Usaha	Karakteristik
Usaha Mikro	<ul style="list-style-type: none"> a. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berubah. b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, selalu dapat pindah tempat. c. Belum melakukan adminitrasi keuangan yang sederhana sekalipun. d. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha. e. SDM belum memiliki jiwa berwirausaha yang memadai. f. Tingkat pendidikan rata-rata relatif rendah. g. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga non bank. h. Umumnya tidak memiliki izin usaha, contoh: pedagang kaki lima atau pedagang pasar.
Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> a. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah. b. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah. c. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana. d. Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga.

Ukuran Usaha	Karakteristik
	<ul style="list-style-type: none"> e. Sudah membuat neraca usaha. f. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. g. Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha. h. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal. i. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti <i>business palnning</i>. Contoh: pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya.
Usaha Menengah	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki manajemen organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi. b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk <i>auditing</i> dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan. c. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan. d. Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga. e. Sudah meiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan. f. Pada umumnya telah memiliki sumberdaya manusia yang terlatih dan terdidik. Contoh: usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi marmer buatan.

(Sumber: Hanim,L:2018)

Tabel 2.3 Ukuran Usaha Berdasarkan Kriteria Asset dan Omset

	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Asset	Maksimal 1 Milyar	1 s.d. 5 Milyar	5 s.d. 10 Milyar
Omset	Maksimal 2 Milyar	2 s.d. 15 Milyar	15 s.d. 50 Milyar

(Sumber: Peraturan Pemerintah No.7 Tahun 2021)

4) Tujuan Pemberdayaan UMKM

Tujuan pemberdayaan UMKM, diatur dalam Peraturan Pemerintah No.7 Tahun 2021, yaitu:

- a. Mencapai kerangka ekonomi nasional yang adil dan seimbang.
- b. Memperluas dan memperkuat kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk berkembang menjadi perusahaan yang bertanggung jawab dan mandiri.
- c. Memperluas kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan daerah, dan pengentasan kemiskinan.

5) Pengembangan UMKM

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.18 Tahun 2002 tujuan dari pengembangan, sebagai kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi, adalah untuk menciptakan teknologi baru atau meningkatkan fitur, keunggulan, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada dengan menggunakan ide-ide dan prinsip-prinsip ilmiah yang telah terbukti kebenarannya.

Menurut Amin Widjaja dalam Putra (2015), pengembangan adalah usaha yang dilakukan oleh organisasi untuk meningkatkan pelaksanaan pekerjaan, yang berkaitan dengan kemampuan untuk meningkatkan daya tanggap organisasi terhadap lingkungan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Pengembangan, di sisi lain menurut Moekzijat dalam Putra (2015) adalah upaya untuk meningkatkan pelaksanaan pekerjaan saat ini dan di masa depan dengan memberikan pengetahuan, memodifikasi sikap, atau menambah kemampuan.

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021, yang berkaitan dengan usaha mikro, kecil, dan menengah, menjelaskan bahwa pengembangan pada dasarnya adalah upaya pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah melalui pemberian fasilitas pendampingan dan bimbingan, serta bantuan perkuatan agar dapat berkembang dan berdaya saing. Berikut ini beberapa upaya pengembangan usaha mikro yaitu:

a) Pengembangan Produk

Menciptakan produk itu sendiri merupakan salah satu strategi untuk mengembangkan usaha mikro, dalam hal ini penelitian dikhususkan pada industri makanan. Pengembangan produk adalah proses melakukan modifikasi terhadap barang yang sudah ada serta pencarian ide baru untuk mengubah produk yang sudah usang menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Penciptaan produk adalah tanda bahwa sebuah bisnis menyadari keinginan dan permintaan pelanggannya. Pengembangan produk, menurut Tjiptono (2008), adalah strategi untuk menciptakan barang baru, seperti barang yang disempurnakan, diperbarui, dan orisinal serta merek baru yang diciptakan melalui penelitian dan pengembangan. Tujuan utama dari pengembangan produk baru, menurut Kotler dan Keller (2008), adalah untuk: (1) memenuhi kebutuhan baru dan meningkatkan reputasi investor perusahaan dengan menyediakan produk yang lebih baru dari produk sebelumnya; dan (2) tetap kompetitif terhadap produk yang sudah ada dengan menyediakan produk yang dapat menawarkan kepuasan baru, hal ini dapat dilakukan dengan memperbarui produk yang ada saat ini atau mengembangkan lini produk yang sudah ada. Tujuan dari pengembangan produk adalah sebagai berikut, menurut Buchari (2000: 101): (1) untuk memuaskan pelanggan yang tidak puas; (2) untuk meningkatkan omset penjualan; (3) untuk memenangkan persaingan; (4) untuk memanfaatkan sumber daya produksi; (5) untuk meningkatkan keuntungan dengan menggunakan bahan yang sama; (6) untuk memanfaatkan bahan sisa; (7) untuk menghindari kejenuhan konsumen; dan (8) untuk menyederhanakan produk dan kemasan.

b) Pengembangan Strategi Pemasaran

Tjiptono (2008) menyatakan bahwa tujuan dari pembuatan strategi pemasaran adalah untuk mengasahnya lebih lanjut pada tahap-tahap berikutnya, khususnya dalam hal bagaimana menggunakannya untuk meluncurkan produk baru ke pasar. Usaha mikro, kecil, dan menengah membuat rencana strategi pada tahap ini, di mana rencana pemasaran pada awalnya diteliti. Ada tiga komponen utama dalam mengembangkan strategi pemasaran: (1) menjelaskan ukuran produk, perilaku pasar sasaran, posisi produk yang direncanakan, penjualan, pangsa pasar, dan keuntungan yang diinginkan untuk lima tahun pertama; (2) menguraikan harga produk tahun pertama, strategi distribusi, dan anggaran perusahaan; dan (3) menguraikan penjualan produk, target keuntungan, dan strategi pemasaran selanjutnya.

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Sebagai pertimbangan dalam penelitian ini, penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian ini, penelitian tersebut antara lain:

- 1) Sri Peni Wastutiningsih dan Titis Puspita Dewi pada tahun 2019 melakukan penelitian dengan judul ***“Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Di era Revolusi Industri 4.0”***. Hasil penelitian menunjukkan adanya fungsi manifes berupa peningkatan jumlah penjualan dan omzet yang diperoleh pengusaha melalui *digital marketing* sedangkan fungsi latennya berupa perubahan gaya hidup masyarakat perdesaan yang menjadi konsumtif semenjak mengenal dunia internet.
- 2) Theodorus Andreantoro Hamu, Ebu Kosmas dan Saryono Yohanes pada tahun 2023 melakukan penelitian dengan judul ***“Tanggung Jawab Pemerintah Kota Kupang Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Peningkatan Pendapatan***

Ekonomi”. Permasalahan yang dihadapi usaha mikro kecil dan menengah adalah faktor internal seperti sumber daya manusia yang terbatas, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi usaha mikro kecil dan menengah. Sedangkan faktor eksternalnya adalah kebijakan dan regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah masih belum membuat iklim usaha yang kondusif dalam menumbuhkembangkan usaha mikro, kecil dan menengah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Tanggung jawab Pemerintah Kota Kupang terhadap pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM di Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Kupang dalam hal Pelayanan dan Pemberdayaan masyarakat sudah berjalan dengan baik namun masih belum sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. (2) Faktor yang menghambat Pemberdayaan Masyarakat Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kupang adalah faktor Sumber Daya Manusia dan faktor Anggaran.

- 3) Renata Dian Kusuma Wardani, Ida Syamsu Roidah, dan Taufikurrahman pada tahun 2023 melakukan penelitian dengan judul ***“Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Tegalorejo Kecamatan Dringu Kota Probolinggo”***. Kendala yang ada pada beberapa UMKM di Desa Tegalorejo adalah kurangnya pemahaman tentang pentingnya perizinan usaha, belum memiliki identitas usaha seperti logo, kurangnya pengalaman dalam mengambil foto produk, pemasaran melalui digital marketing seperti sosial media dimana sekarang hanya produksi untuk konsumen terdekat, kurangnya pemahaman tentang labeling, serta kurangnya pengetahuan dan pengalaman tentang pembuatan laporan pembukuan. Sedangkan semua hal itu memiliki peran penting dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu, diadakan sosialisasi dan pendampingan terkait NIB, branding, dan pembukuan dengan harapan agar pelaku UMKM di Desa Tegalorejo dapat memahami dan mengetahui hal apa saja yang penting dalam suatu usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendampingan terkait

Nomor Induk Berusaha (NIB), branding, dan pembukuan agar pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Tegalrejo, Kecamatan Dringu, Kota Probolinggo dapat membantu dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terkait perizinan usaha pengelolaan pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan pemasaran digital guna meningkatkan penjualan dan mencapai target pasar yang lebih luas.

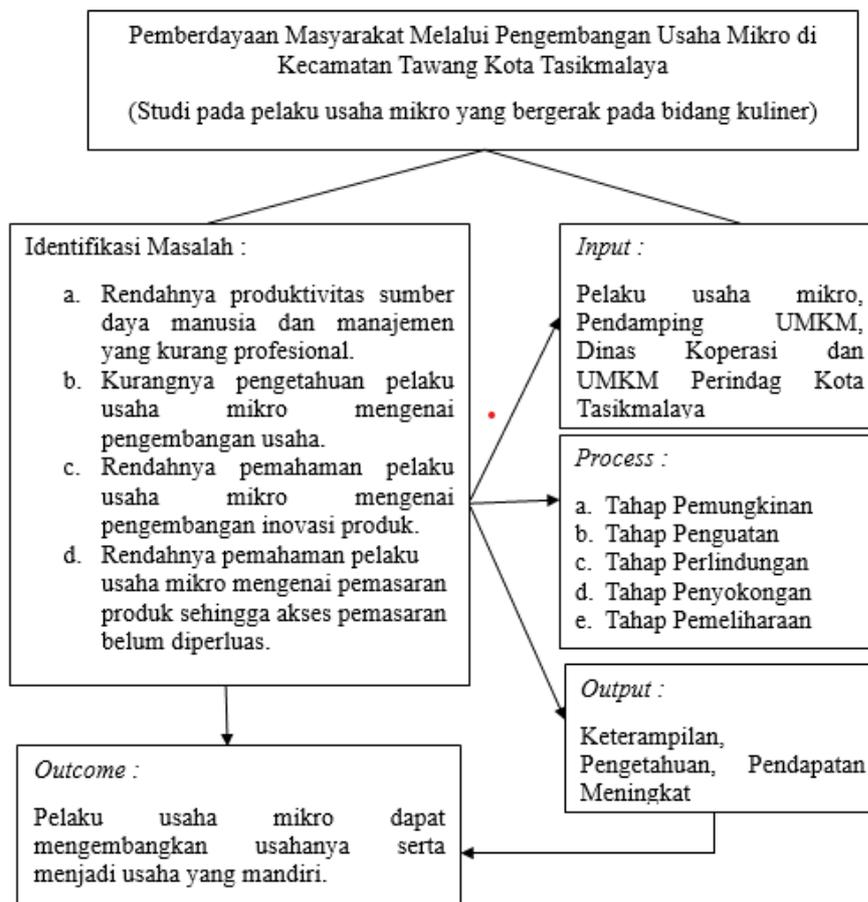
- 4) Baiq Reinelda Yunarni dan Abdul Haris pada tahun 2020 melakukan penelitian dengan judul ***“Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Lombok”***. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kawasan Ekonomi Khusus memberikan dampak yang positif terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Mandalika, karena Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengalami peningkatan omzet penjualan dan pertumbuhan pelanggan karena meningkatnya jumlah wisatawan ke Mandalika setelah paska gempa. Untuk pemberdayaan masyarakat pemerintah sudah mulai melaksanakan pelatihan-pelatihan untuk membuka pikiran bagi para pelaku usaha. Dan strategi yang di gunakan juga sudah di arahkan dan dipersiapkan dalam perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika untuk menghadapi ajang bergengsi Moto GP 2021 mendatang.
- 5) Okma Yendri dan M. Sidik Danu pada tahun 2021 melakukan penelitian dengan judul ***“Program Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (Studi di UMKM Pengrajin Kursi Rotan di Kecamatan Lubuklinggau Timur II, Kota Lubuklinggau)”***. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, Perdagangan dan ESDM Kota Lubuklinggau dilakukan dengan berbagai upaya (1) Fasilitasi permodalan, (2) Dukungan kemudahan memperoleh bahan baku dan fasilitas pendukung dalam proses produksi, (3) Pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan manajerial dan produksi serta lain-lain jenis pendidikan dan

pelatihan yang dapat mendukung pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, (4) Pelibatan dalam pameran perdagangan untuk memperluas akses pasar, (5) Fasilitasi HAKI. 4 dari 5 upaya sudah dilakukan dengan hasil yang masih perlu ditingkatkan, Adanya hambatan dan dukungan yang perlu menjadi perhatian bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan keberdayaan UMKM.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor atau variabel, yang telah dikenali atau diidentifikasi sebagai masalah yang penting sekali (Sekaran, 2006:33). Suatu kerangka konseptual akan memberikan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi masalah (objek) penelitian.

Objek dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha pelaku usaha mikro yang bergerak pada bidang kuliner di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya. Yang menjadi titik fokus pada penelitian ini yaitu pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro pada pelaku usaha mikro yang bergerak pada bidang kuliner di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya. Adapun *input* dalam kegiatan ini yaitu pelaku usaha mikro di bidang kuliner sebagai penerima pemberdayaan melalui pengembangan usaha mikro dan Pendamping UMKM sebagai pelaksana pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha mikro. *Process* yang dilakukan pada saat pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro berupa pemberian materi, sosialisasi, penyuluhan serta pendampingan. *Output* yang diinginkan pada kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro ini yaitu masyarakat memperoleh pengetahuan, keterampilan, serta dapat meningkatkan pendapatan. Adapun *outcome* pada kegiatan ini yaitu masyarakat dapat mengembangkan usaha mikro dan menjadi usaha yang mandiri.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian merupakan persoalan yang harus dijawab peneliti pada kegiatan penelitian, dimana jawaban dari pertanyaan penelitian dapat membantu memecahkan masalah dari penelitian. Adapun pertanyaan penelitian dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro yang dilakukan pada pelaku usaha mikro yang bergerak pada bidang kuliner di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya?