

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kewirausahaan

2.1.1.1 Wirausaha

Menurut Hastuti., dkk (2020, hlm 4) Kewirausahaan adalah keterampilan untuk menciptakan dan mengembangkan ide-ide baru dan unik (*create new and different*) yang menjadi landasan, strategi, dan modal untuk mengejar kesuksesan. Esensi dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk membuat sesuatu yang berbeda dan baru melalui pemikiran dan tindakan yang kreatif dan inovatif untuk mencari peluang dalam mengatasi hambatan hidup. Wirausaha adalah individu-individu yang memiliki semangat kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam kehidupannya. Menurut Hastuti., dkk (2020, hlm 2) Wirausaha meliputi semua bidang kerja, baik pegawai swasta maupun negeri. Peran wirausaha dalam memperkuat ekonomi nasional melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk mendukung perekonomian nasional maupun daerah dari tahun ke tahun, baik keberadaan, ketahanan maupun sumbangannya terus bertambah.

Menurut Yonaldi (2018, hlm 6) fungsi dan peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah saat ini dirasakan penting, karena Usaha Mikro Kecil dan Menengah tidak hanya sebagai sumber penghasilan banyak orang tetapi juga memberikan secara langsung kesempatan kerja bagi mereka yang tingkat pengetahuan dan keterampilannya rendah. Menurut Yonaldi (2018, hlm 5) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan aktivitas usaha yang mampu, membuka lapangan kerja, memberikan layanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses penyebaran dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, Berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Mengingat besarnya peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut, maka pemerintah melalui lembaga terkait terutama Kementerian Koperasi dan UKM telah melaksanakan berbagai macam program bantuan. Kebijakan pemerintah untuk mendorong Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) cukup serius, Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 yang dikutip oleh Yonaldi (2018,

hlm 6) tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah menegaskan bahwa, usaha ini perlu diselenggarakan secara menyeluruh.

2.1.1.2 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha dengan jumlah terbesar dan terbukti handal menghadapi krisis ekonomi. Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dikutip oleh Raharjo (2018, hlm 17) terdapat beberapa kriteria yang dipergunakan, yaitu:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana di atur dalam undang-undang.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana di atur undang-undang.
- c. 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, kuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung.

2.1.1.3 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Adapun kriteria dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008:

- a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut;
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000.- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.- (tiga ratus juta rupiah).

- b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut;
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000.- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp300.000.000.- (tiga ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut;
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.1.1.4 Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Rahmana (2009) dalam Wijaya (2018, hlm 10) mengklasifikasikan UKM menjadi 4 kelompok berdasarkan perspektif dan perkembangannya:

- a. *Livelihood Activities*, adalah UKM yang dimanfaatkan sebagai peluang kerja untuk menghidupi diri, yang disebut sebagai faktor tidak resmi. Contohnya adalah penjual asongan.
- b. *Micro Enterprise*, adalah UKM yang memiliki karakteristik pengrajin namun belum memiliki karakteristik wirausahawan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, adalah UKM yang sudah memiliki semangat kewirausahaan dan dapat mengerjakan pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, adalah UKM yang sudah memiliki semangat kewirausahaan dan akan berubah menjadi usaha besar (UB).

Menurut Wijaya (2018, hlm 13) Berdasarkan aspek komoditas yang dihasilkan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai karakteristik tersendiri, diantara lain:

- a. Standar kualitasnya belum terjamin. Kebanyakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih kurang memiliki teknologi yang cukup dan produk yang dibuat umumnya masih manual sehingga kualitasnya tidak seragam.
- b. Produknya kurang bervariasi. Ini karena terbatasnya wawasan dan pengalaman tentang produk karena sebagian besar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengerjakan sesuai pesanan sehingga jarang ada UMKM yang berani menciptakan desain baru.
- c. Produknya kurang beragam. Biasanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) hanya mampu membuat beberapa macam produk saja. Jika ada permintaan model baru, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kesulitan untuk menghasilkannya, bahkan jika bisa memerlukan waktu yang lama.
- d. Produknya memiliki kapasitas dan harga yang terbatas. Karena menghadapi kendala dalam menentukan kapasitas produk dan harga akan menyulitkan konsumen untuk berpola.
- e. Bahan bakunya tidak baku. Bahan bakunya didapatkan dari berbagai asal yang berlainan.
- f. Kontinuitas produk tidak terjamin dan kurang sempurna. Karena produksinya tidak teratur, maka biasanya produk yang dihasilkan sering kali apa adanya.

Menurut Bank Dunia dalam Sofyan (2017, hlm 42-43) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu:

- a. Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang)
- b. Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang)
- c. Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang).

Menurut Sofyan (2017, hlm 43) Dalam perspektif usaha, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu:

- a. Usaha Mikro Kecil bidang tidak resmi, misalnya penjual keliling.
- b. Usaha Mikro adalah UMKM yang memiliki keahlian sebagai pengrajin, tetapi belum memiliki semangat kewirausahaan untuk memajukan usahanya.
- c. Usaha Kecil Dinamis adalah UMKM yang memiliki kemampuan berwirausaha dengan melakukan kerja sama (mengerjakan pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.

- d. *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang memiliki kewirausahaan yang handal dan sudah siap beralih menjadi usaha besar.

2.1.1.5 Peluang dan Kendala Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Peluang Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dikutip dari Wijaya (2018, hlm 14) Dalam rangka menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015 ini, terdapat peluang besar bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meraih potensi pasar dan peluang investasi yang bisa dimanfaatkan dengan baik. Yang harus dipahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Karakteristik pasar yang dinamis, kompetisi global dan bentuk organisasi cenderung membentuk jejaring (*network*).
- 2) Tingkat industri yang pengelolaan produksinya fleksibel dengan pertumbuhan yang didorong inovasi/pengetahuan; didukung teknologi digital; sumber kompetisi pada inovasi, kualitas, waktu, dan biaya; mengutamakan penelitian dan pengembangan; serta mengembangkan aliansi dan kolaborasi dengan bisnis lainnya.

b. Kendala Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Wijaya (2018, hlm 16-18) Berikut ini beberapa kendala hambatan yang sering muncul diantaranya:

1) Internal

a) Modal

- (1) Sekitar 60-70% UMKM belum mendapat akses atau pembiayaan perbankan.
- (2) Diantara penyebabnya, hambatan geografis. Belum banyak perbankan mampu menjangkau hingga ke daerah pelosok dan terpencil. Kemudian kendala administratif, manajemen bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih dikelola secara manual dan tradisional, terutama manajemen keuangan.
- (3) Pengelola belum dapat memisahkan antara uang untuk operasional rumah tangga dan usaha.

b) Sumber Daya Manusia (SDM)

- (1) Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi produksi terbaru dan cara menjalankan *quality control* terhadap produk.
- (2) Kemampuan membaca kebutuhan pasar masih belum tajam, sehingga belum mampu menangkap dengan cermat kebutuhan yang diinginkan pasar.
- (3) Pemasaran produk masih mengandalkan cara sederhana *mouth to mouth* marketing (pemasaran dari mulut ke mulut). Belum menjadikan media sosial atau jaringan internet sebagai alat pemasaran.
- (4) Dari sisi kuantitas, belum dapat melibatkan lebih banyak tenaga kerja karena keterbatasan kemampuan menggaji.
- (5) Karena pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih sering terlibat dalam persoalan teknis, sehingga kurang memikirkan tujuan atau rencana strategis jangka panjang usahanya.

c) Hukum

- (1) Pada umumnya pelaku usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih berbadan hukum perorangan.

d) Akuntabilitas

- (1) Belum mempunyai sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik.

2) Eksternal

a) Iklim usaha masih belum kondusif.

- (1) Koordinasi antar stakeholder Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih belum padu. Lembaga pemerintah, institusi pendidikan, lembaga keuangan, dan asosiasi usaha lebih sering berjalan masing-masing.
- (2) Belum tuntasnya penanganan aspek legalitas badan usaha dan kelancaran prosedur perizinan, penataan lokasi usaha, biaya transaksi/ usaha tinggi, infrastruktur, kebijakan dalam aspek pendanaan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

b) Infrastruktur

- (1) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi.

- (2) Kebanyakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menggunakan teknologi yang masih sederhana.
- c) Akses
 - (1) Keterbatasan akses terhadap bahan baku, sehingga sering kali Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mendapatkan bahan baku yang berkualitas rendah.
 - (2) Akses terhadap teknologi, terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan/ grup bisnis tertentu.
 - (3) Belum mampu mengimbangi selera konsumen yang cepat berubah, terutama bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang sudah mampu menembus pasar ekspor, sehingga sering terlibas dengan perusahaan yang bermodal lebih besar.

2.1.1.6 Tujuh Sektor Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Bank Indonesia dalam Wijaya (2018, hlm 18-21) Sesuai dengan Bank Indonesia, terdapat tujuh sektor usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berperan besar terhadap ekonomi Indonesia, yaitu:

- a. Sektor Perdagangan, perdagangan adalah kegiatan menjual kembali (tanpa perubahan teknis) barang baru atau lama. Perdagangan secara umum dibagi menjadi dua, yaitu: Perdagangan umum, meliputi jenis perdagangan sembilan bahan pokok, klontong/pracangan, perdagangan bahan bangunan, perdagangan peralatan elektronik/listrik, perdagangan hasil bumi. Bisnis penyalur/distributor, melakukan penjualan secara tunai/kredit produk tertentu secara grosir (dalam jumlah besar).
- b. Sektor Industri Pengolahan, kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi, atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya termasuk kegiatan rancang bangun dan rekayasa industri. Berdasarkan jumlah tenaga kerja, industri pengolahan dikelompokkan menjadi:
 - a) Industri besar, dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih.
 - b) Industri sedang atau menengah, dengan jumlah tenaga kerja 20-99 orang.
 - c) Industri kecil, dengan jumlah tenaga kerja 5-19 orang.

- d) Industri mikro atau rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja 1-4 orang. Selain itu, industri pengolahan dikategorikan menjadi:
 - (1) Industri kimia dasar, seperti industri semen, obat-obatan, kertas dan pupuk.
 - (2) Industri mesin dan logam dasar seperti industri pesawat terbang, tekstil serta kendaraan bermotor.
 - (3) Industri kecil, seperti industri roti, makanan ringan, es, dan minyak goreng curah. Aneka industri seperti industri pakaian, makanan dan minuman.
- c. Sektor pertanian, pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilaksanakan oleh manusia agar dapat menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi serta mengelola lingkungan hidupnya. Sektor pertanian mencakup berbagai sub sektor seperti tanaman pangan, hortikula (sayuran, buah-buahan, tanaman hias), tanaman perkebunan, perikanan, serta peternakan.
- d. Sektor perkebunan, perkebunan ialah kegiatan mengusahakan tanaman tertentu pada tanah dan/atau media tumbuh lain pada ekosistem sesuai, mengelola dan memasarkan barang dan jasa hasil tanaman, dengan bantuan ilmu pengetahuan dan teknologi, permodalan serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat. menurut komoditasnya, perkebunan terdiri atas 127 jenis tanaman tahunan dan semusim dari dataran rendah sampai tinggi. Menurut bentuk usaha, perkebunan meliputi perkebunan besar negara, swasta dan perkebunan rakyat.
- e. Sektor peternakan, kegiatan pada bidang peternakan berdasarkan produk yang dihasilkan terbagi menjadi 2 kategori produk peternakan besar utama (sapi, kerbau, dan sapi perah) serta produk peternakan kecil utama (domba, kambing, babi, kelinci, ayam, itik, lebah).
- f. Sektor perikanan, kegiatan pada bidang perikanan yaitu membudidaya, menyimpan, mendinginkan, pengeringan atau mengawetkan ikan dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah ekonomi bagi pelaku usaha (komersial).
- g. Sektor jasa, mencakup untuk memenuhi kebutuhan konsumsi individu (kuliner, pengiriman barang, perawatan tubuh, transportasi, dll) serta jasa untuk

memenuhi kebutuhan usaha lainnya (keuangan, pelatihan, penyedia *outsourcing*).

2.1.1.7 Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. selain berperan di dalam pertumbuhan ekonomi serta penyerapan tenaga kerja, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga berperan di dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Menurut Setyawati (2009, hlm 26) Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari:

- a. Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi.
- b. Penyedia lapangan kerja yang terbesar.
- c. Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.
- d. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi.
- e. Sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Sub-Indikator dari Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Dikutip dari Setyawati (2009, hlm 26) ada beberapa peran usaha mikro kecil dan menengah dalam berwirausaha yang dijadikan indikator, oleh sebab itu ada beberapa hal yang mendukung dari peran usaha mikro kecil dan menengah, sebagai berikut:

a. Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi:

Menurut Eliana, dkk (2023, hlm 140) Pertumbuhan UMKM menjadi sumber kesempatan kerja dan pendapatan bagi masyarakat. UMKM bukan sekedar bisnis tetapi juga merupakan pondasi utama sektor perekonomian yang mendorong kemandirian dan pertumbuhan ekonomi di masyarakat. Selain itu Dahlan, dkk (2023, hlm 11) bahwa untuk menjadikan usaha mikro kecil dan menengah kegiatan ekonomi harus mempunyai Inovasi dan kreativitas juga berperan dalam meningkatkan efisiensi dan profitabilitas. Dengan mengadopsi inovasi dan kreativitas, UMKM dapat memperbaiki proses dan operasi internal mereka. Inovasi dan kreativitas yang terukur merupakan elemen kunci yang dapat membantu UMKM tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Dari pendapat ahli di atas dapat dijelaskan, Sub indikator diantaranya:

- (1) UMKM memiliki peran utama dalam kegiatan ekonomi
- (2) Pertumbuhan UMKM sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi
- (3) UMKM yang inovatif dan kreativitas memiliki peran yang penting dalam pengembangan ekonomi

b. UMKM sebagai penyedia lapangan kerja terbesar

Penelitian Bank Dunia 2017 dikutip dari Gashi, dkk (2021, hlm 4) bahwa lebih dari 50% lapangan kerja yang diciptakan berasal dari UMKM terutama bisnis yang mempekerjakan kurang dari 100 orang. Serta memperluas atau mengembangkan aktivitasnya juga menambah jumlah karyawannya. Dengan demikian, UMKM bukan hanya berperan dalam pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memiliki dampak signifikan dalam penyerapan tenaga kerja dan penciptaan lapangan kerja. Keberlanjutan dan perkembangan UMKM menjadi kunci untuk mengatasi masalah pengangguran dan memperkuat struktur ekonomi. Dari pendapat ahli di atas dapat dijelaskan, Sub indikator diantaranya:

- (1) Jumlah UMKM menentukan peluang lapangan pekerjaan.
- (2) UMKM memberikan peluang bagi tenaga kerja lokal untuk terlibat dan berkembang.

c. Pemain penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat

Menurut Hayati&Husnul (2022, hlm 573) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki potensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya. Karena UMKM dapat menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri dan bagi masyarakat di sekitar. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mempercepat perubahan struktural dengan tujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat secara luas. Selain itu, UMKM juga berfungsi sebagai wadah kolaborasi antara produsen dan konsumen. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Dengan memberdayakan UMKM, dapat menciptakan lapangan kerja, memperkuat ekonomi lokal, dan meningkatkan kualitas hidup banyak orang. Dari pendapat ahli di atas dapat dijelaskan, Sub indikator diantaranya:

- (1) UMKM menjadi pengembangan ekonomi lokal
- (2) Partisipasi UMKM dalam jaringan mitra usaha
- (3) Dampak UMKM dalam sosial dan lingkungan masyarakat

d. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi

Dikutip dari Ardiansari, dkk (2020, hlm 45) Inovasi merupakan daya penggerak ekonomi yang berbasis pada pengetahuan (*Knowledge-Based Economy/KBE*). Pengetahuan dan informasi yang diungkap menjadi kunci pertumbuhan ekonomi Inovasi dapat diartikan sebagai kegiatan penelitian, pengembangan, atau rekayasa yang bertujuan untuk menerapkan nilai-nilai ilmu pengetahuan baru secara praktis. Bisa berupa pengembangan produk baru, perbaikan produk atau jasa yang sudah ada, pengembangan proses produksi, metode pemasaran baru, atau bahkan metode organisasi baru dalam praktik bisnis, lokasi kerja, atau hubungan eksternal. Inovasi memainkan peran krusial dalam kemajuan ekonomi dan perkembangan masyarakat. Dengan terus mendorong inovasi, kita dapat menciptakan nilai tambah, meningkatkan efisiensi, dan menghadirkan solusi baru bagi tantangan yang dihadapi oleh dunia bisnis dan masyarakat secara keseluruhan. Dari pendapat ahli di atas dapat dijelaskan, Sub indikator diantaranya:

- (1) UMKM sebagai pencipta pasar baru dan menghasilkan produk atau layanan baru.

e. Sumbangan-nya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor

Dikutip dari Triharjanto, dkk (2021, hlm 2) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin berkembang dan menghadirkan beragam kategori jenis usaha, termasuk di antaranya Kuliner, Fashion, Teknologi, Kosmetik, Otomotif, Souvenir, dan Agrobisnis. UMKM yang berkembang dan memanfaatkan teknologi dapat memainkan peran penting dalam menjaga neraca pembayaran suatu negara. Dari pendapat ahli di atas dapat dijelaskan, Sub indikator diantaranya:

- (1) UMKM bisa menyediakan produk-produk lokal yang memiliki ciri khas daerah atau budaya tertentu

Dengan menghasilkan produk-produk lokal yang unik dan khas, UMKM dapat menarik minat pasar internasional. Produk-produk ini, seperti kerajinan tangan, makanan khas, dan pakaian tradisional, memiliki nilai budaya yang tinggi dan daya tarik khusus di pasar luar negeri. Ketika produk-produk ini diekspor, mereka menghasilkan pendapatan devisa yang masuk ke negara, yang merupakan komponen penting dalam neraca pembayaran. Devisa ini membantu menyeimbangkan transaksi internasional negara, sehingga memperkuat neraca pembayaran.

- (2) UMKM dapat memperluas pasar ekspor

Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, UMKM dapat menjangkau pasar global melalui platform *e-commerce*, media sosial, dan layanan pelanggan online. Ekspansi ke pasar internasional meningkatkan volume ekspor, yang berkontribusi pada surplus neraca perdagangan. Surplus ini terjadi ketika nilai ekspor lebih tinggi daripada impor, yang secara positif mempengaruhi neraca pembayaran. Dengan memperluas pasar ekspor, UMKM membantu meningkatkan pendapatan devisa negara, mengurangi defisit perdagangan, dan memperkuat stabilitas ekonomi makro.

Secara keseluruhan, UMKM yang memanfaatkan teknologi untuk ekspor memberikan sumbangan signifikan dalam menjaga neraca pembayaran. Mereka tidak hanya membawa masuk devisa melalui penjualan produk unik dan khas, tetapi juga membantu mengurangi ketergantungan pada impor dengan meningkatkan surplus perdagangan. Dengan demikian, peran UMKM dalam ekspor berkontribusi pada stabilitas dan keseimbangan neraca pembayaran negara.

2.1.1.8 Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Firmansyah (2018, hlm 31) menyatakan bahwa UMKM memiliki kekuatan potensial yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang. Beberapa kekuatan potensial tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
- b. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
- c. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
- d. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.
- e. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Namun, menurut Firmansyah (2018, hlm 32), UMKM juga memiliki kelemahan yang sering menjadi faktor penghambat yang terdiri dari 2 faktor internal dan eksternal:

- a. Faktor internal: Terbatasnya kemampuan dari sumber daya manusia, Terkendalanya pemasaran produk yang diakibatkan karena kurangnya akses dan informasi, Kurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk industri kecil dan Modal yang dibutuhkan.
- b. Faktor eksternal: Faktor yang timbul dari pihak pengembangan dan pembina UMKM, dikarenakan solusi yang diberikan kepada UMKM tidak tepat sasaran, tidak ada monitoring yang berkelanjutan, dan adanya program yang tumpang tindih.

2.1.2 Penyerapan Tenaga Kerja

2.1.2.1 Pengertian Tenaga Kerja

Menurut Tasyim, dkk (2021, hlm 393) Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting untuk dapat menghasilkan barang dan jasa. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 13 tahun 2003 dalam Tasyim, dkk (2021, hlm 394) tentang ketenagakerjaan, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa tenaga kerja merupakan faktor produksi yang sangat penting dalam menghasilkan barang dan jasa, ketenagakerjaan sebagai setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

2.1.2.2 Pengertian Penyerapan Tenaga Kerja

Menurut (Kuncoro, 2011) dalam Tasyim, dkk (2021, hlm 394) Penyerapan tenaga kerja adalah banyaknya lapangan kerja yang sudah terisi yang tercermin dari banyaknya jumlah penduduk bekerja. Penduduk yang bekerja terserap dan tersebar di berbagai sektor perekonomian. Terserapnya penduduk bekerja disebabkan oleh adanya permintaan akan tenaga kerja. Oleh karena itu, penyerapan tenaga kerja dapat dikatakan sebagai permintaan tenaga kerja.

Menurut (Raharjo, 2015) dikutip dari Tasyim, dkk (2021, hlm 394) penyerapan tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang terserap pada suatu sektor dalam waktu tertentu. Tujuan dari fungsi produksi suatu aktivitas ekonomi adalah untuk menyerap tenaga kerja tersebut.

2.1.2.3 Faktor-faktor Penyerapan Tenaga Kerja

Dikutip dari Nova (2018, hlm 21) dalam penyerapan tenaga kerja dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal.

a. Faktor Eksternal

a) Tingkat Pertumbuhan Ekonomi

Dikutip dari Prasetya (2021, hlm 4) Menilai kinerja suatu perekonomian dapat dilakukan dengan melihat pertumbuhan ekonomi yang meningkat. Pertumbuhan ekonomi mempengaruhi jumlah angkatan kerja, karena bila pertumbuhan ekonomi

meningkat di suatu wilayah, maka output kegiatan ekonomi juga meningkat. Pertumbuhan ekonomi memberikan kesempatan yang lebih besar kepada negara atau pemerintah untuk memenuhi kebutuhan dasar rakyatnya. Namun, sejauh mana kebutuhan ini dipenuhi tergantung pada kemampuan negara atau pemerintah dalam mengalokasikan sumber-sumber ekonomi di antara masyarakat dan distribusi pendapatan serta kesempatan untuk memperoleh pekerjaan.

Pertumbuhan ekonomi juga merupakan sarana utama untuk menyejahterakan masyarakat melalui pembangunan manusia yang secara empirik terbukti merupakan syarat perlu bagi pembangunan manusia. Dalam hal ini, ketenagakerjaan merupakan jembatan utama yang menghubungkan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kapabilitas manusia. Dengan kata lain, pertumbuhan ekonomi yang berkualitas adalah pertumbuhan ekonomi yang berpihak kepada tenaga kerja .

b) Tingkat Inflasi

Menurut Paul A. Samuelson dan William D. Nordhaus dalam Prasetya (2021, hlm 4), inflasi adalah suatu keadaan dimana terjadi kenaikan tingkat harga umum, baik barang-barang, jasa-jasa maupun faktor-faktor produksi. Jika inflasi dirasa tinggi, biaya produksi akan meningkat dan berpotensi mengurangi penggunaan jumlah tenaga kerja. Menurut Prasetya (2021, hlm 6), inflasi adalah suatu keadaan ketika terjadi kenaikan harga-harga secara tajam (*absolute*) yang berlangsung terus menerus dalam jangka waktu cukup lama. Inflasi mengindikasikan semakin lemahnya daya beli yang diikuti dengan semakin merosotnya nilai riil (*intrinsik*) mata uang suatu negara. Sukirno (2013:14) dalam Prasetya (2021, hlm 6) mendefinisikan inflasi sebagai suatu proses kenaikan harga-harga yang berlaku dalam suatu ekonomi. Dapat disimpulkan bahwa inflasi adalah kenaikan harga-harga secara terus menerus dalam waktu tertentu. Kenaikan harga-harga yang berlaku dari satu waktu ke waktu lainnya tidak berlaku secara seragam. Kenaikan tersebut biasanya berlaku ke atas dan kebanyakan barang tetapi tingkat kenaikannya berbeda.

c) Pengangguran

Menurut Ishak (2018, hlm 27), pengangguran adalah suatu kenyataan yang dihadapi tidak hanya oleh negara-negara sedang berkembang, tetapi juga oleh negara-negara yang sudah maju. Secara umum, pengangguran didefinisikan sebagai suatu keadaan ketika seseorang yang tergolong dalam kategori angkatan kerja tidak memiliki pekerjaan dan secara aktif sedang mencari pekerjaan. Dalam mengatasi masalah pengangguran, pemerintah harus tanggap dalam pemecahan masalah pengangguran. Masalah pengangguran memang tidak mudah, pemerintah harus mengikutsertakan peran pendidikan dalam menurunkan tingkat pengangguran. Pendidikan berperan penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkompeten. Semakin banyaknya sumber daya manusia yang kompeten maka akan mampu mengurangi angka pengangguran.

d) Tingkat bunga

Dalam kutipan dari Nova (2018, hlm 21), disebutkan bahwa tingkat bunga adalah salah satu faktor ekonomi yang dapat mempengaruhi penyerapan tenaga kerja. Tingkat bunga adalah biaya pinjaman atau imbal hasil atas investasi, dan dapat memengaruhi keputusan perusahaan untuk mempekerjakan atau mengurangi tenaga kerja.

b. Faktor Internal

Dikutip dari Nova (2018, hlm 21) menjelaskan faktor internal dalam penyerapan tenaga kerja, sebagai berikut:

a) Tingkat upah

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu melakukan berbagai kegiatan. Ada kegiatan yang dapat dilakukan sendiri dan ada kegiatan yang memerlukan bantuan orang lain. Berkaitan dengan kegiatan yang memerlukan bantuan orang lain, orang tersebut harus diberikan imbalan dalam bentuk upah atau imbalan lainnya. Upah adalah sejumlah pendapatan uang yang diterima oleh buruh dalam satu waktu tertentu sebagai hasil dari tenaga dan usaha yang digunakan dalam proses produksi.

b) Produktivitas tenaga kerja

Produktivitas tenaga kerja adalah gambaran kemampuan pekerja dalam menghasilkan output. Hal ini karena produktivitas merupakan hasil yang diperoleh oleh suatu unit produksi dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki, dan produktivitas kerja menunjukkan kemampuan yang dimiliki oleh tenaga kerja yang tinggi.

c) Modal

Modal perusahaan adalah biaya tetap. Semakin besar modal perusahaan, semakin besar peluang untuk memasuki industri. Untuk memperoleh keuntungan, perusahaan akan memproduksi dalam kapasitas yang besar. Modal mencakup uang yang diterima di dalam perusahaan untuk membeli mesin-mesin dan faktor produksi lainnya. Modal adalah seperangkat sarana yang digunakan oleh para pekerja. Modal kerja adalah seluruh dana yang dikeluarkan dalam proses produksi untuk memperoleh penerimaan penjualan.

d) Pengeluaran tenaga non-upah

Pengeluaran untuk tenaga kerja non upah merupakan salah satu biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Proporsi pengeluaran untuk tenaga kerja non upah terhadap keseluruhan biaya produksi akan mempengaruhi permintaan tenaga kerja. Jika proporsi biaya tenaga kerja non upah kecil terhadap keseluruhan biaya produksi, maka respons terhadap permintaan tenaga kerja akan kecil. Sebaliknya, jika proporsi biaya tenaga non upah besar terhadap keseluruhan biaya produksi, maka respons terhadap permintaan tenaga kerja akan besar. Jika proporsi biaya tenaga kerja non upah terhadap keseluruhan biaya produksi meningkat, maka permintaan tenaga kerja akan meningkat.

2.1.2.4 Indikator Penyerapan Tenaga Kerja

Menurut Sastrowardoyo dalam Nova (2018, hlm 21) mengidentifikasi tujuh indikator dari penyerapan tenaga kerja, sebagai berikut:

a. Jenis Perusahaan

Jenis perusahaan dapat mempengaruhi kemudahan dalam melakukan suksesi. Seorang wirausaha yang menguasai penerapan teknologi tinggi atau hubungan

dengan seluruh industri perusahaan merupakan faktor kunci bagi keberhasilan perusahaan.

b. Faktor lingkungan

Perubahan lingkungan bisnis memerlukan antisipasi, salah satunya dilakukan dengan suksesti. Meskipun sebuah perusahaan telah menerapkan teknologi maju, perusahaan memerlukan personel yang handal dalam pemasaran.

c. Jumlah Konsumen Potensial

Perusahaan dengan konsumen potensial yang relatif kecil mungkin menggunakan tenaga penjualan sendiri untuk menjual langsung kepada konsumen atau perusahaan. Untuk jumlah pembeli yang lebih besar, perusahaan akan memanfaatkan jasa perantara.

d. Jumlah Pesanan

Perusahaan produk makanan akan menjual langsung kepada rangkaian grosir besar karena ukuran pesanan yang besar dan volume keseluruhan perusahaan menjadikan saluran ini dapat diharapkan lebih ekonomis.

e. Produk

Setiap unit produk mempengaruhi jumlah dana yang diperlukan untuk distribusi. Untuk produk bernilai tinggi dengan harga mahal, diperlukan saluran distribusi pendek, sedangkan untuk produk yang berharga murah pada umumnya digunakan saluran distribusi yang panjang.

f. Umur Produk

Beberapa barang secara fisik kualitasnya cepat menurun. Barang yang bersifat demikian memerlukan saluran langsung atau pendek.

2.1.3 Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Saefullah, dkk (2022, hlm 1) manajemen merupakan kumpulan pengetahuan yang terstruktur dan terorganisasi secara sistematis. Ini dilihat sebagai cara untuk mendekati dunia empiris, yang beroperasi dalam batasan ruang dan waktu dan yang secara prinsip dapat diobservasi menggunakan indra manusia. Dalam konteks seni, manajemen tidak diinterpretasikan dalam pengertian seni formal seperti musik, sastra, atau lukisan. Sebaliknya, "seni" di sini merujuk pada keterampilan dan keahlian dalam menerapkan prinsip, metode, dan teknik untuk

menggunakan sumber daya manusia dan alam secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan (Encep Saefullah, 2022).

Hasibuan (2009) dalam Saefullah, dkk (2022, hlm 1) menjelaskan manajemen sebagai ilmu dan seni dalam mengelola sumber daya manusia dan sumber daya lain dengan cara yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Siswanto (2011) dikutip dari Saefullah, dkk (2022, hlm 1) mendeskripsikan manajemen sebagai kombinasi seni dan ilmu dalam merencanakan, mengorganisasi, memotivasi, dan mengendalikan orang serta proses kerja untuk mencapai sasaran yang diinginkan.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan ilmu untuk mengatur, merencanakan, mengelola suatu kegiatan dengan cara yang efektif dan efisien sehingga mencapai tujuan yang diinginkan.

2.1.3.1 Manajemen Produksi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Untuk memastikan usaha, termasuk yang berukuran mikro, dapat bertahan di tengah persaingan, pentingnya pengelolaan di beberapa area tidak dapat diabaikan. Area-area penting tersebut meliputi administrasi, manajemen sumber daya manusia, operasional atau produksi, dan pemasaran. Semua aspek ini harus dijalankan secara terpadu, tidak secara terpisah. Keseimbangan dalam pengelolaan ini akan menciptakan kondisi yang ideal dan meningkatkan kualitas usaha.

Heizher dan Rendher (2011) dalam Saefullah, dkk (2022, hlm 83) mendefinisikan manajemen produksi sebagai rangkaian kegiatan yang menambah nilai dengan mengubah bahan baku menjadi produk atau jasa. Sementara itu, Irham Fahmi (2012) dikutip dari Saefullah, dkk (2022, hlm 83) menyatakan bahwa manajemen produksi adalah bidang ilmu yang membahas bagaimana manajemen dalam suatu perusahaan mengaplikasikan pengetahuan dan kreativitas dalam mengorganisir sumber daya manusia untuk mencapai target produksi yang diharapkan. Dari definisi-definisi tersebut, jelas bahwa manajemen produksi sangat terkait erat dengan proses produksi yang bertujuan untuk meningkatkan nilai dari barang atau jasa yang diproduksi. Agar produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan, perusahaan perlu meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses produksinya.

2.1.3.2 Manajemen Sumber Daya Manusia (UMKM)

Menurut Saefullah, dkk (2022, hlm 50) Sumber daya manusia merujuk pada individu-individu yang memberikan kontribusi kerja dan usaha mereka dalam organisasi atau institusi tertentu. Manajemen sumber daya manusia adalah bidang ilmu yang fokus pada pengelolaan dan koordinasi hubungan serta fungsi tenaga kerja yang dimiliki oleh individu-individu, dengan tujuan mengoptimalkan penggunaannya secara efisien dan efektif untuk mencapai sasaran bersama di dalam sebuah perusahaan atau organisasi, sekaligus memberi manfaat kepada karyawan dan masyarakat. Bidang ini memadukan prinsip-prinsip dari berbagai disiplin ilmu termasuk psikologi dan sosiologi. Selain itu, manajemen sumber daya manusia mencakup pembuatan dan pelaksanaan sistem perencanaan, perekrutan, pengembangan karyawan, manajemen karier, evaluasi kinerja, pemberian kompensasi, dan membangun relasi industri yang harmonis. Dengan demikian, manajemen sumber daya manusia mencakup setiap keputusan dan praktik manajerial yang berdampak langsung pada tim sumber daya manusia mereka.

Pengelolaan sumber daya manusia (SDM) meliputi tahapan perencanaan, perekrutan, pelatihan dan pengembangan, penentuan kompensasi, serta evaluasi kinerja sesuai dengan Wulansari, Ranihusna, dan Maftukhah (2015) dikutip dari Sarjana, dkk (2022, hlm 84):

a. Perencanaan SDM

Perencanaan SDM adalah proses strategis untuk mengidentifikasi dan mempersiapkan kebutuhan SDM di masa depan, melalui analisis kebutuhan saat ini dan prediksi ke depan berdasarkan tujuan organisasi (Sunarta, 2010) dalam Sarjana, dkk (2022, hlm 84) . Proses ini melibatkan penilaian terhadap sumber daya yang ada dan yang akan dibutuhkan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, untuk memastikan organisasi memiliki tenaga kerja yang tepat untuk mengisi posisi yang dibutuhkan kapan saja. menurut Sarjana, dkk (2022, hlm 84) 4 aspek dalam perencanaan SDM masing-masing, yaitu:

- 1) Proyeksi jumlah sdm yang dibutuhkan (*Forecasting of employees*).
- 2) Identifikasi sdm yang tersedia dalam organisasi (*human resource audit*)

3) Analisis keseimbangan penawaran dan permintaan sdm (*demand and suplai analysis*)

4) Program aksi (*Action program*).

b. Rekrutmen

Menurut Sarjana, dkk (2022, hlm 85) rekrutmen adalah proses mencari dan memilih individu yang memiliki kualifikasi yang sesuai untuk mengisi posisi tertentu dalam organisasi. Metode rekrutmen bisa tertutup, yaitu pencarian kandidat dari dalam organisasi melalui promosi atau rotasi, atau terbuka, yaitu pencarian kandidat dari luar organisasi. Masing-masing metode memiliki keuntungan dan kelemahan tersendiri, termasuk dari segi biaya, efektivitas, dan dampak terhadap moral karyawan.

c. Pelatihan dan Pengembangan

Dikutip dari Sarjana, dkk (2022, hlm 89) Pelatihan dan pengembangan SDM bertujuan untuk meningkatkan kualitas karyawan melalui pembelajaran keterampilan baru, peningkatan kemampuan kerja, dan loyalitas terhadap organisasi. Ini mencakup pendidikan formal, pelatihan kerja, dan pengembangan profesional untuk mencapai tujuan organisasi. Tujuan pelatihan dan pengembangan SDM dalam UMKM, diantaranya:

- 1) Meningkatkan penghayatan jiwa dan ideologi yang dipakai dalam organisasi/perusahaan.
- 2) Meningkatkan ketepatan perencanaan pengelolaan SDM.
- 3) Meningkatkan kualitas, produktivitas, sikap moral dan semangat kerja.
- 4) Meningkatkan rangsangan dan perkembangan agar pegawai mampu berprestasi secara maksimal.
- 5) Meningkatkan kesehatan dan keselamatan kerja.

d. Kompensasi

Kompensasi adalah segala bentuk penghasilan, baik uang maupun barang, yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan (Mujanah, 2019) dalam Sarjana, dkk (2022, hlm 90). Sistem kompensasi yang efektif mencakup penggajian yang adil, insentif, dan manfaat lain yang

meningkatkan kesejahteraan karyawan, serta memotivasi mereka untuk berprestasi lebih baik dalam pekerjaan mereka.

e. **Penilaian Kinerja**

Penilaian pekerja merupakan suatu metode yang melibatkan proses perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengendalian, dan pengevaluasian performa (Wirawan, 2009) dalam Sarjana, dkk (2022, hlm 92). Mengukur performa artinya membandingkan kinerja yang sebenarnya dengan standar-standar kinerja yang telah ditentukan oleh perusahaan atau UMKM. Jika dilaksanakan secara tepat, proses ini akan menghasilkan manfaat signifikan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam sebuah organisasi. Pimpinan atau pemilik bisnis melakukan evaluasi kinerja karyawan untuk mengidentifikasi kegiatan yang telah dilaksanakan atau apa yang perlu dilakukan selanjutnya. *Feedback* yang detail dari pimpinan akan mempermudah bagi tim sumber daya manusia untuk merencanakan strategi kerja dan membuat keputusan yang lebih efisien untuk perkembangan perusahaan atau UMKM.

2.1.4 Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Menurut Remmang (2021, hlm 28) Strategi bisnis adalah langkah perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan yang terpadu serta dirancang untuk menciptakan keunggulan dalam persaingan bisnis agar dapat memenuhi dan mencapai tujuan bisnis. Untuk meraih keuntungan bisnis yang optimal, lima strategi bisnis yang bisa dilakukan sebagai berikut:

a. **Prioritaskan Kualitas**

Kualitas dalam bisnis adalah hal penting yang perlu diperbaiki untuk menarik banyak konsumen. Mulai dari kualitas kemasan, kualitas rasa (jika menjual produk makanan), kualitas isi produk, kualitas bahan baku, hingga kualitas layanan yang terbaik.

b. **Identifikasi Target Pasar**

Sebelum menjual sebuah produk secara profesional, kita harus menjadi konsumen terlebih dahulu. Dengan menjadi pengguna produk yang kita jual, maka

dapat mengetahui siapa target pasar dan apa yang mereka harapkan dari produk yang kita jual tersebut.

c. Kreativitas dan Inovasi

Kreativitas dan inovasi merupakan modal penting dalam menjalankan bisnis. Ide kreatif bisa menjadi sumber inspirasi dalam menciptakan suatu inovasi produk tertentu sehingga akan memberikan peluang sukses yang lebih besar pada bisnis Anda.

d. Promosi Efektif

Melakukan promosi yang efektif kepada calon konsumen, sebab strategi itulah yang harus dilakukan oleh pebisnis. Melakukan promosi menggunakan media sosial atau media online lainnya untuk memperkenalkan produk dan melakukan promosi pada banyak orang yang dengan begitu calon konsumen akan lebih mudah tertarik.

e. Manajemen Bisnis

Manajemen merupakan hal yang penting, Salah satu manajemen keuangan yang penting untuk dilakukan adalah melakukan proses akuntansi secara benar dan teliti.

2.1.5 Tahapan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Menurut Remmang (2021, hlm 35) Ada lima langkah utama dalam mengembangkan bisnis, yaitu:

a. Menemukan peluang

Menemukan peluang berarti melihat, mengenali, dan menjelaskan peluang bisnis yang ada. Hal ini dilakukan dengan mengamati data dan informasi. Informasi dapat diperoleh dari berbagai macam sumber, seperti: Rencana bisnis, pengelolaan bisnis kecil, hasil penelitian peluang bisnis.

b. Menyusun pilihan bisnis

Setelah data dan informasi dikumpulkan dan dianalisis, maka pemimpin bisnis atau pengelola bisnis dapat menyusun berbagai pilihan bisnis yang dapat dijalankan.

c. Memilih pilihan terbaik

Memilih bisnis yang tepat adalah hal yang sangat penting untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Untuk bisnis yang berpotensi, kriteria yang dapat digunakan untuk memilihnya adalah: Ketersediaan pasar, kemungkinan gagal, dan harga.

d. Melaksanakan pilihan terbaik

Melaksanakan pilihan terbaik setelah menentukan pilihan yang terbaik, maka langkah berikutnya adalah menjalankan bisnis yang dipilih tersebut.

e. Mengevaluasi

Mengevaluasi bertujuan untuk memberikan perbaikan dan penyesuaian terhadap bisnis yang sedang dijalankan serta dapat memberikan saran untuk meningkatkan kinerja bisnis di masa depan.

2.1.6 Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Riska (2021, hlm 30-32) Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada dasarnya adalah kewajiban bersama antara masyarakat dan pemerintah. Beberapa langkah yang harus dilakukan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah:

a. Menjaga iklim usaha yang baik

Menjaga iklim usaha yang baik memerlukan peran pemerintah di dalamnya, dengan cara menjamin ketertiban dan keamanan dalam berusaha, mempermudah proses untuk mendapatkan izin usaha, pajak dan lain-lain.

b. Bantuan modal

Pemerintah harus memperbanyak pinjaman khusus dengan syarat yang tidak menyulitkan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) , sementara untuk membantu agar modalnya bertambah baik dari sektor jasa keuangan formal, sektor jasa keuangan informal, skema pinjaman, leasing dan dana modal usaha. Pembiayaan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebaiknya memanfaatkan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang ada, atau lembaga non bank.

c. Perlindungan usaha

Untuk jenis-jenis usaha tertentu, seperti jenis usaha yang bersifat tradisional yang termasuk dalam kategori usaha ekonomi lemah sebaiknya mendapatkan perlindungan pemerintah dengan dibuatnya Undang-undang atau peraturan pemerintah yang tidak merugikan salah satu pihak sehingga tercipta solusi yang menguntungkan semua pihak.

d. Pengembangan Mitra

Harus ada pengembangan mitra antara Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) satu dengan yang lainnya. Hal ini dapat mencegah monopoli dalam usaha. Selain itu, pengembangan mitra dapat membantu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik di dalam maupun luar negeri.

e. Pelatihan

Pelatihan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus dilakukan oleh pemerintah baik dari aspek manajemen, administrasi, kewirausahaan, pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan usaha.

f. Pembentukan lembaga khusus

Lembaga khusus sangat dibutuhkan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), karena membantu untuk mencari solusi dalam mengatasi masalah baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

g. Penguatan asosiasi

Asosiasi yang sudah ada harus dikuatkan dalam menjalankan perannya seperti pengembangan jaringan informasi usaha yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha bagi anggotanya.

h. Pengembangan promosi

Agar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat menjalin mitra dengan perusahaan-perusahaan besar dibutuhkan media khusus dalam melakukan promosi dari produk yang ada di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

i. Pengembangan kerja sama yang seimbang

Dibutuhkan kerja sama atau koordinasi yang harmonis antara pemerintah dengan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk menginventarisasi berbagai isu-isu terkini yang berkaitan dengan perkembangan usaha.

2.1.7 Konsep Kemitraan

2.1.7.1 Pengertian Kemitraan

Menurut Notoatmodjo (2003) dikutip oleh Raharjo (2018, hlm 10) kemitraan adalah bentuk kerja sama formal antara individu, kelompok, atau organisasi untuk menyelesaikan suatu tugas atau mencapai suatu tujuan tertentu. Sementara itu, Hafsah mendefinisikan kemitraan sebagai strategi bisnis yang melibatkan dua pihak atau lebih dalam periode waktu tertentu untuk mendapatkan keuntungan bersama dengan prinsip saling ketergantungan dan saling menguntungkan karena kesuksesan kemitraan sangat bergantung pada adanya kepatuhan di antara para mitra dalam menerapkan etika bisnis.

2.1.7.2 Prinsip Kemitraan

Menurut Raharjo (2018, hlm 12-13) terdapat 3 prinsip kunci yang perlu dipahami dalam membangun suatu kemitraan oleh masing-masing anggota kemitraan, yaitu:

a. Prinsip Kesetaraan (*equity*)

Prinsip Kesetaraan (*equity*) Individu, organisasi, atau institusi yang telah sepakat untuk bermitra harus merasa setara atau seimbang dengan yang lain dalam mengejar tujuan yang disepakati.

b. Prinsip keterbukaan

Keterbukaan terhadap kelebihan dan kekurangan masing-masing anggota serta sumber daya yang dimiliki. Semua itu harus diketahui oleh anggota lain. Keterbukaan harus ada sejak awal hingga akhir kemitraan. Dengan saling terbuka ini akan menimbulkan saling melengkapi dan saling mendukung di antara mitra.

c. Prinsip Azas manfaat bersama (*mutual benefit*)

Individu, organisasi, atau institusi yang telah bermitra diharapkan mendapatkan manfaat dari kemitraan yang terjalin sesuai dengan kontribusi

masing-masing. Aktivitas atau pekerjaan diharapkan akan lebih efisien dan efektif karena dilakukan secara bersama-sama.

2.1.7.3 Jenis kemitraan

Menurut Beryl Levinger dan Jean Mulroy (2004) dikutip oleh Raharjo (2018, hlm 14) ada 4 jenis atau tipe kemitraan, yaitu:

a. *Potential partnership*

Pada jenis kemitraan ini pelaku kemitraan saling peduli satu sama lain tetapi belum bekerja bersama secara lebih dekat.

b. *Nascent partnership*

Kemitraan ini pelaku adalah partner tetapi efisiensi kemitraan tidak maksimal.

c. *Complementary partnership*

Pada kemitraan ini, partner/mitra mendapat keuntungan dan penambahan pengaruh melalui perhatian yang besar pada ruang lingkup aktivitas yang tetap dan relatif terbatas seperti program *delivery* dan *resource mobilization*.

d. *Synergistic partnership*

Kemitraan jenis ini memberikan mitra keuntungan dan pengaruh dengan masalah pengembangan sistemik melalui penambahan ruang lingkup aktivitas baru seperti advokasi dan penelitian.

2.1.7.4 Faktor-faktor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap ekspor

Menurut Rasbin (2019, hlm 152) ada beberapa hal yang menyebabkan kontribusi sektor UMKM rendah terhadap ekspor. Ada dua faktor yang menyebabkan hal tersebut yaitu faktor eksternal dan internal. Diantaranya:

a. Faktor eksternal

1) Akses pembiayaan

Sektor UMKM masih tergolong sulit untuk mengakses dana perbankan. Permodalan UMKM masih didominasi modal sendiri daripada kredit perbankan. Hal itulah yang menyebabkan UMKM di Indonesia kebanyakan dianggap belum layak dilayani kredit perbankan. Tidak semua bank memiliki komitmen untuk melayani segmen UMKM sebab karakteristik berbeda dengan segmen korporasi. Hambatan pembiayaan UMKM ada dua, yaitu *cost of found* (biaya atas modal dan

guarantee (jaminan). Penolakan lembaga keuangan untuk memberikan kredit kepada UMKM karena berbagai alasan yaitu:

- (1) Keterbatasan dalam memberikan jaminan bagi UMKM.
- (2) Kendala yang dihadapi lembaga keuangan resmi dalam mengikuti regulasi yang mengharuskan mereka beroperasi dengan penuh kehati-hatian, walaupun tujuan utama untuk memaksimalkan profit yang membuat risiko pemberian kredit kepada UMKM menjadi lebih besar.
- (3) Perlunya upaya tambahan dalam menilai kelayakan usaha dari nasabah UMKM, di mana informasi yang dibutuhkan oleh lembaga keuangan untuk menilai kelayakan sering kali tidak tersedia atau tidak valid.
- (4) Persyaratan atau prosedur yang tidak sesuai dengan siklus bisnis yang dijalankan oleh UMKM, bahkan jika ada skema khusus pembiayaan yang dibutuhkan, tetap memerlukan usaha tambahan.
- (5) Masalah lainnya terkait dengan komitmen penyedia layanan pembiayaan, serta budaya dan pola pikir yang berkembang di kalangan pelaku UMKM

2) Layanan Birokrasi

Layanan birokrasi di Indonesia terutama disebabkan oleh korupsi, yang langsung berdampak pada kualitas layanan birokrasi. Tingginya tingkat korupsi yang bukan hanya merupakan masalah individual tetapi juga telah menjadi masalah institusional yang meresap hingga ke tingkat daerah, menunjukkan bahwa sebagian besar daerah masih memiliki kapasitas yang rendah dalam pelaksanaan otonomi daerah. Masalah kekurangan petugas menjadi tantangan tersendiri dalam meningkatkan mutu layanan birokrasi dan kapasitas kelembagaan.

Rasio jumlah Pegawai Negeri Sipil (PNS) dibandingkan dengan populasi penduduk Indonesia adalah 1.9 persen, yang berarti hanya ada 1-2 PNS yang melayani setiap 100 orang penduduk Indonesia. Kondisi ini menyebabkan prosedur dan waktu layanan di Indonesia masih jauh dari ideal bagi dunia usaha. Di negara-negara berkembang, rata-rata dibutuhkan 151 hari dan 12 prosedur untuk mendapatkan izin usaha. Meskipun kemudahan dalam perizinan akan menciptakan pertumbuhan ekonomi tambahan sebesar 0.25 persen dari PDB, namun jumlah

prosedur dan waktu yang dibutuhkan untuk memulai usaha di Indonesia masih di bawah standar tersebut, dengan 11 prosedur dan 12,6 hari yang diperlukan.

3) Infrastruktur

Infrastruktur memiliki dampak positif terhadap kemajuan UMKM karena sarana dan prasarana infrastruktur memiliki peran kunci dalam proses produksi, distribusi, dan pemasaran. Sebagai bagian integral dari modal fisik, infrastruktur sama pentingnya dengan modal lainnya. Meskipun demikian, daya saing Indonesia masih tertinggal dalam aspek infrastruktur, kesiapan teknologi, dan inovasi. Penilaian dari World Economic Forum menunjukkan bahwa Indonesia menghadapi kendala struktural terbesar dalam bidang infrastruktur, terutama terkait dengan rendahnya kualitas jalan, pelabuhan, bandara, kereta, dan pasokan listrik.

b. Faktor Internal

1) Kelembagaan SDM

Peningkatan kemampuan dan daya saing pelaku UMKM menjadi prioritas utama dalam mempercepat perkembangan UMKM. Sebagian besar pengusaha di Indonesia, sebanyak 83% hanya memiliki latar belakang pendidikan dasar. Permasalahan terkait sumber daya manusia memiliki dampak terhadap kualitas lembaga UMKM. Kendala akses produk dan jasa UMKM ke pasar ekspor tidak terlepas dari permasalahan dalam struktur kelembagaan. Mayoritas UMKM di Indonesia masih terfokus pada pasar lokal. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan kepercayaan konsumen internasional terhadap produk dan jasa Indonesia, tetapi juga terkait dengan pola pikir pelaku usaha Indonesia yang belum melihat potensi pasar di luar negeri, yang sebagian besar disebabkan oleh keterbatasan akses informasi yang diakibatkan oleh hambatan kelembagaan.

2) Produksi dan Pemasaran

Produksi dan pemasaran UMKM di Indonesia sering kali mengalami hambatan terkait standar desain, kualitas produk yang dihasilkan. faktor penyebabnya produksi barang seni dan manual yang masih sangat bergantung pada tradisi dan sulit untuk distandardisasi, kurangnya pemahaman dan keahlian teknis dalam menerapkan standar produksi, keterbatasan dalam penguasaan teknologi produksi, lemahnya pengawasan dan penegak hukum yang tidak mendorong UMKM untuk

meningkatkan kualitas produk, kurangnya kesadaran konsumen lokal akan standar kualitas produk. Termasuk mutu kemasan, promosi, inovasi, strategi harga serta pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan pemasaran. Masalah ini berasal dari kurang optimalnya fungsi penelitian dan pengembangan serta terbatasnya modal intelektual yang dimiliki oleh UMKM.

3) Modal Intelektual

Lebih dari 60 persen dari tantangan yang dihadapi UMKM terkait dengan pengetahuan. Pengetahuan menjadi aset yang lebih berharga daripada modal finansial atau sumber daya alam. Peran informasi sebagai masukan dan keluaran dari ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi krusial dalam era ekonomi berbasis pengetahuan. Penguasaan teknologi informasi merupakan salah satu bentuk dari modal intelektual, namun penggunaannya masih terbatas di kalangan UMKM. Meskipun sistem berbasis jaringan menjadi elemen kunci dalam kesuksesan bisnis di era globalisasi, namun pada kenyataannya, pemanfaatannya masih terbatas dan belum sepenuhnya dikuasai oleh UMKM di Indonesia. Berbagai hambatan baik dari luar maupun dari dalam menyebabkan UMKM Indonesia masih belum sekuat perusahaan besar dalam melakukan ekspor.

2.1.7.5 Strategi dalam Menghadapi UMKM di Dunia Ekspor

Dikutip dari Rasbin (2019, hlm 154) UMKM perlu mengembangkan strategi kompetitif pada tiga aspek utama dalam struktur organisasinya, yakni:

a. Strategi Kelembagaan Usaha

Kesinambungan usaha UMKM sangat ditentukan oleh kemampuan dalam memilih strategi yang tepat dalam menghadapi tantangan. Tantangan yang dihadapi UMKM meliputi 1) resistensi terhadap perubahan, 2) persepsi yang memosisikan modal finansial sebagai aspek utama bisnis, 3) kesulitan beradaptasi dengan lingkungan yang berubah, dan 4) keterikatan pada pola usaha konvensional. Dari segi strategi, hal tersebut memunculkan empat dimensi strategis UMKM, yaitu 1) mengelola perubahan internal, 2) memanfaatkan dan mengoptimalkan modal intelektual, 3) berintegrasi dengan lingkungan alam dan budaya, dan 4) membangun jejaring dan kerja sama.

b. Strategi Peningkatan Kapasitas SDM

Upaya peningkatan kapasitas SDM dilakukan melalui sejumlah program pendidikan dan pelatihan, seperti pelatihan dasar kewirausahaan, manajemen, pemasaran, perencanaan usaha, dan lain sebagainya. Beberapa program bersifat khusus, seperti pengoptimalan biaya produksi, strategi insentif bagi karyawan, dan lain-lain. Pengembangan sumber daya manusia dalam konteks UMKM merupakan upaya untuk mempersiapkan individu atau kelompok dengan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan tanggung jawab yang diperlukan untuk bersaing dalam bisnis. Pendekatan ini ditandai dengan orientasi pada kebutuhan masa depan, berjangka panjang, dan perubahan yang terencana.

c. Strategi Pemasaran Strategis

Strategi pemasaran UMKM seharusnya memenuhi beberapa kebutuhan, antara lain: 1) memperkuat identitas, 2) membangun jejaring dan kolaborasi, 3) memilih pasar yang dapat ditangani, 4) mengelola keuangan dengan efisien, 5) mempertahankan pelanggan yang ada, dan 6) memanfaatkan teknologi. Berbagai strategi pemasaran yang bisa diterapkan termasuk strategi citra merek, mutu layanan, aglomerasi, e-commerce, rantai pasok, serta hubungan pemasaran.

2.2 Penelitian Yang Relevan

Beberapa hasil penelitian yang relevan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Akbar Mustofa dan Sutrisno. 2019. Peranan UMKM Angkringan Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora. Penelitian bertujuan untuk memahami peran UMKM Angkringan dalam menyediakan lapangan kerja di wilayah tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan non-probabilitas sampling untuk menganalisis peran UMKM Angkringan dalam penyerapan tenaga kerja. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan analisis data menggunakan model Miles and Huberman. Selain itu, analisis SWOT juga dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman UMKM Angkringan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Angkringan dapat mengurangi jumlah pengangguran, meskipun persentasenya

tidak terlalu besar. Faktor-faktor pendukung penyerapan tenaga kerja meliputi upah, produktivitas tenaga kerja, kondisi kerja, dan pengawasan. Di sisi lain, faktor-faktor penghambatnya meliputi modal, perusahaan dan manajemen, serta jenis pekerjaan. Analisis SWOT juga dilakukan untuk menunjukkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman UMKM Angkringan. Studi ini memberikan wawasan berharga mengenai peran UMKM Angkringan dalam menyediakan lapangan kerja dan faktor-faktor yang mempengaruhi proses ini. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi perusahaan untuk lebih terbuka dalam merekrut tenaga kerja lokal, bagi pekerja untuk meningkatkan kinerja dan produktivitasnya, serta bagi penelitian lebih lanjut untuk mendalami kegiatan usaha UMKM.

2. Tampubolon, Rikson Pandapotan dan Desrini Ningsih. 2019. Analisis Usaha Menengah (UKM) Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Batam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kondisi Usaha Kecil Menengah (UKM) dan penyerapan tenaga kerja di Kota Batam serta untuk memahami kontribusi UKM dalam menciptakan lapangan kerja dan pemerataan pembangunan ekonomi. Penelitian ini juga bertujuan untuk membahas faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan UKM di Kota Batam dan untuk menyoroti pentingnya tindakan nyata dari pemerintah dan kerja sama dengan berbagai pihak dalam mengembangkan UKM di Kota Batam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendeskripsikan kondisi Usaha Kecil Menengah (UKM) dan penyerapan tenaga kerja di Kota Batam secara mendalam, serta memahami kontribusi UKM dalam menciptakan lapangan kerja dan pemerataan pembangunan ekonomi. Metode kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan UKM di Kota Batam dan menyoroti pentingnya tindakan nyata dari pemerintah dan kerja sama dengan berbagai pihak dalam mengembangkan UKM di Kota Batam . Penelitian kualitatif tidak memiliki pola baku tentang format desain penelitian, namun dalam penelitian ini, penulis menggunakan format desain yang dapat

dikembangkan lebih lanjut untuk memudahkan analisis data terkait tenaga kerja dan UKM di Kota Batam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peran yang sangat besar dalam penyerapan tenaga kerja di Kota Batam. UKM diharapkan dapat meningkatkan jumlah tenaga kerja lokal, mengurangi tingkat pengangguran, dan berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan. Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan UKM di Kota Batam meliputi permodalan, kualitas sumber daya manusia, kompetensi, pemasaran, kreativitas, inovasi, motivasi berwirausaha, dan model bisnis. Oleh karena itu, diperlukan tindakan nyata dari pemerintah dan kerja sama dengan berbagai pihak untuk mengembangkan UKM di Kota Batam. Penelitian ini penting untuk memahami kontribusi UKM dalam menciptakan lapangan kerja dan pemerataan pembangunan ekonomi di Kota Batam.

3. Budiman, Jumardi dan Herkulana. 2021. Peran UMKM Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Pontianak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam menyerap tenaga kerja di Kota Pontianak, Indonesia, serta untuk mengevaluasi kontribusi UMKM dalam meningkatkan keterampilan tenaga kerja melalui bimbingan intensif. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan dasar kajian empiris bagi Pemerintah Kota Pontianak dalam meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini dipilih karena bersifat holistik dan berupaya mencari dasar teori berdasarkan fenomena yang ada di lapangan. Subjek penelitian sekaligus sumber data pertama dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang tergabung dalam Komunitas "Ponti Market" sebanyak 30 UMKM. Namun, hanya 12 UMKM yang memenuhi kriteria sebagai subjek penelitian, yaitu UMKM yang telah berjalan lebih dari dua tahun dan memiliki pegawai yang dipekerjakan pada usaha tersebut. Teknik analisis kualitatif model Miles dan Hubberman yang terdiri atas penyajian data, reduksi (pengelompokan) data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pengumpulan data melibatkan partisipasi langsung melalui wawancara

mendalam, studi dokumen, dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pontianak, Indonesia, memiliki peran yang signifikan dalam menyerap tenaga kerja, terutama di sektor perdagangan, kuliner, fashion, agribisnis, dan kerajinan tangan. UMKM juga berperan dalam meningkatkan keterampilan tenaga kerja melalui bimbingan intensif. Penelitian ini memberikan dasar kajian empiris bagi Pemerintah Kota Pontianak dalam meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM. Namun, terdapat keterbatasan dalam penelitian ini karena jumlah subjek penelitian yang terbatas, serta belum mencakup UMKM yang dikelola secara mandiri. Oleh karena itu, disarankan agar pemerintah Kota Pontianak konsisten dalam memberikan pembinaan, pendampingan, bantuan administratif, dan permodalan untuk meningkatkan kapasitas UMKM. Penelitian ini penting karena memberikan pemahaman yang lebih baik tentang peran UMKM dalam perekonomian lokal dan memberikan rekomendasi bagi pemerintah dalam upaya meningkatkan kapasitas UMKM di Kota Pontianak.

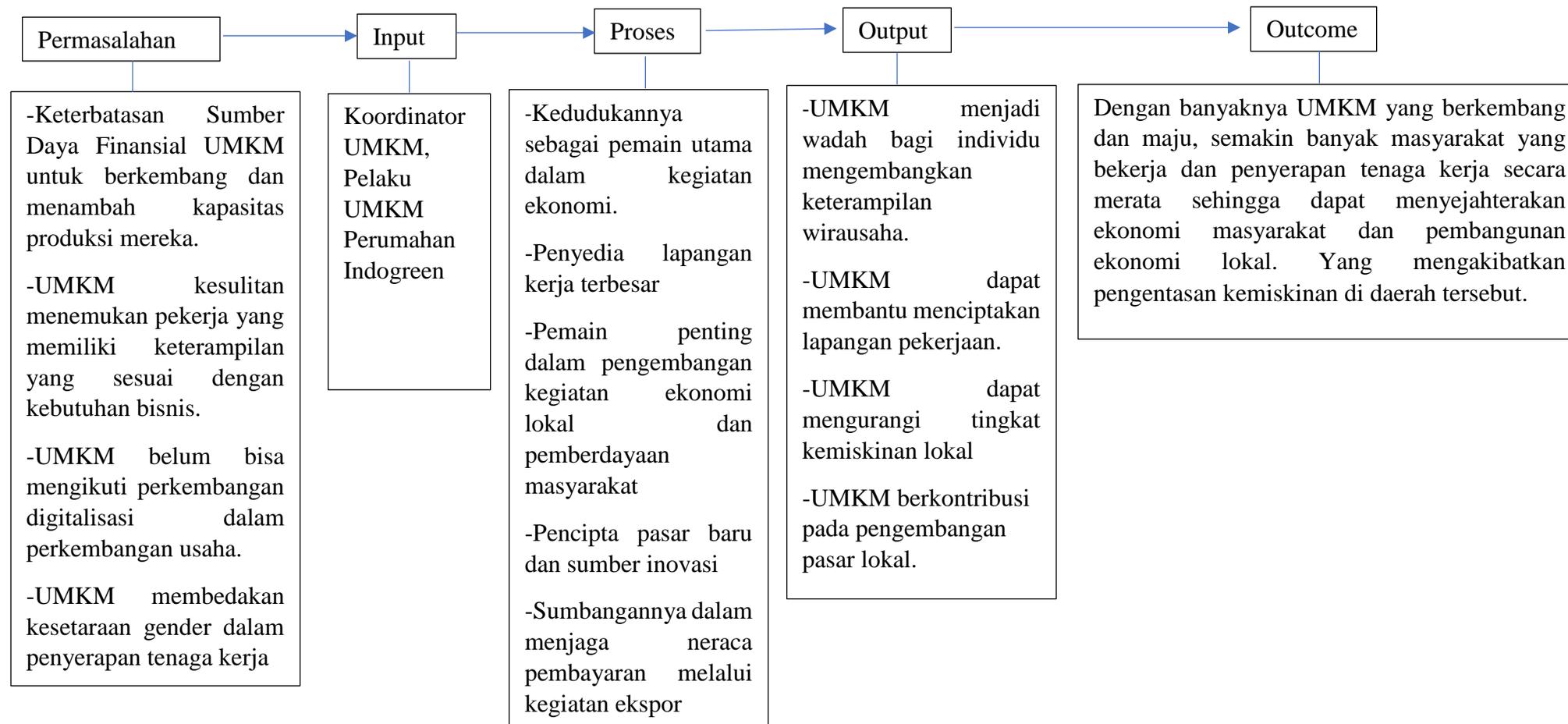
4. Andira, Agung Putra dan Roni Candra. 2023. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Pekanbaru Tahun 2020-2022. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Pekanbaru serta untuk mengetahui sejauh mana UMKM berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi pada periode Tahun 2020-2022. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif . Penelitian ini dilakukan melalui penelitian lapangan dengan menggunakan metode survei langsung ke Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pekanbaru dan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Pekanbaru untuk mengumpulkan data . Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pekanbaru dan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Pekanbaru . Metode pengolahan dan analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji koefisien

determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Pekanbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data sekunder dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pekanbaru dan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Pekanbaru. Analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Uji hipotesis juga menunjukkan bahwa variabel UMKM berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Pekanbaru. Pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh parsial dan simultan antara pertumbuhan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Pekanbaru Tahun 2020-2022. Pertumbuhan UMKM memiliki pengaruh sebesar 15,4% terhadap pertumbuhan ekonomi, sementara 84,6% sisanya merupakan pengaruh dari variabel lain. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar jumlah UMKM, semakin tinggi pertumbuhan ekonomi. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) juga merupakan indikator penting dalam mengetahui kondisi ekonomi suatu daerah.

5. Hafni, Roswita dan Ahmad Rozali. 2015. Analisis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan data secara objektif terhadap kondisi yang ada, perkembangan usaha mikro kecil menengah dan perkembangan dalam penyerapan tenaga kerja semuanya terangkum dalam fokus penelitian, yaitu perkembangan sektor UMKM dalam perekonomian Indonesia serta karakteristik ketenagakerjaan dan peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yang hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan suatu data, keadaan atau fenomena. Sumber data adalah data sekunder yang disediakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja sangatlah besar, karena dapat dilihat dari perkembangan UMKM yang terus menerus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal tersebut juga akan

mempengaruhi tingkat penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan penelitian ini, dapat disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai peran UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja.

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Pada gambar 1 di atas menjelaskan secara singkat dan jelas dari kerangka konseptual yang dilakukan oleh peneliti. Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki tujuan untuk pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan serta menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. hal tersebut selaras dengan kesejahteraan masyarakat yaitu terpenuhinya kebutuhan ekonomi, kesehatan, sosial, pendidikan dan kebutuhan pra duga lainnya. Semakin banyak penyerapan tenaga kerja, semakin banyak masyarakat yang mempunyai pekerjaan.

Namun disisi lain peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki kendala dalam penyerapan tenaga kerja yaitu Keterbatasan Sumber Daya Finansial UMKM untuk berkembang dan menambah kapasitas produksi mereka, UMKM kesulitan menemukan pekerja yang memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan bisnis, UMKM belum bisa mengikuti perkembangan digitalisasi dalam perkembangan usaha, UMKM membedakan kesetaraan gender dalam penyerapan tenaga kerja. Pada penelitian yang menjadi inputnya adalah Koordinator UMKM, pelaku UMKM Perumahan Indogreen sebagai Program atau wadah wirausaha. Proses dari Peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga memiliki 5 yaitu, Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, Pencipta pasar baru dan sumber inovasi dan sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Output dari proses peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penyerapan tenaga kerja di Perumahan Indogreen yaitu UMKM menjadi wadah bagi individu mengembangkan keterampilan wirausaha, UMKM dapat membantu menciptakan lapangan pekerjaan, UMKM dapat mengurangi tingkat kemiskinan lokal, UMKM berkontribusi pada pengembangan pasar lokal. Sehingga Outcome dari peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu banyaknya UMKM yang berkembang dan maju, semakin banyak masyarakat yang bekerja dan penyerapan tenaga kerja secara merata sehingga dapat menyejahterakan ekonomi

masyarakat dan pembangunan ekonomi lokal. Yang mengakibatkan pengentasan kemiskinan di daerah tersebut.

2.4 Pertanyaan Penelitian

Peneliti membuat pertanyaan penelitian lebih mendalam terkait, Bagaimana Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penyerapan Tenaga Kerja?