

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Pemikiran**

##### **1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Secara umum, usaha mikro kecil menengah merupakan bagian kelompok kewirausahaan tertentu yang mangacu pada suatu usaha yang mempunyai pendapatan pada batasan-batasan tertentu. Sedangkan istilah kewirausahaan menurut Lambing dan Kuel dalam Nurseto (2004) adalah tindakan kreatif yang membangun suatu value dari sesuatu yang tidak ada. Maka UMKM dapat terdiri adalah semua pedagang kecil dan menengah, penyedia jasa kecil dan menengah, petani dan peternak kecil dan menengah, kerajinan rakyat dan industri kecil, dan lain sebagainya, misalnya warung di kampung-kampung, toko kecil, koperasi serba usaha.

Menurut LPPI dan BI (2015) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Berdasarkan uraian tersebut UMKM memiliki posisi penting bagi pemerintah, maka pemerintah mempunyai tanggungjawab memberikan porsi lebih besar terhadap bisnis skala mikro, kecil, dan menengah. Pemerintah dan legislatif membuktikan perhatiannya terhadap UMKM dengan meluncurkan UU No. 20

Tahun 2008 tentang UMKM. Dengan adanya peraturan yang menjadi payung hukum, gerak UMKM menjadi semakin leluasa.

Pengertian dan pengelompokan UMKM sendiri tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 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 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 dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- 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, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, kelompok UMKM dapat dikategorikan antara lain adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Menengah dengan kriteria pengelompokan sebagai berikut:

**Tabel 2.1. UMKM Berdasarkan Skala Usaha**

No	Skala Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Max 50 Jt	Max 300 Jt
2	Usaha Kecil	>50 Jt - 500 Jt	> 300jt – 2,5 M
3	Usaha Menengah	>50 Jt – 10 M	> 2,5 M – 50 M

Sumber: UU No.2 Tahun 2008

Menurut Kuncoro (2004: 35) pengertian UMKM didefinisikan menurut pengertian yang dijelaskan Departemen Perdagangan, bahwa UMKM adalah industri yang diukur dari aspek permodalan, yaitu industri dengan modal kurang dari Rp 25.000.000 (dua puluh lima juta rupiah).

Kementerian keuangan menjelaskan bahwa kriteria usaha kecil dan menengah berdasarkan perkembangan usaha adalah :

- a. *Livelihood Activities*, merupakan usaha kecil menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub kontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

Tulus Tambunan (2002:16) dalam bukunya menyebutkan, BPS menggolongkan UMKM berdasarkan berapa banyaknya tenaga kerja, yaitu:

- a. Industri rumah tangga atau usaha mikro jika menggunakan tenaga kerja kurang dari lima orang atau dengan pekerja 1 sampai 4 orang.
- b. Industri kecil jika menggunakan tenaga kerja antara 5 sampai 19 orang.
- c. Industri menengah jika tenaga kerja antara 20 sampai 99 orang.
- d. Industri besar jika menggunakan tenaga kerja lebih dari 100 orang.

Menurut Prihatin (2011) secara garis besar jenis UMKM dikelompokkan menjadi :

- a. Usaha perdagangan keagenan.
  - 1) Agen, seperti: agen koran, majalah, sepatu, pakaian, dan lain-lain.
  - 2) Pengecer, seperti: pengecer kebutuhan pokok, warung, dan lain-lain.
  - 3) Ekspor dan impor baik produk lokal maupun internasional.
  - 4) Sektor informal, seperti: pengumpul barang bekas, pedagang kaki lima, dan lain-lain.
- b. Usaha pertanian dan perkebunan, seperti: penanaman, pembibitan, kebun buah-buahan, sayur-sayuran, dan lain-lain.
- c. Usaha peternakan dan perikanan, seperti: ternak ayam petelur, ternak sapi/hewan lainnya, tambak udang, kolam ikan, dan lain-lain.
- d. Usaha industri makanan dan minuman.
- e. Industri pertambangan, industri pengrajin, konveksi dan lain-lain.

## **2. Pemberdayaan Usaha**

Pada dasarnya pemberdayaan merupakan pengembangan potensi yang dimiliki oleh manusia. Menurut KBBI pemberdayaan adalah proses, cara perbuatan dalam meberdayaan. Maka pemberdayaan merupakan suatu proses, cara maupun perbuatan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki oleh masyarakat atau manusia. Sedangkan menurut BAPENNAS pemberdayaan memiliki dua arti yaitu, memberi kekuasaan, mengalihkan kekuatan atau mendelegasikan otoritas ke pihak lain, dan usaha untuk memberi kemampuan atau keperdayaan.

Menurut Hutomo (2000) terdapat empat konsep pemberdayaan pada bidang ekonomi, yaitu:

- a. Pemberdayaan ekonomi rakyat harus dilakukan melalui perubahan struktural. Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat adalah perekonomian nasional yang berakar pada potensi dan kekuatan masyarakat secara luas untuk menjalankan roda perekonomian mereka sendiri. Pemberdayaan ekonomi rakyat adalah usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar. Karena kendala pengembangan ekonomi rakyat adalah kendala struktural, maka pemberdayaan ekonomi rakyat harus dilakukan melalui perubahan struktural. Perubahan struktural yang dimaksud adalah perubahan dari ekonomi tradisional ke ekonomi modern, dari ekonomi lemah ke ekonomi kuat, dari ekonomi subsisten ke ekonomi pasar, dari

ketergantungan ke kemandirian. Langkah-langkah proses perubahan struktur meliputi :

- 1) Pengalokasian sumber pemberdayaan sumber daya.
- 2) Penguatan kelembagaan.
- 3) Penguasaan teknologi.
- 4) Pemberdayaan sumber daya manusia.

b. Pemberdayaan ekonomi rakyat tidak cukup hanya dengan peningkatan produktivitas, memberikan kesempatan berusaha yang sama, dan hanya memberikan suntikan modal sebagai stimulan, tetapi harus dijamin adanya kerjasama dan kemitraan yang erat antara yang telah maju dengan yang masih lemah dan belum berkembang.

c. Kebijakannya dalam pembedayaan ekonomi rakyat adalah :

- 1) Pemberian peluang atau akses yang lebih besar kepada aset produksi (khususnya modal).
- 2) Memperkuat posisi transaksi dan kemitraan usaha ekonomi rakyat, agar pelaku ekonomi rakyat bukan sekadar *price taker*.
- 3) Pelayanan pendidikan dan kesehatan.
- 4) Penguatan industri kecil.
- 5) Mendorong munculnya wirausaha baru.
- 6) Pemerataan spasial.

d. Kegiatan pemberdayaan masyarakat mencakup:

- 1) Peningkatan akses bantuan modal usaha.
- 2) Peningkatan akses pengembangan SDM.

- 3) Peningkatan akses ke sarana dan prasarana yang mendukung langsung sosial ekonomi masyarakat lokal.

Pemberdayaan dalam usaha bukan membuat usaha makin tergantung pada berbagai program pemberian (*charity*) karena pada dasarnya setiap apa yang diberikan dari program pemberdayaan, harus dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk meningkatkan kemampuan usaha. Dengan demikian, tujuan akhir pemberdayaan yang dilakukan adalah memandirikan masyarakat melalui perkembangan usaha, memampukan masyarakat dari segi ekonomi, dan membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik (Hutomo, 2000).

### **3. Modal Usaha**

Modal usaha dapat diinterpretasikan sebagai penggerak dalam menjalankan suatu kegiatan usaha guna untuk mengembangkan dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam Nugroho (2011:14) “modal usaha merupakan sejumlah uang yang digunakan sebagai inti dalam melakukan kegiatan usaha, mengeluarkan uang, dan harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang investasikan untuk menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini dapat dijelaskan uang yang digunakan sebagai penggerak aktivitas bisnis. Sebagaimana kalangan berpendapat bahwa modal uang bukanlah menjadi yang utama dalam melakukan kegiatan bisnis.

Menurut Amirullah dan Hardiyanto (2005:51) bukan permasalahan utama modal menjadi penting atau tidak, akan tetapi keberadaan modal diperlukan,

namun bagaimana mengelola modal tersebut secara efektif dan efisien sehingga usaha yang dijalankan dapat berhasil berkembang dan menghasilkan keuntungan.

Sedangkan Menurut Riyanto (2010: 19) pengertian modal usaha adalah ikhtisar neraca suatu perusahaan dalam menggunakan modal konkrit dan modal abstrak. Yang dimaksud dengan modal konkrit sebagai modal aktif seperti bahan baku usaha dan jasa sedangkan modal abstrak dimaksudkan sebagai modal pasif seperti peralatan usaha, bangunan tempat usaha dan lahan.

Sedangkan pendapat lain menyebutkan bahwa modal kerja adalah biaya yang harus dibayar dalam memenuhi kebutuhan, pertama, dalam proses produksi, baik secara jumlah dan kualitas produksi. Kedua, digunakan untuk peningkatan *utility of place* dari barang hasil produksi (Antoni, 2001: 33).

Menurut Riyanto (2010:15) ada beberapa konsep tentang pengertian modal kerja/usaha yaitu:

- a. Konsep kuantitatif yang berdasarkan pada kuantitas dari dana yang terdapat dalam aktiva. Dimana aktiva ini merupakan aktiva tertanam menjadi modal akan tetapi dalam waktu yang pendek dapat bebas lagi.
- b. Konsep kualitatif menjadikan modal usaha juga dikaitkan dengan jumlah utang yang harus dibayar. Dengan kata lain didalam aktiva lancar harus ada bagian yang dialokasikan khusus untuk membayar kewajiban *financial*, dan tidak diperbolehkan untuk operasi perusahaan berguna menjaga likuiditas.
- c. Konsep fungsional mendasarkan dari fungsi dana untuk mendatangkan keuntungan. Dana yang di investasikan dalam perusahaan dimaksudkan

menghasilkan keuntungan. Keuntungan tersebut adalah keuntungan dalam satu periode *accounting (current income)* bukan periode berikutnya (*future income*).

Sedangkan, menurut Riyanto (2010: 21) sumber penawaran modal terbagi dua, antara lain:

- a. Sumber penawaran modal menurut asal dapat dibagi menjadi dua, pertama, sumber Internal adalah dana yang dihasilkan sendiri dari dalam perusahaan yaitu, *retained net profit* dan *depreciation*. Kedua, eksternal adalah dana yang berasal dari luar perusahaan seperti dari para kreditur dan pemilik serta pengambil bagian dalam perusahaan.
- b. Sumber penawaran modal menurut cara terjadinya terbagi tiga, yaitu tabungan, kedua penciptaan atau kredit dari bank dan Intensifikasi penggunaan uang.

Selain itu, menurut Riyanto (2010: 20) jenis modal terbagi dua, yaitu :

- a. Modal asing yaitu modal yang sifatnya sementara berada didalam perusahaan dan modal tersebut merupakan hutang yang harus dibayar kembali oleh perusahaan.
- b. Modal sendiri yaitu modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan tertanam didalam perusahaan dengan jangka waktu yang tidak ditentukan.

Adapun alasan mengapa perusahaan menggunakan modal pinjaman menurut Sugiarto (2009) adalah, pertama penggunaan utang tidak akan memengaruhi kekuasaan dari pemilik usaha sejauh tidak melanggar kontrak terhadap kewajiban perusahaan. Kedua, pembayaran utang kepada kreditur dapat mengurangi pajak

penghasilan usaha. Ketiga, kebijakan utang perusahaan dikaitkan dengan upaya pengurangan masalah keagenan. Manajer dianggap tidak selalu bertindak sesuai kepentingan pemegang saham.

#### **4. Pelatihan**

Menurut Rivai (2005) pelatihan adalah proses sistematis yang bertujuan untuk merubah tingkah laku sesuai dengan tujuan organisasi. Pelatihan biasanya dikaitkan untuk menunjang keahlian dan kemampuan pegawai agar berhasil dalam menjalankan pekerjaan. Sedangkan menurut Siagian dalam Lubis (2008) pengertian pelatihan adalah kegiatan belajar mengajar dengan teknik dan metode tertentu yang secara konseptual dimaksudkan untuk menambah keahlian dan kemampuan individu atau kelompok orang. Efisiensi, efektivitas dan produktivitas organisasi yang dirasakan perlu untuk ditingkatkan secara sistematis dan pragmatik.

Menurut Bernadin dan Russel dalam Gomes (2003: 45) pelatihan adalah usaha yang dilakukan untuk memperbaiki performansi tanggungjawab atau bisa dikatakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaannya. Dari berbagai macam definisi diatas dapat dikatakan pelatihan adalah salah satu kegiatan yang di berikan perusahaan guna untuk menunjang kemampuan dan keahlian karyawan agar dapat memberikan kontribusi yang maksimal kepada perusahaan dan berkualitas dalam pelayanan terhadap pelanggan.

Tujuan utama program pelatihan Menurut Carrel dalam Salinding (2011) terbagi delapan antara lain:

- a. Meningkatkan kinerja.

- b. Menambah keterampilan.
- c. Menghindari keugan manajerial.
- d. Memecahkan permasalahan.
- e. Orientasi karyawan baru.
- f. Persiapan promosi dan keberhasilan manajerial.
- g. Memperbaiki kepuasan untuk kebutuhan.
- h. Pengembangan individu, maka sangat disarankan untuk menjelaskan sasaran yang akan didapatkan dalam pelatihan tersebut.

Menurut Umar dalam Salinding (2011) mengemukakan bahwa “Program pelatihan bertujuan untuk memperbaiki penguasaan berbagai keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja untuk kebutuhan sekarang”. Pelatihan juga bertujuan agar peserta dapat berkembang, karena seagian orang akan merasa kesulitan untuk mengembangkan dirinya hanya berdasarkan penalaman tanpa adanya pendiikan khusus. Hal ini menjelaskan pelatihan akan sangat membantu dalam proses pengemngan diri.

Menurut Sofiyandi dalam Probosemi (2011) mengemukakan lima prinsip pelatihan, yaitu:

- a. *Participation*, dimana pelaksanaan pelatihan para peserta harus aktif. karena adanya partisipasi peserta akan lebih mudah menguasai dan mengetahui materi pelatihan.
- b. *Repetition*, artinya kegiatan yang dilakukan secara berulang, dimaksudkan dengan cara mengulang-ulang peserta akan lebih cepat mengingat materi yang telah diberikan.

- c. *Relevance*, yang artinya saling berhubungan, contoh para peserta pelatihan diberikan pemahaman secara umum tentang suatu pekerjaan sebelum mempelajari hal-hal khusus dari pekerjaan tersebut.
- d. *Transference*, dimana proses dan program dalam pelatihan harus menjawab kebutuhan-kebutuhan yang nantinya ilmu yang didapatkan akan digunakan dalam pekerjaan.
- e. *Feedback*, dalam program pelatihan yang dilaksanakan akan selalu dibutuhkan umpan balik yang dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana capaian keberhasilan program pelatihan tersebut.

Kebutuhan pelatihan menurut Rivai (2005), pelatihan akan berhasil jika proses mengisi kebutuhan pelatihan benar. Kebutuhan pada dasarnya ada untuk menutupi kekurangan pengetahuan, meningkatkan keterampilan, atau sikap untuk menghadapi permasalahannya yang terjadi. Kebutuhan pelatihan dapat dibagi menjadi:

- a. Kebutuhan memenuhi tuntutan sekarang. Kebutuhan dimana dapat diketahui melalui prestasi karyawan yang tidak sesuai dengan standar tuntutan jabatan.
- b. Memenuhi kebutuhan tuntutan jabatan lainnya. Pada perusahaan yang sering terdapat rotasi jabatan. Dengan alasan, untuk mengatasi kejenuhan dan ada juga untuk membentuk orang generalis.
- c. Untuk memenuhi tuntutan perubahan. Perubahan-perubahan yang terjadi baik internal seperti perubahan sistem, struktur organisasi, manajemen dan eksternal seperti perubahan teknologi, perubahan orientasi bisnis perusahaan

menuntut adanya pengetahuan baru yang harus dikuasai. Meskipun tidak ada persoalan antara kemampuan orangnya dengan tuntutan jabatan, akan tetapi dalam menghadapi perubahan tersebut dapat diantisipasi melalui pengadaan pelatihan bersifat potensial.

## **5. Pemasaran**

Pemasaran merupakan inti dari sebuah usaha. Karena dalam perusahaan, pemasaran adalah proses akhir dari kegiatan utama. Akan tetapi masih banyak pemahaman yang keliru tentang apa yang dimaksud dengan pemasaran. Pengertian pemasaran menurut Kotler dalam Purwanti (2012) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang dimana didalamnya terdapat individu dan kelompok melakukan interaksi guna untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan cara menyediakan, menawarkan dan menukarkan produk dengan pihak lain.

Adanya strategi yang tepat akan sangat mendukung kegiatan pemasaran secara keseluruhan. Definisi menurut Harper (2000) pemasaran adalah proses sosial yang melibatkan aktifitas individu dan perusahaan untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui transaksi pertukaran dengan pihak lain guna mengembangkan hubungan pertukaran. Melalui definisi ini dijelaskan bahwa pemasaran merupakan proses kegiatan dalam melaksanakan rencana strategis untuk dapat memenuhi kebutuhan melalui pertukaran.

Pengertian konsep pemasaran menurut Swastha (2002: 32) adalah falsafah bisnis yang berbicara pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial untuk kelangsungan hidup perusahaan. Konsep pemasaran pada umumnya didasarkan pada pandangan deduksi ke induksi. Konsep yang dimana

mendefinisikan pasar sebagai fokus kebutuhan pelanggan, mengkombinasikan semua sistem aktifitas yang saling mempengaruhi dan mendapatkan keuntungan dari konsep pemuasan kebutuhan.

Konsep pemasaran bersandar pada empat pilar utama, yaitu:

- a. Pasar sasaran, tidak ada perusahaan yang mampu bergerak disemua pasar dan memuaskan semua kebutuhan dan tidak ada yang dapat beroperasi dengan baik dalam cangkupan pasar yang luas, sehingga diperlukan kecermatan dan perencanaan program pemasaran yang dapat mengantarkan perusahaan dalam keberhasilan.
- b. Kebutuhan pelanggan, dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen bukanlah hal yang sederhana dikarenakan setiap individu memiliki kebutuhan sendiri yang tidak diketahuinya.
- c. Pemasaran terpadu, jika dalam setiap divisi bekerjasama dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan, hasilnya adalah pemasaran terpadu. Pemasaran terpadu memiliki tahapan, yaitu:
  - 1) Beragam fungsi pemasaran, tenaga penjualan periklanan, manajemen produk, riset pemasaran dan lainnya harus bekerja sama.
  - 2) Pemasaran harus dikoordinasikan dengan baik pada bagian lain perusahaan.
- d. Profitabilitas, dengan tujuan membantu organisasi mencapai tujuannya.

## **6. Pendampingan**

Pendampingan adalah kegiatan yang meliputi pembinaan, pengarahan, pengajaran dalam lingkup kelompok. Kata pendampingan dapat bersifat

kebersamaan kesetaraan, saling sejajar dan maka dari itu posisi dalam pendampingan (baik pendamping dan yang didamping) kedaunya sederajat. Hal ini menjelaskan bahwa dalam proses pendampingan, peran pendamping sebatas fasilitator yang memberikan saran, alternatif dan bantuan konsultatif dan bukan pada tahapan pengambilan keputusan. Program pendampingan diperlukan mengingat tidak semua usaha mampu mengatasi permasalahan tantangan yang datang dengan sendiri (Nuridin, 2015).

Selanjutnya menurut Suharto (2005) mengatakan bahwa pendampingan adalah salah satu strategi yang menentukan keberhasilan dalam proses pemberdayaan. Masyarakat merupakan salah satu potensi sumber daya yang harus terlibat untuk mencapai satu tujuan masyarakat, dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat itu sendiri. Selaras dengan yang dikatakan (Menteri Kehutanan Republik Indonesia, 2004) pendampingan merupakan aktifitas yang dilaksanakan secara bersama-sama dalam merumuskan permasalahan yang dihadapi dan selanjutnya mendiskusikan permasalahan tersebut untuk melahirkan sebuah solusi yang mampu menjawab problematika dengan maksud peningkatan kapasitas produktivitas masyarakat.

Pendampingan bisa diartikan sebagai upaya mengajak masyarakat dalam mengembangkan potensi yang dimiliki sehingga mampu mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Dari kumpulan definisi diatas membuktikan proses pendampingan bukan terjadi ketika adanya pendamping namun yang utama adalah kesadaran masyarakat dalam keterlibatan pengembangan potensi diri,

sebagai aktor utama yang mengetahui kemampuan diri dan permasalahan yang dimiliki.

Sedangkan dalam Tim PPUK Disperindagkop Jawa Tengah, *Entrepreneurial Learning Model* (ELM) (2014), menerangkan peran pendamping dalam menjalankan fungsi pendampingan adalah:

a. Peran motivator

Pendamping berperan sebagai sosok yang mampu menyadarkan dan memberi dukungan kepada kelompok usaha dalam mengetahui potensi dan masalah yang dimiliki, sehingga dapat memaksimalkan potensi untuk membantu menjawab permasalahan.

b. Peran fasilitator

Pendamping dalam hal ini bertugas menciptakan iklim kelompok usaha yang sehat, mengkondisikan dan memfasilitasi setiap proses pengembangan potensi dalam kelompok.

c. Peran katalisator

Pendamping berperan sebagai penghubung dalam mengkondisikan keterhubungan kelompok dampingan dengan pihak luar kelompok dampingan, seperti lembaga layanan permodalan, kemitraan, keterampilan dan pengembangan jaringan lainnya.

Menurut PPUK Disperindagkop Jawa Tengah (2014) fungsi pendamping dalam pengembangan usaha terbagi menjadi:

- 1) Memastikan pengembangan kewirausahaan berjalan secara terus menerus.

- 2) Mengurangi tekanan-tekanan dalam pelaksanaan program pengembangan wirausaha.
- 3) Berusaha meningkatkan kualitas kegiatan yang menunjang pengembangan wirausaha.
- 4) Sebagai pengendali dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan yang terburu-buru.
- 5) Sebagai pihak penengah jika terjadi perselisihan antar anggota usaha.
- 6) Sebagai peredam jika terjadi kesalahan dalam proses usaha.

## **7. Perkembangan Usaha**

Perkembangan usaha adalah bentuk usaha untuk mengembangkan suatu usaha agar menjadi lebih baik dan mencapai tujuan kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan untuk usaha yang telah berjalan dan terlihat peluang dalam memajukan usaha tersebut. Perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah adalah kemampuan seorang pengusaha dalam membaca peluang dan kemampuan mengsosialisasikan dirinya kepada kebutuhan pangsa pasar sehingga terjadi perbaikan taraf hidup pada diri pengusaha.

Perkembangan usaha bagi usaha mikro, kecil dan menengah sebagai kesuksesan dalam berusaha yang dapat dilihat melalui jumlah penjualan yang meningkat disebabkan oleh kemampuan pengusaha dalam menjawab tantangan, memenuhi kebutuhan pasar dan melihat peluang, serta mempunyai akses jaringan yang luas terutama dalam meningkatkan pembiayaan usahanya melalui lembaga-lembaga keuangan (Purwanti, 2012).

Menurut Tambunan (2002:20) Permasalahan yang sering dihadapi dalam pengembangan usaha:

a. Kesulitan pemasaran

Permasalahan yang paling utama dalam pengembangan usaha salah satunya adalah pemasaran. Salah satu aspek terkait permasalahan pemasaran adalah tekanan yang berasal dari persaingan pasar domestik maupun internasional.

b. Keterbatasan finansial

Dalam aspek finansial terdapat dua masalah yang biasanya terjadi yaitu mobilisasi modal awal dan akses modal kerja dalam memenuhi kebutuhan finansial jangka panjang.

c. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia bisa menjadi kendala serius ketika SDM memiliki keterbatasan terutama dalam aspek-aspek entrepreneurship, manajemen, produksi, design produk, *quality control*, manajemen promosi, organisasi bisnis, akuntansi, data processing, dan penelitian pasar.

d. Masalah Bahan Baku

Kelangkaan bahan baku dan bahan-bahan lainnya menjadi salah satu kendala serius dalam kelangsungan produksi. dikarenakan ketersediaan bahan baku yang menyebabkan harga bahan baku semakin mahal.

e. Keterbatasan Teknologi

Disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya keterbatasan modal untuk mempermudah proses produksi, keterbatasan informasi mengenai perkembangan

alat-alat produksi baru, dan keterbatasan SDM dalam mengoperasikan mesin-mesin dan melakukan inovasi-inovasi dalam proses produksi.

## **B. Hasil penelitian terdahulu**

Berdasarkan penelusuran literatur yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa literatur yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Dari penelitian tersebut akan sangat membantu dalam menelaah masalah yang akan dibahas dengan berbagai pendekatan spesifik. Selain itu, dengan mempelajari penelitian yang relevan akan memberikan tambahan pengetahuan dan membangun pemahaman penulis secara komprehensif terkait dengan penelitian. Adapun hasil penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

Dalam penelitian Kurnianingsih (2015), program bantuan modal, pelatihan, bantuan pemasaran, dan pendampingan usaha berpengaruh pada pemberdayaan UMKM di Kecamatan Warungasem. Program tersebut dilakukan Disperindagkop terhadap pengelola UMKM di Kecamatan Warungasem dapat mempengaruhi perkembangan usaha mereka karena pelatihan yang mereka ikuti mampu menambah keahlian yang dimiliki untuk menjalankan usaha dan juga meningkatkan kualitas serta kuantitas produktivitas usaha mereka (Kurnianingsih, 2015). Selanjutnya, dalam penelitian ini bantuan pemasaran yang dilakukan DISPERINDAGKOP terhadap produk hasil UMKM adalah dengan melakukan berbagai kegiatan promosi seperti pameran, bazar, ekspo dan promosi melalui beberapa event lainnya. Pendampingan usaha yang dilakukan DISPRINDAKOP berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Warungasem karena upaya pembinaan yang dilakukan sangat membantu pengusaha UMKM dalam

menjalankan usahanya (Kurnianingsih, 2015). Maka dapat disimpulkan bahwa bantuan modal usaha, pelatihan, bantuan pemasaran, dan pendampingan usaha secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Penelitian Teuku Syarif, dalam Kajian Skala Prioritas Program Pemberdayaan Kooperasi dan UMKM, penelitian Syarif (2011) menunjukkan beberapa masalah dalam Koperasi dan UMKM. Beberapa permasalahan tersebut timbul karena rendahnya produktivitas dan daya saing koperasi. Beberapa indikasi menunjukkan bahwa permasalahan tersebut terkait langsung kebijakan dasar pembangunan yang semakin tidak berpihak pada upaya memberdayakan Koperasi dan UMKM (Syarif, 2011). Lebih jauh, dalam pemecahan masalah, hasil analisis skala prioritas menyarankan agar dilakukan reorientasi kebijakan dasar pembangunan yang lebih diarahkan lagi pada kebijakan dan program-program yang menekankan pemberdayaan Koperasi dan UMKM, khusus untuk meningkatkan kondisi internal UMKM dan iklim usaha yang kondusif. Sejalan konsepsi dasar tersebut, faktor yang perlu diperkuat adalah posisi koperasi dan UMKM sebagai lembaga pemberdayaan UMKM.

Relevansi, penelitian Syarif (2011) terhadap penelitian yang akan penulis lakukan adalah mengenai permasalahan kedudukan dalam melakukan pengembangan dan perbaikan koperasi dan UMKM. Kondisi internal UMKM yang ditandai oleh rendahnya kualitas sumber daya manusia dan penguasaan sumber daya produktif yang sangat rendah serta kebijakan pemerintah yang belum mendukung upaya pemberdayaan Koperasi dan UMKM. Selain itu, Iklim usaha

yang terbentuk karena orientasi pembangunan yang tidak berpihak kepada Koperasi dan UMKM serta keterbatasan SDM UMKM menyebabkan UMKM sulit mengakses sumber-sumberdaya produktif, teknologi dan pasar. Penulis melihat upaya yang dilakukan untuk memecahkan berbagai permasalahan adalah dengan melalui peningkatan intensitas pembinaan koperasi dan UMKM, sosialisasi peran dan kedudukan koperasi dan UMKM dalam pembangunan nasional, serta melaksanakan program sosialisasi tentang kepentingan peran koperasi dan UMKM dalam mendukung pembangunan nasional (Syarif, 2011). Sehingga penelitian tersebut mengarah pada penjelasan mengenai evaluasi implementasi program pemerintah terhadap pengembangan Koperasi dan UMKM.

Berdasarkan penelitian Hapsari, Hakim dan Soeaidy (2014), mewujudkan keberhasilan pembangunan nasional dapat ditempuh dengan menggunakan paradigma pembangunan yaitu pemberdayaan, dimana salah satu penopang keberhasilan program dengan adanya pemberdayaan UKM. Penelitian tersebut menjelaskan pemberdayaan UKM dan sektor pariwisata di Kota Batu berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan perekonomian baik secara individu maupun keseluruhan (PAD) Kota Batu (Hapsari et al, 2014). Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa faktor modal dan laba UKM berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Batu, sedangkan pelatihan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan UKM (Hapsari et al, 2014). Untuk itu diperlukan dukungan dari pemerintah untuk menyusun strategi pelatihan yang lebih efektif sesuai dengan kebutuhan UKM melalui diskusi perumusan kebutuhan pelatihan khusus (Hapsari et al, 2014). Sedangkan modal

diberikan secara langsung melalui koperasi-koperasi dan bank- bank pemerintah maupun melalui pembuatan kebijaksanaan-kebijaksanaan yang mempermudah akses permodalan UKM. Selain itu bisa dengan menambahkan peningkatan kompetensi SDM melalui penyuluhan tentang bagaimana mengelola modal yang baik. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa program pemberdayaan perlu dioptimalkan melalui bantuan modal terhadap usaha akan membantu perkembangan UMKM. penelitian tersebut membuktikan bahwa variabel modal usaha merupakan salah satu variabel yang signifikan dalam pemberdayaan UMKM.

Sedangkan penelitian Anomsari, Setyowati, Kadarningsih (2013) menunjukkan terdapat beberapa variabel dari program pemerintah Jawa Tengah yang berpengaruh pada pemberdayaan UMKM yaitu; (1) Penciptaan iklim usaha UMKM berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap peningkatan dan pemberdayaan Koperasi & UMKM; (2) pengembangan sistem pendukung usaha KUMKM berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap peningkatan dan pemberdayaan Koperasi & UMKM; (3) Pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan dan pemberdayaan Koperasi & UMKM; (4) Pemberdayaan usaha KUMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan dan pemberdayaan Koperasi & UMKM; (5) Peningkatan kualitas kelembagaan koperasi dan UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan dan pemberdayaan Koperasi & UMKM.

Berdasarkan hasil dari beberapa variabel tersebut temuan Anomsari, dkk (2013) dalam pemberdayaan Koperasi dan UMKM pemerintah perlu memperkuat kemudahan birokrasi, perijinan usaha dan lokasi usaha membuat usaha semakin berkembang, hal ini yang perlu dipertahankan oleh pimpinan agar tujuan perusahaan dapat dicapai. (Anomsari et al, 2013). Selain itu, pengadaan program bimbingan perencanaan dan pemasaran sangat penting dalam pengembangan usaha, namun belum berjalan efektif sehingga bantuan pemasaran belum sesuai dengan tujuan perusahaan yang dapat dicapai. Selain itu seringkali KUMKM mengikuti pelatihan baik teknis maupun informatif agar usahanya berkembang (Anomsari et al, 2013). Program pemberdayaan juga perlu didukung dengan program pelatihan bintek manajemen, budaya usaha dan kewirausahaan, sangat penting bagi peningkatan pendapatan usaha, hal ini yang perlu dipertahankan oleh pimpinan/pemilik KUMKM agar tujuan KUMKM dapat dicapai (Anomsar et al, 2011). Selanjutnya, Pengelolaan koperasi dan UMKM yang sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip koperasi dan UMKM dapat meningkatkan perkembangan dan pertumbuhan koperasi dan UMKM secara sehat.

Mia Retno Prahesti (2014), analisis kebijakan pemerintah daerah dalam pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) (studi kasus Kabupaten Mojokerto). Penelitian Prahesti mengemukakan bahwa potensi yang dimiliki oleh usaha kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Mojokerto lebih berpusat kepada manusia, maka strategi pemerintah Kabupaten Mojokerto untuk mengembangkan adalah melalui strategi pemberdayaan, yaitu dengan penciptaan iklim usaha yang kondusif dan penguatan potensi yang dimiliki para pengusaha dan pengrajin.

Adapun program-program dan kegiatan yang dilaksanakan untuk menumbuhkan iklim usaha yang kondusif adalah melalui peningkatan aksesibilitas terhadap permodalan/pendanaan, penyediaan layanan infrastruktur, kemudahan dalam layanan perijinan, serta pembinaan dan pengembangan kelembagaan. Sedangkan program dan kegiatan untuk penguatan potensi yang dimiliki melalui pembinaan dan pengembangan teknik dan manajerial yang meliputi pembinaan dan pengembangan teknik produksi, pemasaran serta sumber daya manusia (Prahesti, 2014). Prahesti (2014) juga menemukan beberapa faktor yang menghambat adalah kultur masyarakat yang masih tertutup, rendahnya kemampuan manajerial serta keterbatasan bahan baku dan masih terbatasnya anggaran yang tersedia, keterbatasan data yang tersedia, adanya pesaing dari luar daerah, serta kurangnya peran dan partisipasi dari pihak swasta.

Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian tersebut pemberdayaan UMKM dapat dilakukan dengan memaksimalkan program pemerintah daerah dengan melakukan pendampingan, pembinaan dan pelatihan terhadap UMKM, sehingga UMKM mampu melakukan pengembangan usaha. Selain itu, pembinaan kemampuan teknik dan manajerial, tidak hanya sebatas kemampuan teknik produksi, kewirausahaan dan pemasaran saja, tetapi minat dan ketrampilan juga termasuk bagi generasi muda dan mampu mendorong masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam UMKM.

### **C. Hipotesis**

Dalam penelitian Setiani Kurnianingsih (2015), penelitiannya mengambil program pemerintah melalui bantuan modal usaha, pelatihan usaha, bantuan

pemasaran, dan pendampingan usaha. Maka, berdasarkan latar belakang, kerangka berpikir, dan penelitian terdahulu maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>01</sub> : Bantuan akses permodalan (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap perkembangan UMKM.

H<sub>a1</sub> : Bantuan akses permodalan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap perkembangan UMKM

H<sub>02</sub> : Pelatihan usaha (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap perkembangan UMKM.

H<sub>a2</sub> : Pelatihan usaha (X2) berpengaruh secara parsial terhadap perkembangan UMKM

H<sub>03</sub> : Bantuan pemasaran (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap perkembangan UMKM.

H<sub>a3</sub> : Bantuan pemasaran (X3) berpengaruh secara parsial perkembangan UMKM

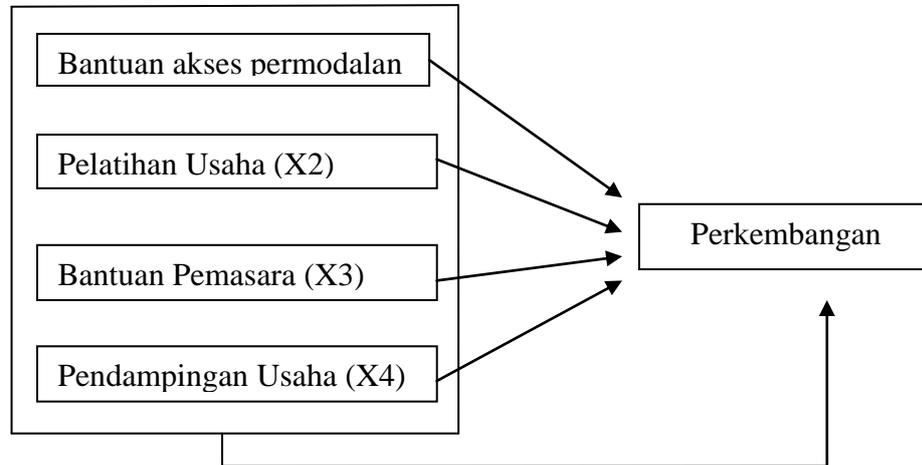
H<sub>04</sub> : Pendampingan usaha (X4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap perkembangan UMKM.

H<sub>a4</sub> : Pendampingan usaha (X4) berpengaruh secara parsial terhadap perkembangan UMKM

H<sub>05</sub> : Bantuan akses modal, pelatihan, pemasaran, pendampingan usaha (X5) tidak berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan UMKM.

H<sub>a5</sub> : Bantuan akses modal, pelatihan, pemasaran, pendampingan usaha (X5) berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan UMKM.

#### D. Kerangka Berpikir



Dalam upaya meningkatkan perkembangan UMKM, pemerintah melalui PLUT melakukan pemberdayaan kepada pelaku usaha dengan memberikan akses bantuan modal, pelatihan, pemasaran, dan pendampingan usaha. Melalui langkah-langkah tersebut diharapkan memberi pengaruh terhadap perkembangan UMKM.

Modal merupakan salah satu komponen penggerak dalam bidang usaha, melalui sumber daya manusia yang baik, modal dapat dikelola dengan efektif dan efisien, sehingga usaha dapat berkembang dan berinovasi. Untuk memenuhi kebutuhan akan modal dan pengembangan diri, pemerintah memberikan bantuan akses permodalan dan pelatihan guna menciptakan kualitas usaha.

Sebuah usaha berkembang dan bertahan jika hasil produknya diminati dan dipilih konsumen. Selain itu pendampingan juga diperlukan sebagai mediator untuk penguatan kemitraan. dimana dengan mitra diharapkan adanya jaringan usaha yang lebih luas. Dengan jaringan yang lebih luas, usaha akan mendapat kesempatan yang lebih luas untuk berkembang