

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Kajian Teori

#### 1. Usaha Kecil Mikro dan Menengah

##### a. Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2008 pasal 1 tentang UMKM, yang dimaksud dari masing-masing usaha dinyatakan sebagai berikut, usaha mikro (UMI) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan secara perorangan atau badan usaha yang telah memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini.<sup>1</sup>

Dalam UU nomor 9 tahun 1995 tentang usaha kecil, yang dimaksud usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Penggolongan usaha kecil dapat dibedakan menjadi dua, yaitu usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Pengelompokan usaha kecil disini meliputi para petani, pedagang asongan, kelontongan atau yang lainnya, dimana usaha tersebut belum terdaftar maupun belum tercatat pada dinas perindustrian serta usaha yang belum berbadan hukum. Sedangkan usaha kecil tradisional dapat didefinisikan usaha yang masih menggunakan alat sederhana dalam kegiatan produksinya dan biasanya ini berkaitan dengan seni dan budaya.<sup>2</sup>

Sedangkan, usaha menengah (UM) merupakan usaha yang didirikan oleh individu dan biasanya dilakukan secara perseorangan atau badan usaha, dimana ini termasuk usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Misalkan usaha yang sudah terdaftar pada badan usaha yaitu CV. Ini menjadi contoh bahwa usaha menengah dapat didirikan oleh perseorangan, namun sudah memiliki ijin usaha.<sup>3</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa UMKM adalah sebuah unit usaha yang dijalankan dan dikelola secara perorangan maupun lebih yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dan sudah memenuhi kriteria usaha mikro.

---

<sup>1</sup>Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Perdesaan berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), 59.

<sup>2</sup>Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis : Pengelolaan dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 50.

<sup>3</sup>Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Perdesaan berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 60.

## b. Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Kontribusi UMKM dalam peningkatan ekonomi kerakyatan menjadi hal yang tidak dapat disangkal lagi, karena telah mampu menopang perekonomian daerah maupun negara. Sektor ini memiliki peranan yang sangat penting bagi negara berkembang, salah satunya adalah Indonesia. Peranan UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional sudah sangat dominan sehingga menjadikan sektor ini mendapat banyak sekali perhatian dari berbagai kalangan, misalnya dari kementerian perindustrian dan dinas-dinas terkait.

Adapun wujud peranan UMKM dalam mengembangkan perekonomian nasional, diantaranya :<sup>4</sup>

- a) Penyerapan tenaga kerja  
Saat ini banyak masyarakat yang berlomba-lomba mendirikan sebuah usaha kecil, karena dengan adanya penciptaan lapangan kerja tersebut dapat menyerap tenaga kerja di daerah setempat. Sehingga kegiatan tersebut dapat mengurangi angka pengangguran. Hal tersebut menjadi bukti bahwa sektor UMKM memiliki peran aktif dalam menekan angka pengangguran dan kemiskinan masyarakat. Contoh nyata dari kegiatan tersebut adalah usaha kerajinan tangan, diantaranya usaha pande besi.
- b) Penyedia barang jasa bagi masyarakat  
Pemenuhan akan barang dan jasa yang dapat dilakukan oleh usaha mikro kecil dan menengah guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat seperti makanan, minuman, peralatan rumah tangga, perabot dapur, berbagai jasa dan lainnya. Contoh penyediaan barang yang dihasilkan dari pande besi adalah perabot dapur (pisau, gunting, dan lain sebagainya), alat pertukangan dan alat pertanian.
- c) Berkurangnya angka urbanisasi  
Urbanisasi dapat diartikan perpindahan penduduk dari desa ke kota. Perpindahan penduduk ke kota dikarenakan mereka memiliki anggapan bahwa pendapatan yang diperoleh lebih banyak dan kehidupannya akan lebih baik, namun pada kenyataannya banyak orang malah semakin terpuruk di kota karena yang dibutuhkan bukan hanya fisiknya saja melainkan pengetahuan dan ketrampilan yang memadai.
- d) Mendayagunakan sumber ekonomi daerah  
Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam. Melimpahnya sumber daya alam yang dimiliki Indonesia

---

<sup>4</sup>Suparyanto, *Kewirausahaan: Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 32.

dapat menjadi sumber ekonomi bagi masyarakat, daerah maupun negara, apabila masyarakat dapat memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal. Peran generasi muda dalam pemanfaatan sumber daya sangat dibutuhkan, karena pemuda memiliki daya imajinatif yang tinggi sehingga mereka dapat mengubah hasil bumi Indonesia menjadi barang yang memiliki nilai tambah, serta mampu menjual produk mereka ke daerah bahkan sampai ekspor ke luar negeri. Pemanfaatan potensi daerah ini telah meningkatkan kesejahteraan daerah dan kesejahteraan nasional.

### c. Pengelompokan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

UMKM telah memberikan kontribusi paling besar dalam perekonomian nasional dan itu tampak begitu jelas, karena dalam perkembangannya UMKM semakin lama jumlahnya semakin bertambah. Ada empat pengelompokan UMKM yaitu:<sup>5</sup>

- a) UMKM sektor informal (*Livelihood Activities*) merupakan UMKM yang dianggap sebagai peluang kerja baru untuk mencari nafkah, lebih umumnya dikenal dengan sebagai lapangan kerja baru.
- b) UMKM Mikro (*Micro Enterprise*) adalah pelaku UMKM yang telah memiliki kemampuan seni di bidang kerajinan dan memiliki sifat pengrajin namun kemampuan berwirausaha belum ada.
- c) Usaha Kecil Dinamis (*Small Dynamic Enterprise*) merupakan kelompok usaha mikro kecil dan menengah yang telah memiliki jiwa *enterprenuer* dan pelaku usaha ini sudah berani melakukan perjanjian usaha dengan mitra bisnisnya hingga ke luar negeri (ekspor).
- d) *Fast Moving Enterprise*, merupakan pelaku UMKM yang telah mempunyai jiwa *enterprenuer* matang dan pelaku usaha tersebut berani mengambil resiko yang lebih besar dengan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

---

<sup>5</sup>Adintha Salsabila dan Supriono, “Analisis Strategi Pengembangan Pasar UMKM ke Kawasan Asia Tenggara dalam Menghadapi Kebijakan MEA,” *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB) 62, no. 1 (2018): 209, diakses pada tanggal 25 Februari 2020, [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)

#### d. Kelemahan dan Kekuatan UMKM

##### 1) Kelemahan UMKM

Dalam dunia bisnis, pastilah mempunyai kelemahan dalam proses bisnisnya, salah satunya adalah UMKM. Berikut kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh UMKM, antara lain:<sup>6</sup>

##### a. Keterbatasan modal

Dalam mengelola usaha kecil menyeimbangkan antara uang masuk dan uang keluar sangatlah sulit, terlebih ketika melakukan ekspansi usaha. Hal tersebut dikarenakan ketika mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan, pelaku usaha diperlakukan seperti warga negara kelas dua.

##### b. Permasalahan karyawan

Masalah yang biasanya dihadapi oleh usaha kecil yaitu terbatasnya SDM baik dari pengetahuan maupun ketrampilan, dan kekhawatiran mereka terkait ketidakmampuan pengusaha membayar gaji karyawan yang terlalu besar, serta tidak dapat menjamin status karyawannya. Kebiasaan pengusaha kecil adalah memikirkan rencana bisnis jangka pendek misalnya menangani masalah yang terjadi setiap hari dan mengesampingkan rencana bisnis jangka panjang.

##### c. Tingginya biaya langsung

Tingginya biaya dikarenakan pembelian akan bahan baku, mesin ataupun persediaan untuk kebutuhan usaha yang hanya dapat dibeli dengan modal seadanya dan sistemnya masih hitungan ecer, dan pembelian tersebut mengakibatkan harganya lebih tinggi. Sedangkan perusahaan besar dapat melakukan pembelian dengan harga yang jauh lebih murah karena pembelian dalam porsi besar.

##### d. Rendahnya kredibilitas

Ketika memproduksi sebuah produk baru ataupun memasuki pasar baru pengusaha kecil harus berjuang dalam menawarkan produknya kepada konsumen, karena mereka belum memiliki nama (*brand*) yang bisa dipercaya oleh konsumen. Lain halnya dengan perusahaan besar, masyarakat langsung menerima produknya karena namanya telah dikenal dan dipercaya oleh masyarakat.

---

<sup>6</sup>D. Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 265-266.

## 2) Keunggulan UMKM

Selain memiliki kelemahan, UMKM juga memiliki keunggulan dibandingkan dengan usaha besar antara lain:<sup>7</sup>

- a. Dikelola secara pribadi  
Pelanggan seringkali membayar harga yang lebih mahal untuk perhatian pribadi. Bahkan, banyak industri yang menjual produknya dimana perbedaan produk dan harganya tipis, kehadiran manusia menjadi keuntungan utama dalam menghadapi persaingan.
- b. Fleksibilitas lebih tinggi  
Keunggulan kompetitif utama pada usaha kecil terletak pada fleksibilitasnya, karena mereka memiliki jalur komunikasi yang lebih pendek, pasar yang terbatas, lingkup produk yang sempit, serta pabrik dan gudang yang dekat dengan tempat produksi. Sehingga pengusaha mampu menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat, dibandingkan dengan perusahaan berskala besar yang pada umumnya birokratis.
- c. Kurangnya birokrasi  
Ketika terjadi permasalahan dalam usahanya, seluruh masalah akan dapat mudah dimengerti, kecepatan dalam pengambilan keputusan dan hasil dari keputusan tersebut dapat segera direalisasikan dengan mudah dan akan lebih mudah lagi untuk mengevaluasinya.
- d. Kecepatan inovasi  
Bisnis dengan skala kecil memiliki kebebasan lebih dibandingkan dengan usaha berskala besar, dan ini akan menjadikan mereka lebih leluasa menyalurkan ide-ide secara kreatif dan inovatif dengan cepat digarap dan segera diluncurkan ide tersebut.

Selain keunggulan tersebut, UMKM juga mempunyai kekuatan yang dijadikan andalan bisnis dengan rencana pengembangan jangka panjang, antara lain :<sup>8</sup>

- a. Menyediakan lapangan pekerjaan, kemampuan UMKM dalam menyerap tenaga kerja tidak lagi diragukan karena peran UMKM dalam menekan angka pengangguran sangat

---

<sup>7</sup>Daryanto, “*Menggeluti” Dunia Wirausaha*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), 10-11.

<sup>8</sup>Elza Maulida Merdekawati, “Potensi dan Kontribusi UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam* (Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2018), 30.

- signifikandan diperkirakan dapat menyerap tenaga kerja hingga 50%.
- b. Sumber wirausaha baru, permintaan akan barang dan jasa sekarang ini semakin meningkat hingga akhirnya banyak generasi muda yang berlomba-lomba menjadi wirausaha. Hal ini dapat mendukung berkembangnya wirausaha baru dan meningkatkan jiwa *enterprenuer* muda.
  - c. Menunjukkan bahwa industri kecil mampu memanfaatkan sumber daya sekitar dengan memanfaatkan limbah dari industri besar untuk dikembangkan menjadi produk jadi, dengan bekal kreativitas akan mengubah segalanya.
  - d. Industri kecil juga memiliki segmen usaha yang unik, manajemen masih sederhana dan akan lebih merespon perubahan pasar.
  - e. UMKM memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar lagi, apabila ini didukung oleh pemerintah desa setempat, kemauan dari pengusaha itu sendiri ataupun dukungan dari dinas-dinas terkait.

## 2. Pengembangan Usaha

### a. Pengertian Pengembangan Usaha

Ekspansi atau pengembangan usaha menjadi sebuah keharusan dalam kegiatan bisnis, dan ini menjadi tanggung jawab bagi pelaku usaha yang memiliki keinginan untuk memajukan usahanya disertai daya cipta yang tinggi. Langkah ekspansi usaha perlu dilakukan oleh setiap pengusaha baik pengembangan dari sisi produk maupun dari sisi pemasaran. Gagasan mengenai ekspansi usaha perlu diikuti dengan penelitian yang seksama, karena banyak usaha gulung tikar yang disebabkan tidak ada penelitian sebelumnya dan kurangnya persiapan.<sup>9</sup>

Ada beberapa pengertian pengembangan usaha menurut para ahli, diantaranya:<sup>10</sup>

- a) Menurut Mahmud Mach Foedz

Pengembangan usaha diartikan sebagai pelaksana perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang secara sistematis untuk memperoleh keuntungan dengan cara

---

<sup>9</sup> Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 13.

<sup>10</sup> Vinanda Permata, "Ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli," tth, <https://www.academia.edu/8665059/Ada-beberapa-definisi-pengembangan-usaha-menurut-para-ahli>

memproduksi dan menjual barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen.

b) Menurut Brown dan Petrello

Pengembangan usaha yaitu suatu perusahaan yang memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka perusahaan juga ikut meningkat dan berkembang.

c) Menurut Steinfeld

Pengembangan usaha adalah kegiatan penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen oleh pelaku usaha, baik yang memiliki badan usaha ataupun belum.

d) Menurut Hughes dan Kapoor

Pengembangan usaha diartikan sebagai aktivitas usaha manusia yang terorganisir dalam rangka menciptakan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah suatu proses atau cara memperbaiki usaha yang sedang berjalan maupun yang akan datang melalui peningkatan kualitas dan kuantitas produk sesuai dengan tujuan perusahaan.

Terdapat dua faktor yang melatar belakangi sulitnya pelaku usaha mengembangkan usahanya, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Masalah yang biasanya muncul dari usaha itu sendiri biasanya disebut faktor internal, sebagai contoh modal terbatas, bahan baku terbatas, kemampuan kewirausahaan yang terbatas, dan beberapa aspek lainnya. Sedangkan faktor eksternal timbul karena adanya persaingan usaha dari pesaing, dan lainnya. Namun, hal ini tidak menjadi penghalang untuk seorang wirausaha mengembangkan usahanya. Untuk menyiasati kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya bisa dilakukan dengan cara mengubah kendala tersebut menjadi sebuah peluang bisnis baru.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011), 89.

## b. Unsur Pengembangan Usaha

Terdapat dua unsur penting yang harus diperhatikan pengusaha dalam mengembangkan usahanya, diantaranya:<sup>12</sup>

1. Unsur internal ini muncul dari inisiatif pengusaha itu sendiri, antara lain:
  - a) Adanya kemauan dari pengusaha untuk melakukan pengembangan usaha dengan caramelakukan penambahan jumlah produksi serta memperluas jangkauan pasar.
  - b) Melakukan inovasi produk dan memahami cara menciptakan produk baru mulai dari jumlah produksi, dan cara melakukan pengembangan lainnya.
  - c) Membuat rincian mengenai rencana pengembangan usaha, mulai dari pengeluaran sampai dengan pemasukan.
2. Unsur eksternal, yang muncul dari luar usaha dan diluar kendali pengusaha, terdiri dari:
  - a) Mendapatkan suntikan dana usaha dari pihak luar, seperti bantuan modal dari kementerian perindustrian. Hal ini juga telah dilakukan oleh sejumlah pelaku usaha di Hadipolo, dan mayoritas adalah pelaku usaha yang telah tergabung di KUB Hadipolo sendiri.
  - b) Mengikuti perkembangan teknologi informasi sesuai dengan perubahan zaman guna meningkatkan kualitas maupun kuantitas produk itu sendiri, dan pemanfaatan teknologi secara optimal dengan tujuan kegiatan produksi menjadi lebih efektif dan efisien.
  - c) Memahami situasi dan kondisi lingkungan bisnis dengan tepat akan menguntungkan pelaku usaha karena mereka akan dapat merespon dengan cepat situasi dari pasar maupun dari pesaing.
  - d) Mengetahui harga dan kualitas produk dari pesaing maupun yang ada dipasaran menjadi hal yang menguntungkan bagi pelaku usaha, karena mereka akan mengetahui secara langsung harga dan kualitas produknya.
  - e) Jangkauan rentetan produk.

---

<sup>12</sup> Si Manis, "Pengertian Pengembangan Usaha: Jenis, Unsur, Strategi dan Cara Mengembangkan Usaha," Maret 23, 2020, <https://www.pelajaran.co.id/2020/23/pengembangan-usaha.html/>

### c. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam mengembangkan usaha, seorang wirausaha harus memperhatikan beberapa tahapan sebagai berikut:<sup>13</sup>

- a) Memiliki ide usaha  
Ide usaha merupakan gagasan awal seseorang untuk merubah suatu bisnis menjadi lebih berkembang.
- b) Penyaringan ide atau konsep usaha  
Konsep usaha merupakan sebuah rancangan dari ide usaha untuk mencapai tujuan bisnis dan menjangkau target pasar melalui aktifitas kelayakan ide usaha.
- c) Pengembangan rencana usaha (*Business Plan*)  
Seorang pengusaha perlu melakukan pengembangan rencana usaha (*business plan*) dengan menganalisis rincian anggaran yang akan dipertimbangkan ketika akan melakukan pengembangan usaha.
- d) Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha  
Implementasi rencana usaha merupakan tahapan terakhir dalam pengembangan usaha dengan mengerahkan seluruh sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan bisnisnya.

### d. Hambatan Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Menurut Hansen dan Mowen manajemen constraint atau teori kendala dibedakan menjadi dua yaitu *internal constraint* dan *external constraint*. Kendala internal merupakan masalah yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri. Sedangkan *external constraint* adalah kendala yang berasal dari luar perusahaan itu sendiri.<sup>14</sup>

Hempri Suyatna menjelaskan bahwa pada masing-masing kelompok (mikro, kecil dan menengah) sebenarnya memiliki problematikanya sendiri-sendiri. Untuk mempercepat perkembangan usaha, pengusaha harus mengidentifikasi masalah secara tepat, baik masalah internal maupun eksternal. Adapun masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM antara lain, yaitu:<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), 153.

<sup>14</sup> Dosen Pendidikan 2, "Teori Kendala", 27 Maret, 2020, <https://www.dosenpendidikan.co.id/teori-kendala/>

<sup>15</sup> Rachmawan Budiarto, dkk., *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015), 25-38.

## 1. Permasalahan Internal

### a) Kualitas SDM rendah

Sumber daya manusia menjadi penentu keberhasilan sebuah usaha. Rendahnya kualitas sumber daya manusia dapat dilihat dari sisi pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki oleh setiap pelaku usaha dan karyawannya. Dalam hal ini kualitas SDM dapat dilihat dari respon positif pelaku usaha terhadap perubahan teknologi informasi yang ada sekarang ini.

### b) Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar

UMKM merupakan sebuah unit usaha yang terbentuk dari keluarga, sehingga memiliki jaringan usaha yang sangat sempit dan kemampuan dalam menjangkau pangsa pasar masih rendah. Kendala lain yang dihadapi oleh UMKM terkait dengan jaringan usaha yaitu adanya kesulitan dalam mendapatkan bahan baku yang berkualitas dan secara terus menerus, serta kurangnya akses pasar. Berbagai permasalahan itulah yang menyebabkan UMKM tidak memiliki sumber daya untuk mencari, mengembangkan, atau memperluas pangsa pasar usaha mereka sendiri.

### c) Masalah permodalan

Selain sumber daya manusia, modal juga menjadi faktor utama dalam pengembangan usaha. Pada umumnya, banyak UMKM yang menggunakan tabungannya sendiri untuk mengembangkan usahanya dengan jumlah sangat terbatas dan masih rendahnya kemampuan UMKM dalam memberikan agunan, baik karena terbatasnya kepemilikan aset berharga maupun kurangnya legalitas aset yang dimiliki oleh UMKM.

Untuk mengatasi masalah permodalan pada UMKM ini, pemerintah telah memfasilitasi bantuan yang bersifat kredit. Namun, bantuan tersebut dirasa belum maksimal. Sebagai contoh ialah KUR (Kredit Usaha Rakyat), kendala dalam penyelenggaraan KUR ini adalah sikap konservatif perbankan dalam menyalurkan KUR. Hal itu dikarenakan ketakutan perbankan dalam memberikan dana pinjaman yang terkadang macet dalam pembayaran.

### d) Masalah teknologi

Teknologi menjadi elemen pendukung dalam mengembangkan usaha dengan memanfaatkan secara optimal guna menambah nilai suatu produk. Kelemahan mesin yang digunakan pelaku usaha menjadi kendala

utama dalam pengembangan usaha. Contohnya bantuan peralatan yang tidak sesuai dengan keinginan (mesin dengan kualitas rendah), sehingga memenuhi permintaan konsumen menjadi terhambat.

Untuk menghadapi era perdagangan bebas saat ini, teknologi menjadi kebutuhan wajib bagi pelaku UMKM. Peningkatan daya saing usaha dapat dilakukan melalui penggunaan teknologi secara maksimal guna meningkatkan kinerja baik secara kualitas maupun kuantitas.

e) Organisasi dan manajemen

Mayoritas industri kecil yang ada di Indonesia berdiri secara tradisional dan menggunakan organisasi secara turun temurun, dimana akan memberikan pengaruh pada kemajuan usaha. Kebanyakan usaha yang dijalankan secara turun temurun dengan sistem tradisional akan tetap berpegang teguh pada kebiasaan sesepuh mereka tentang pengelolaan usaha dan hanya dipegang oleh satu orang saja. Contohnya pembagian tugas tidak jelas, satu orang memegang beberapa bagian (keuangan, produksi, pemasaran).

Sulitnya UMKM melakukan pengembangan usaha dilatarbelakangi oleh keterbatasan SDM pada usaha itu sendiri, baik dari segi pengetahuan maupun ketrampilannya yang akan berpengaruh terhadap manajemen modern dalam pengelolaan usahanya. Kesulitan lainnya adalah respon pelaku usaha terhadap bisnis masih rendah. Sifatnya yang cenderung tradisional terkadang menjadikan pengusaha kurang responsif terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan bisnis. Produk yang diluncurkan UMKM sebenarnya tidak kalah saing dengan produk buatan pabrik. Namun, karena dari sisi finishing dan packaging sering kali kurang mendapat perhatian dari masyarakat atau konsumen, dan tidak jarang pula produk yang dihasilkan oleh UMKM dihargai lebih rendah daripada produk sejenis lainnya. Contoh konkretnya adalah terputusnya kerjasama pabrik djarum dengan para pengusaha karena lebih memilih produk asing.

2. Permasalahan Eksternal<sup>16</sup>

## a) Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif

Upaya yang dilakukan pemerintah dalam mengembangkan UMKM masih terus ditingkatkan, namun hal tersebut dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Iklim usaha yang kurang belum kondusif ditunjukkan dengan kurangnya kepastian hukum, berbagai peraturan daerah yang tidak menyulitkan UMKM, jelas Kuncoro.

Iklim usaha yang kurang kondusif juga tercermin dari sulitnya UMKM untuk memasuki pasar internasional melalui ekspor yang disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya kebijakan pemerintah yang memberikan hak istimewa kepada pihak tertentu, kuatnya jaringan mafia perdagangan, kepemilikan sumber daya politik, serta ketergantungan pelaku UMKM pada pedagang perantara.

## b) Sarana dan prasarana usaha yang terbatas

Sarana merupakan sesuatu yang dipakai sebagai alat untuk mencapai tujuan, sedangkan prasarana usaha diartikan sebagai penunjang keberhasilan suatu proses. Minimnya sarana dan prasarana usaha menjadi pemicu sulitnya pengusaha untuk mengembangkan usaha. Kesulitan tersebut ditunjukkan dengan kalahnya produk UMKM yang disebabkan lemahnya infrastruktur penunjang keberlangsungan produksi maupun pemasarannya.

Kesulitan yang dialami pengusaha lainnya diperparah dengan kendala bahan baku. Bahan baku yang langka dan mahal menjadi dua faktor terbesar dalam penyediaan bahan baku. Kelangkaan tersebut dikarenakan bahan baku yang digunakan oleh UMKM masih banyak menggunakan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui, sedangkan mahalannya bahan baku disebabkan karena bahan baku lokal semakin sulit didapatkan dan lebih mengandalkan bahan baku impor yang harganya sangat mahal.

## c) Implikasi otonomi daerah

Dengan adanya otonomi daerah diharapkan mampu mendorong peran kuat pemerintah daerah untuk menjadikan UMKM raja di daerah mereka sendiri serta mendorong tumbuhnya industri kreatif di daerah masing-

---

<sup>16</sup>Rachmawan Budiarto, dkk., *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, 39-49.

masing. Selain itu, otonomi daerah sepatutnya memunculkan kesadaran akan potensi lokal yang perlu digali dandikembangkan oleh pelaku usaha, baik dari UMKM sendiri maupun pihak pemerintah.

Masalah yang akan timbul dari adanya pembagian kewenangan (otonomi) antardaerah adalah dalam hal implementasi kebijakan. Terdapat tiga kendala yang dihadapi UMKM dalam mengimplementasikan kebijakan pengembangan UMKM. Pertama, kendala koordinasi antarpemerintah pusat dengan provinsi maupun antara pemerintah provinsi dengan kabupaten. Kedua, kendala kompetensi dan ketersediaan dari aparat pemerintah. Ketiga, kendala dalam hal anggaran mengingat dengan adanya otomi daerah kewenangan pengelolaan keuangan berada pada daerah itu sendiri.

- d) Implikasi perdagangan bebas  
Keberadaan ACFTA, APEC dan ASEAN Community sangat berdampak terhadap UMKM di Indonesia untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Perdagangan bebas dapat menjadi tantangan dan peluang bagi UMKM di Indonesia. Produk dari luar telah masuk dan menguasai pasar Indonesia, ini menjadi ancaman bagi UMKM di Indonesia.

Keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh pengusaha mulai dari permodalan, teknologi dan keahlian, hingga permasalahan sulitnya memperoleh bahan baku dengan kualitas baik dan keterbatasan dalam mendesain produk inilah yang menyebabkan UMKM di Indonesia semakin rentan dan cenderung mengalami kehancuran. Salah satu dampak yang ditimbulkan adalah konsumen lebih tertarik dengan produk luar karena memiliki harga yang lebih rendah, padahal kualitasnya rendah. Untuk itu, seorang pengusaha harus mempersiapkan semua aspek mulai dari SDM, teknologi atau lainnya agar tidak kalah saing dengan produk luar.

- e) Ekspansi pasar modern  
Keberadaan pasar modern yang semakin banyak di Indonesia mengakibatkan terpinggirnya pelaku UMKM. Hal tersebut diakibatkan karena banyak oknum pemerintah yang memberikan kelonggaran ijin usaha pada pasar modern dan paling tidak disebabkan oleh beberapa hal; Pertama, berdirinya pasar modern, apalagi sekelas supermarket atau *hypermart*, sering kali dipandang sebagai simbol kemajuan pembangunan

daerah. Kedua, menjamurnya pasar modern merupakan imbas dari sistem politik yang bersifat transaksional. Ketiga, tidak adanya komitmen dan visi kerakyatan yang jelas dari kepala daerah.

#### e. Pengembangan usaha dalam Islam

Kegiatan bisnis telah ada pada zaman rasulullah duludan sebagian besar umat Islam saat itu menjadi seorang pedagang sampai mereka berhasil. Dulunya sahabat nabi banyak yang menjadi pengusaha besar, hingga akhirnya mereka melakukan ekspansi usaha dengan melewati batas teritorial Makkah maupun Madinah. Islam telah mengatur seluruh perbuatan manusia, tak terkecuali mengenai cara berdagang. Cara berdagang yang ditunjukkan oleh para sahabat adalah mengutamakan prinsip-prinsip syariah dan tetap berpedoman pad alquran dan hadis nabi. Dalam pengelolaan usaha mereka tetap berpegang teguh pada nilai-nilai keislaman. Dalam upaya mengembangkan usaha juga harus sesuai dengan prinsip syariah dan melakukan ekspansi usaha sangatlah dianjurkan dalam Islam guna mencapai tujuan bisnis.<sup>17</sup>

Islam merupakan agama yang sangat kompleks, mulai dari mengatur kegiatan manusia dengan Tuhan hingga kegiatan manusia dengan manusia. Dalam menjalankan bisnisnya, pengusaha muslim harus mengetahui batasan-batasan yang telah ditetapkan agama Islam mengenai cara mengembangkan bisnisnya, antara lain:<sup>18</sup>

##### 1) Niat yang baik

Niat merupakan keinginan dalam hati untuk melakukan suatu tindakan yang ditujukan kepada Allah dengan tujuan ibadah. Apabila dalam menjalankan usaha atau lainnya dengan niat yang baik, pastilah hasilnya akan baik juga. Sebaliknya, apabila dalam menjalankan usaha atau lainnya memiliki niat yang buruk, maka hasilnya pun menjadi buruk juga. Hal ini sesuai dengan dengan hadits rasulullah berikut ini;<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup>Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet W., *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), i, <https://books.google.co.id/books?id>

<sup>18</sup>M. Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, (Banjarmasin: Aswaja Pressindo, 2013), 13.

<sup>19</sup>Abdul Hamid Hakim, *Mabadi Awaliyah: Ushul Fikih, dan Qawaid Fikhiyyah*, (Jakarta: Sa'adiyah Putra, ), 21.

قال صلى الله عليه وسلم : انَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا  
لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى (رواه البخاري)

“*Sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan seseorang sesuai dengan apa yang ia niatkan*”

Hadits tersebut menjelaskan bahwa niat bukan hanya berlaku pada urusan ibadah saja melainkan berlaku juga pada urusan muamalah, seperti kegiatan berwirausaha. Disini diajarkan bahwasanya seorang wirausaha muslim memilikiorientasi yang sama dalam hal ibadah (urusan dengan Allah) dan muamalah (urusan dengan sesama manusia). Untuk itu, seorang wirausaha muslim dituntut agar dalam menjalankan segala aktivitas bisnis selalu mengorientasikan dengan mengharap ridho dari Allah, maka urusan bisnis akan berjalan baik dan sesuai dengan tujuan.

2) Berinteraksi dengan akhlak

Akhlak merupakan tingkah laku seseorang yang didorong oleh suatu keinginan untuk melakukan hal tersebut. Tujuan Islam dan seruan para nabi dalam dakwahnya adalah untuk menyempurnakan akhlak, sehingga ini menempati posisi tertinggi dalam rancang bangun ekonomi syariah. Dalam menjalankan bisnisnya, seorang pengusaha muslim harus memiliki beberapa akhlak yang dicontohkan oleh nabi, diantaranya:

a. Jujur (*shiddiq*)

Kejujuran merupakan kebenaran antara ucapan, perbuatan maupun perasaan dengan kenyataan. Islam mewajibkan seluruh umatnya untuk senantiasa bersikap jujur dalam artian jujur dalam hal perdagangan. Allah telah mengatur setiap perbuatan dengan ketentuan yang ada di alquran, dengan ini kita senantiasa mengutamakan sikap jujur. Kejujuran dalam perdagangan dapat ditunjukkan dengan cara mempromosikan barang dengan mengatakan yang sejujurnya, seperti kualitas barang, fungsi barang, dan lainnya. Contohnya mengatakan bahwa kualitas pisau ini standar, jika untuk memotong daging mungkin akan cepat tumpul.

b. Toleran

Sikap toleran merupakan sikap memahami dan menghargai antara penjual dengan penjual lainnya atau pembeli. Ada beberapa manfaat yang diperoleh ketika menerapkan sifat toleran dan bisnisnya, diantaranya; akan

mempermudah terjadinya transaksi, semakin dekat dengan pembeli dan mempercepat perputaran modal.<sup>20</sup>

Wujud sikap toleran ditunjukkan dengan saling tolong menolong dalam kebaikan dan tidak merugikan pembeli. Ini berarti seorang pengusahamuslim ketika menjadi penjual harus mau menerimapermintaan atau memperbolehkan seorang pembeli yang ingin mengembalikan barang yang dibelinya dengan adanya kesepakatan diawal.

c. Menepati janji

Janji merupakan kesepakatan antara dua belah pihak. Islam menjadi agama yang mewajibkan seluruh umatnya agara selalu menepati janji dan tidak mengingkari. Terlebih perjanjian yang dibuat dengan sesama manusia, seperti kegiatan muamalah.Semua petunjuk yang diberikan Allah dalam alquran dan hadits rasulullah menjadi sebuah petunjuk bagi pengusaha muslim untuk merealisasikan janji yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Contohnya menyelesaikan pesanan dengan waktu yang telah sepakati.

3) Percaya pada takdir dan ridha Allah

Sikap pengusaha muslim harus wajib percaya atau beriman pada takdir Allah, yaitu takdir baik dan takdir buruk.Sikap percaya akan takdir Allahharus berimbang dengan sikap ridha, karena sikap ridha akan menghasilkan buah yang manis dalam usahanya. Misalnya keuntungan usaha yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan kita, maka ia bisa mempelajari hikmah apa yang terjadi di balik itu semua, seperti menemukan adanya perencanaan yang kurang tepat, atau kualitas produk dibawah pesaing.

4) Bersyukur

Pengusaha muslim merupakan seseorang yang selalu mengingat nikmat Allah dengan diwujudkan melalui rasa syukur. Syukur menjadi perwujudan rasa terima kasih seorang hamba kepada Allah atas segala nikmat yang telah diberikan. Bentuk rasa syukur dapat diungkapkan melalui lisan maupun perbuatan. Contoh wujud syukur dalam bentuk perbuatan adalah melakukan zakat, infaq dan shadaqah.

5) Kerja sebagai ibadah

Segala aktivitas yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari merupakan suatu bentuk ibadah. Secara umum,manusia dibekali oleh Allah dengan empat daya pokok

---

<sup>20</sup>M. Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, 17.

yaitu daya fisik untuk bekerja, daya pikir untuk memikirkan kekuasaan Allah, daya kalbu untuk merasakan nikmat Allah dan daya hidup sebagai penyemanga hidup guna menyelesaikan permasalahan.<sup>21</sup> Bekerja dianggap sebagai ibadah, tetapi perlu diingat bahwa kerja dituntutnya bukan asal kerja melainkan kerja yang shaleh. Untuk itu, apabila setiap pekerjaan yang dilakukan dengan niat ikhlas maka akan bernilai ibadah. Contohnya bekerja di pande besi dengan niat mencari nafkah, maka pekerjaan tersebut tergolong ibadah.

6) Menjaga aturan syariah

Dalam kegiatan ekonomi, Islam telah memberikan keleluasaan kepada pengusaha untuk menjalankan bisnisnya dengan batasan-batasan syariah Islam. Sebagaimana sabda Rasulullah saw berikut “Sembilan dari sepuluh rezeki itu terdapat dalam usaha berdagang dan sepersepuluhnya dalam usaha beternak” (HR. Ibnu Manshuur).<sup>22</sup> Penjelasan terjemahan hadits tersebut mengingatkan kepada seluruh pengusaha agar dalam menjalankan bisnisnya sesuai dengan koridor Islam.

Ada beberapa pantangan moral bisnis Islam yang harus dihindari oleh pengusaha muslim:

- a. *Maysir* merupakan cara memperoleh suatu keuntungan dengan mudah tanpa bekerja keras, atau spekulasi bisnis.
- b. *Asusila (dzalim)* berarti merugikan diri sendiri maupun orang lain. Dalam kegiatan bisnis, sikap dzalim memiliki keterkaitan dengan hal batil. Oleh karenanya, pengusahamuslim dianjurkan melakukan perdagangan dengan *fair*, tidak dzalim atau dengan suka sama suka (*'an taradin*).
- c. *Gharar* diartikan penipuan, ini berarti sesuatu yang belum diketahui benar atau salah. Kegiatan bisnis yang mengandung *gharar* ini dilarang dalam Islam karena didalamnya ada ketidakjelasan pada kualitas, kuantitas, harga maupun waktu. Contoh *gharar* yang terjadi pada transaksi jual beli adalah jual beli ikan dalam kolam.
- d. Haram, Allah dan RasulNya telah melarang pengusaha melakukan aktivitas yang berkaitan dengan hal yang diharamkan oleh agama. Pada umumnya pelanggaran tersebut didasarkan karena mengandung unsur yang berbahaya atau barang tersebut najis.

---

<sup>21</sup>Admin quraishshihab.com, “Kerja adalah Ibadah,” May 30, 2014, <https://quraishshihab.com/akhlak/kerja-adalah-ibadah>

<sup>22</sup>M. Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, 23.

- e. *Ihtikar* (menimbun) dilarang dalam Islam karena dapat merugikan orang lain. *Ihtikar* disini diartikan perilaku seseorang yang menimbun barang dan menaikkan harganya ketika barang tersebut mulai langka.

### 3. Globalisasi

#### a. Pengertian Globalisasi

Secara bahasa *globalisasi* berasal dari kata *global*, dalam kamus Dwi Bahasa Oxford-Erlangga mengandung arti seluruh; seجات; seantero dunia. Namun dalam bahasa Indonesia ditambahkan kata “*isasi*” yang memiliki arti pengglobalan seluruh aspek kehidupan.<sup>23</sup> Sedangkan secara istilah globalisasi diberi arti yang berbeda antara satu dengan lainnya, sehingga perlu penggagasan terlebih dahulu. Ada beberapa pengertian globalisasi menurut para ahli, antara lain:<sup>24</sup>

1) Selo Soemardjan

Globalisasi adalah proses terbentuknya suatu sistem organisasi komunikasi antar masyarakat dunia, dimana tujuannya untuk mengikuti sistem dan kaidah-kaidah tertentu yang tidak memiliki perbedaan satu dengan yang lainnya.

2) Ahmad Suparman

Globalisasi merupakan proses menjadikan suatu benda atau perilaku sebagai ciri dari setiap individu di dunia tanpa dibatasi oleh sebuah wilayah.

3) Thomas L. Frienman

Globalisasi mengacu pada dua dimensi yaitu ideologi dan teknologi. Dimensi ideologi adalah kapitalisme dan pasar bebas, sedangkan dimensi teknologi yang dimaksud ialah teknologi informasi yang telah menyatukan dunia.

4) Anthony Giddens

Globalisasi diartikan sebagai intensifikasi hubungan sosial seluruh dunia dengan menghubungkan daerah yang jauh sehingga kejadian lokal terbentuk oleh peristiwa yang terjadi sangat jauh dan sebaliknya.

Dari beberapa pendapat para ahli mengenai globalisasi, penulis menyimpulkan bahwa globalisasi adalah suatu proses mendunia antar individu, kelompok maupun antar negara yang saling berinteraksi dan bertukar informasi kapanpun dan dimanapun melalui media cetak maupun media elektronik.

---

<sup>23</sup> Adi Gunawan, *Kamus Praktik Ilmiah Populer*, (Surabaya: Kartika, 2001), 147.

<sup>24</sup> Ahmad Fatono, *Pengertian Globalisasi: Segi Bahasa, Istilah dan Pendapat Para Ahli*, (Bandung: Zona Siswa, 2014), 16.

## b. Teori Globalisasi

Ada beberapa pendapat dari para ahli mengenai teori globalisasi, antara lain:<sup>25</sup>

1. Teori globalisasi menurut Cochrane dan Pain, ada tiga peranan utama dalam globalisasi meliputi;
  - a) Para Globalis  
Teori ini menyatakan bahwa adanya globalisasi akan membawa konsekuensi pada kehidupan diseluruh dunia, dimana suatu saat akan ada serangan budaya yang menyebar ke penjuru dunia.
  - b) Para Tradisionalis  
Dalam teori ini orang-orang tidak menganggap bahwa globalisasi sedang terjadi. Mereka beranggapan yang terjadi sekarang merupakan dampak adanya perubahan kejadian dahulu.
  - c) Para Transformalis  
Kategori dalam teori ini adalah orang-orang yang posisinya ditengah antara globalisasi dan tradisional. Anggapan mereka bahwa globalisasi sedang terjadi namun responnya terlalu berlebihan.
2. Teori globalisasi menurut George Ritzer  
Teori ini menyatakan bahwa era globalisasi ditandai dengan adanya perkembangan teknologi dibidang komunikasi, hingga pada akhirnya masyarakat menyadari akan adanya globalisasi ini. Contohnya munculnya televisi dan telepon.

## c. Ciri-ciri Globalisasi

Ada beberapa ciri yang menandakan bahwa globalisasi semakin berkembang pesat hingga ke dunia, antara lain:<sup>26</sup>

- 1) Terjadinya perubahan dalam Konstantin ruang dan waktu. Misalkan semakin pesatnya perkembangan teknologi yang terjadi seperti telepon genggam, televisi satelit, dan adanya internet.
- 2) Ketergantungan negara-negara di dunia dalam pasar dan produksi ekonomi diakibatkan karena pertumbuhan perdagangan internasional, naiknya pengaruh perusahaan multinasional serta dominasi dari WTO.

---

<sup>25</sup> Muhammad Amsal Sahban, *Kolaborasi Pembangunan Ekonomi di Negara Berkembang*, (Makassar: CV. Sah Media, 2018), 54.

<sup>26</sup> Muhammad Amsal Sahban, *Kolaborasi Pembangunan Ekonomi di Negara Berkembang*, 55.

- 3) Meningkatnya komunikasi kebudayaan melalui perkembangan media massa seperti televisi, film, music, maupun transmisi berita dan olahraga internasional. Saat ini, banyak masyarakat berperilaku konsumtif mengenai hal-hal yang melintasi ragam budaya, misalnya dalam bidang fashion, gaya hidup, hingga makanan.

#### d. Dampak Globalisasi

Globalisasi memiliki dampak positif maupun negatif bagi perkembangan UMKM, antara lain:

- 1) Dampak positif globalisasi meliputi;
  - a. Akses informasi menjadi lebih mudah sehingga meningkatkan pengetahuan pelaku usaha.
  - b. Pelaku usaha dapat mengadopsi perkembangan teknologi dengan cepat.
  - c. Pemasaran menjadi lebih masif, sehingga kesempatan untuk mengembangkan usaha menjadi lebih luas.
  - d. UMKM memiliki kesempatan untuk melakukan kegiatan ekspor yang semakin terbuka.
  - e. Memberikan motivasi bagi pelaku UMKM agar bisa menjadi “*go inetrnastional*”.
- 2) Dampak negatif globalisasi meliputi;
  - a. Banyak UMKM di Indonesia yang semakin terpuruk, karena pelaku usaha tidak siap mengikuti perkembangan globalisasi.
  - b. UMKM yang skalanya mikro akan kalah dengan perusahaan besar karena masalah permodalan.
  - c. Bebasnya budaya asing masuk ke Indonesia, sehingga mempengaruhi budaya lokal yang ada.
  - d. Maraknya penyelundupan barang-barang ilegal.

#### e. Strategi Mengembangkan UMKM untuk Menghadapi Pasar Global

Minat untuk mendirikan sebuah usaha di Indonesia semakin banyak, sehingga kontribusi dalam perekonomian mencapai 60%. Selain itu, bisnis UMKM akan lebih kuat dalam menghadapi pasar global. Untuk bisa menghadapi pasar global memang tidak mudah, karena produk UMKM akan bersaing dengan produk dari negara lain. Dalam persaingan tersebut dibutuhkan beberapa strategi dalam menghadapi pasar global, yaitu dengan 5P (product, price, place, promotion, dan people), diantaranya:

## 1) Produk

Penentuan produk menjadi langkah awal sebelum menjalankan sebuah bisnis. Produk yang akan dijual haruslah sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga kita harus melakukan riset pasar dahulu, dan melihat peluang pasar. Selain itu, produk yang dijual harus memiliki kualitas yang bagus agar dapat bersaing dengan produk yang sudah ada sebelumnya, kalau perlu bisa sekelas dengan standar pasar global.

2) Harga (*Price*)

Sebelum menentukan harga, pelaku usaha harus menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan selama produksi. Ada tiga cara yang dapat dilakukan pelaku usaha dalam menetapkan harga agar tidak mengalami kerugian, antara lain;

- a. Menetapkan harga berdasarkan biaya produksi ditambah dengan keuntungan.
- b. Penentuan harga berdasarkan pesaing dengan menetapkan harga dibawah kompetitor, namun memiliki kualitas yang sama.
- c. Penentuan harga berdasarkan permintaan konsumen, namun harus memiliki kualitas yang tinggi agar bisa menaikkan harga jualnya.

3) Tempat (*Place*)

Tempat menjadi salah satu strategi yang penting karena ini menjadi akses bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Untuk itu, UMKM harus memilih tempat yang strategis untuk menjajakan jualannya. Hal-hal yang harus diperhatikan yaitu:

- a. Lokasi harus dekat dengan keramaian.
- b. Lokasi harus sesuai dengan target pasar.
- c. Tempat harus mudah dijangkau oleh semua konsumen.
- d. Produk yang dijual harus menarik.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan sebuah cara yang dilakukan penjual untuk mengenalkan produknya kepada konsumen. Sebelum melakukan promosi harus melakukan riset terhadap produk yang dijual dan siapa calon konsumen yang potensial untuk membeli produk tersebut. Setelah itu memilih media yang tepat dalam memasarkan produk, bisa melalui *online* ataupun *offline*.

5) Pelaku (*People*)

SDM menjadi unsur yang sangat penting dalam mengembangkan usaha, karena sumber daya manusia dianggap sebagai penggerak roda organisasi. Untuk itu, SDM yang dipilih harus orang-orang pilihan agar bisa menghasilkan produk dan memberikan layanan terbaik bagi konsumen.

**B. Penelitian Terdahulu**

Menjadi sebuah kemanfaatan yang didapatkan dari suatu penelitian yaitu agar diketahui kedudukan dari penelitian yang telah dilakukan dengan melihat penelitian terdahulu dari beberapa peneliti. Hal yang wajib dijelaskan dalam subbab ini adalah mengenai persamaan dan perbedaan dalam pembahasan penelitian dahulu terhadap penelitian yang akan sedang dijalankan, mulai dari keleluasaan penelitian, fokus penelitian, maupun pendekatan yang digunakan. Untuk itu peneliti akan menyajikan beberapa penelitian yang sudah ada sebelumnya, sebagai berikut:

1. Penelitian dari karya Dassat, et.al yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Kendala Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Studi Kasus Pada UKM Jajanan Sekolah Ibu Anah Kota Depok Jawa Barat”. Penelitian ini menjelaskan tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui faktor kendala yang dihadapi oleh UKM selama menjalankan usahanya. Objek penelitian ini adalah UKM Jajanan Sekolah Ibu Anah dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara langsung kepada pemilik UKM. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dimana ini menguraikan dan menganalisis faktor-faktor kendala usaha yang selama ini dialami oleh Ibu Anah. Adapun kendala tersebut meliputi masalah pada permodalan, belum bisa memisahkan keuangan pribadi dengan usaha dan pencatatan keuangan yang kurang terarah.<sup>27</sup>

Yang membedakan dari penelitian terdahulu yaitu objek penelitian yang dilakukan masih tergolong sempit karena hanya fokus pada UKM Jajanan Sekolah Ibu Anah, sedangkan peneliti meneliti pada UKM Sentra Pande Besi yang ada di Hadipolo, dimana lingkup penelitiannya jauh lebih luas dibandingkan penelitian terdahulu, dan penelitiannya disesuaikan dengan kondisi saat ini. Disini terlihat persamaan penelitian baik dari pendekatan penelitian yaitu penelitian kualitatif dan dilakukan dengan teknik wawancara, serta

---

<sup>27</sup>Dassad, dkk. “Analisis Faktor-Faktor Kendala Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UKM Jajanan Sekolah Ibu Anah Kota Depok, Jawa Barat),”*Prosiding SNaPP2015 Sosial, Ekonomi, dan Humaniora* 5, no. 1, 2015.

tujuan penelitian yang sama yakni sama-sama ingin mendeskripsikan kendala yang dihadapi oleh UKM.

2. Penelitian dari karya A. Razak dan Elyta dengan judul “Faktor Penghambat Kerajinan Anyaman Tangan Di Perbatasan Sajingan Besar Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN”. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara dari berbagai informan terkait dan mengumpulkan data sekunder yang diambil dari instansi terkait guna memperkuat penelitian. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat dua faktor penghambat pengembangan usaha kerajinan anyaman tangan yang berada di wilayah perbatasan dalam menghadapi MEA, yaitu pola pikir masyarakat yang kurang inovatif karena kurangnya pembinaan dari pemerintah setempat, dan pemasaran yang terhambat karena belum diresmikannya Pos Lintas Batas Aruk di Kabupaten.<sup>28</sup>

Yang membedakan dari penelitian terdahulu yaitu mengkaji mengenai faktor penghambat pengembangan usaha dalam menghadapi MEA, sedangkan peneliti meneliti mengenai faktor penghambat pengembangan usaha di era globalisasi. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis data kualitatif dengan sumber data primer dan data sekunder.

3. Penelitian dari karya Desi Nurchayati dan Agus Sachari dengan judul “Motif Batik Mbok Semok Sebagai Interpretasi Simbolik Kearifan Lokal Pembatik Girilayu Di Era Revolusi Industri 4.0”. Penelitiannya menunjukkan adanya masalah pada proses produksi batik, karena memerlukan waktu berbulan-bulan untuk menyelesaikannya. Namun pembatik di Girilayu memanfaatkan perubahan teknologi saat ini dengan cara memanfaatkan modernitas teknologi informasi dengan optimal dalam mengembangkan usahanya. Pemanfaatan teknologi yang ada saat ini sangat berguna dalam mempersingkat proses produksi menjadilebih efektif dan lebih efisien. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan latar belakang, tujuan dan cara pembatik girilayu mengembangkan usaha yaitu mengembangkan desain motif batik terutama Mbok Semok.<sup>29</sup> Yang berbeda dari penelitian terdahulu yaitu tujuan penelitian tersebut hanya mendeskripsikan latar belakang, tujuan serta cara pengembangan motif desain batik yang dilakukan oleh pematik

---

<sup>28</sup>A. Razak dan Elyta, “Faktor Penghambat Kerajinan Anyaman Tangan Di Perbatasan Sajingan Besar Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN,” *Sosiohumaniora* 19, no. 3, 2017.

<sup>29</sup>Desi Nurchayati dan Agus Sachari, “Motif Batik Mbok Semok Sebagai Interpretasi Simbolik Kearifan Lokal Pembatik Girilayu Di Era Revolusi Industri 4.0”, *SENADA* 2, 2019.

Girilayu. Sedangkan peneliti meneliti dengan tujuan menganalisis faktor penghambat pengembangan usaha pada sentra pande besi di Hadipolo di era globalisasi. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai cara yang digunakan oleh UKM dalam mempertahankan kearifan lokal suatu daerah.

4. Penelitian dari karya Rusdi Hidayat N. dan Sonja Andarini dengan judul “Strategi Pemberdayaan UMKM Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0”. Penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi pedesaan harus bersamaan dengan pelaksanaan pemberdayaan masyarakat agar pelaku usaha bisa mandiri, mampu bersaing dengan pengusaha lainnya serta memiliki keunggulan kompetitif dalam meningkatkan daya saing di era revolusi industri 4.0, dimana ini memiliki potensi yang cukup besar dalam menyumbang pendapatan nasional. Hadirnya revolusi industri memunculkan persaingan yang semakin ketat dari setiap pengusaha. Untuk menyikapi hal tersebut, pelaku UMKM harus mempersiapkan segala hal untuk mengatasi tantangan bisnis tersebut dengan kreatifitas yang tinggi, melakukan inovasi produk, memperluas pemasaran, serta meningkatkan SDM dan teknologi. Dalam pemberdayaan UMKM diperlukan adanya strategi mempersiapkan pemberdayaan ekonomi pada UMKM dalam menghadapi revolusi industri 4.0.<sup>30</sup>

Yang berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu peneliti melakukan pemberdayaan kepada masyarakat agar mampu bersaing kompetitif dengan pengusaha lainnya di era digital saat ini. Sedangkan peneliti meneliti dengan menganalisis masalah yang jadi penghambat bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya di era globalisasi. Persamaanya adalah peneliti sama-sama mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan dengan cara melestarikan kearifan lokal daerah serta menghadapi tantangannya dengan cara berfikir kreatif, inovatif dan memanfaatkan teknologi yang ada.

5. Penelitian dari karya Rianita Puspa Sari dan Deri Teguh Santoso dengan judul “Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0”. Penelitiannya menunjukkan bahwa UMKM harus fokus pada konsep kesiapan untuk mengetahui kesiapan UMKM dalam mengadopsi, menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi secara lebih optimal. Metode

---

<sup>30</sup> Rusdi Hidayat N dan Sonja Andarini dengan judul “Strategi Pemberdayaan UMKM Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0”, Jurnal Bisnis Indonesia, tth.

penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan *random sampling*.<sup>31</sup>

Yang berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu peneliti menganalisis kesiapan UMKM dalam menghadapi era globalisasi. Sedangkan peneliti meneliti dengan menganalisis kendala yang dihadapi UMKM Pande Besi dalam mengembangkan usahanya di era globalisasi. Persamaannya adalah peneliti sama-sama memiliki tujuan untuk mengembangkan UMKM agar memiliki daya saing yang tinggi di pasar global.

### C. Kerangka Berfikir

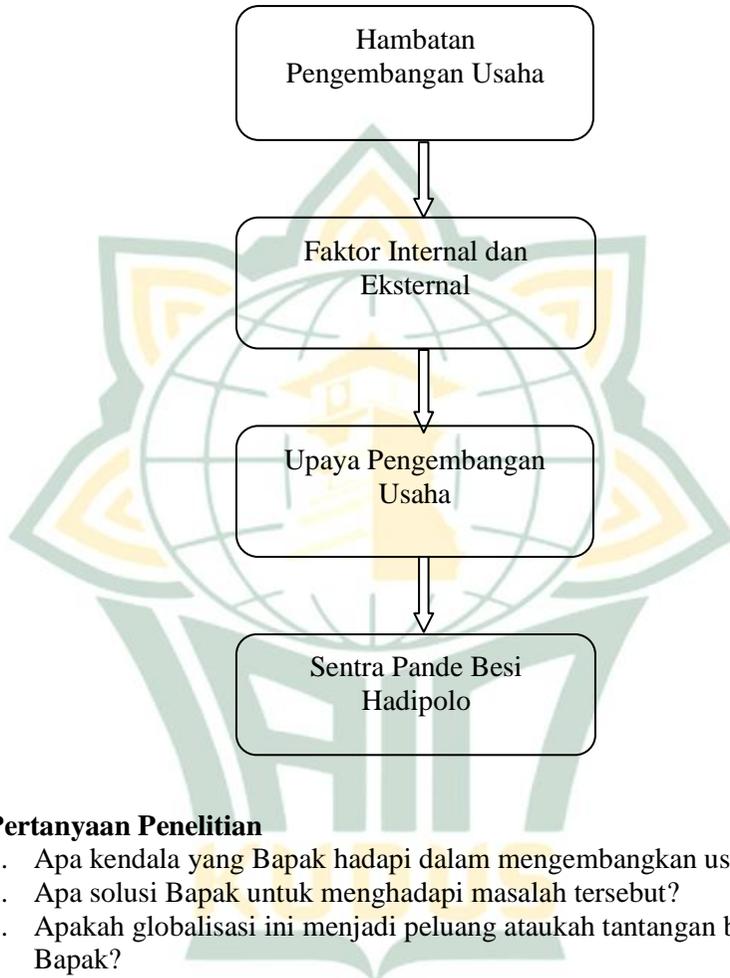
Kontribusi UMKM dalam meningkatkan perekonomian sudah tidak diragukan lagi, karena peranannya dalam menekan angka pengangguran jauh lebih signifikan, ini dapat dibuktikan dengan penyediaan lapangan pekerjaan, penyerapan tenaga kerja dan kontribusinya dalam PDB negara. Desa Hadipolo merupakan salah satu desa di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus. Selain itu, beberapa UMKM di desa Hadipolo banyak yang mencoba untuk mengoptimalkan sumber daya lokal yang dimiliki dengan cara memanfaatkan besi bekas menjadi barang yang memiliki nilai lebih. Kehadiran UMKM ini dapat membantu mengurangi angka pengangguran, yang menjadi masalah serius bagi negara. Dengan adanya UMKM ini diharapkan masyarakat di Hadipolo mengalami kesejahteraan dan dapat keluar dari zona kemiskinan. Salah satu titik permasalahannya adalah sulitnya mengembangkan produk unggulan yang dikarenakan oleh beberapa masalah.

Kendala yang dihadapi oleh UMKM Pande Besi di Hadipolo meliputi, faktor Internal yaitu masalah permodalan, terbatasnya SDM, dan masalah teknologi serta masalah organisasi dan manajemen. Sedangkan faktor eksternalnya yaitu perdagangan bebas, ini ditunjukkan dengan adanya produk cina yang membanjiri pasar Indonesia. Setelah mengidentifikasi masalah-masalah yang menjadi penghambat dalam pengembangan usaha, maka diperlukan adanya solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut agar UMKM Pande Besi menjadi usaha besar dan mampu bersaing di pasar nasional hingga internasional. Adapun solusi yang dapat digunakan yaitu mengajukan bantuan permodalan, mengikuti pelatihan, pengembangan kemitraan, meningkatkan kualitas dan promosi secara *online*.

---

<sup>31</sup>Puspa Sari dan Deri Teguh S., "Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0", JMTSI 3, n0.1, 2019.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



**D. Pertanyaan Penelitian**

1. Apa kendala yang Bapak hadapi dalam mengembangkan usaha?
2. Apa solusi Bapak untuk menghadapi masalah tersebut?
3. Apakah globalisasi ini menjadi peluang ataukah tantangan bagi usaha Bapak?
4. Adakah dampak yang bapak rasakan dengan hadirnya era globalisasi?
5. Apa solusi yang Bapak gunakan dalam megembangkan usaha di era globalisasi ini?