

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Tambunan, (2012:22) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), dan Usaha Menengah (UM) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap yang dipekerjakan. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 bab II tentang *"usaha mikro kecil dan menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan "*

Tabel 1. Kriteria UMKM Berdasarkan Jenis Usaha

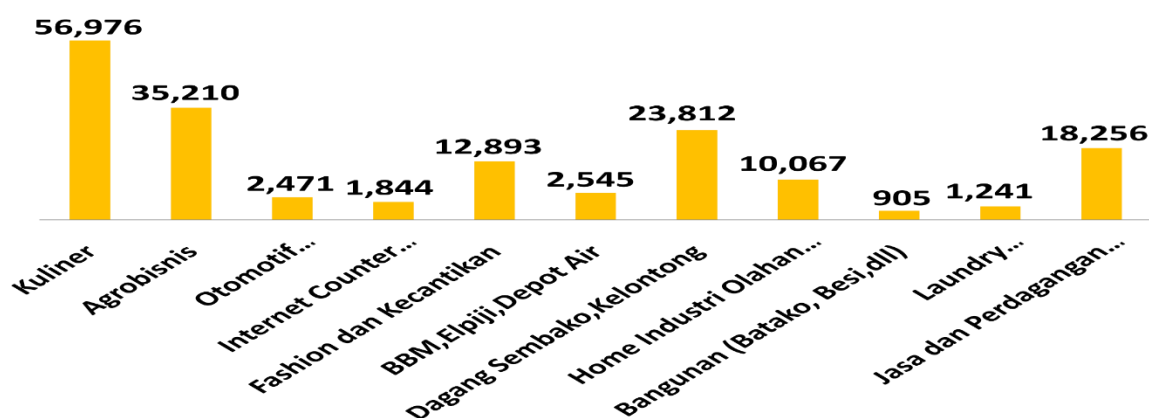
Jenis usaha	Asset	Omzet
Usaha Mikro	Maks 50jt	Maks 300jt
Usaha Kecil	Besar dari 50jt-500jt	Besar dari 300jt-3M
Usaha Menengah	Besar dari 50jt-500jt	Besar dari 2,5M-50M

Sumber : (Kristiyanti & Rahmasari, 2017)

Secara umum pengertian usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha yang memproduksi pada orientasi barang dan jasa pada kegiatan produksinya memerlukan bahan baku dalam kegiatannya yang berbasis pada pengolahan dan pendayagunaan sumber daya alam, keterampilan, inovasi dan karya seni berdasarkan budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Konstitusi Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pasal 33 mengatur bahwa Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas (1) kekeluargaan; (2) Demokrasi ekonomi; (3) kebersamaan; (4) efisiensi berkeadilan; (5) berkelanjutan; (6) berwawasan lingkungan; (7) kemandirian; (8) keseimbangan kemajuan; dan (9) kesatuan ekonomi nasional.

Sedangkan tujuan UMKM adalah menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan serta berdaya saing. (Permadi & Wardana, 2020). Pelaku usaha mikro terdampak covid-19, pelaku usaha mikro, IUMK pendampingan PLUT, ODS KUKM, UKM SIIDA KALBAR, IUMK, DPMPTSP, Se- Jumlah 166.220 Orang Berdasarkan Bidang Usaha.

Gambar 1. Diagram UMKM Terdampak Pandemi Covid-19



Sumber: (Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, 2022)

2. Pengembangan usaha mikro krcil menengah (UMKM)

Konsep yang digunakan untuk Pengembangan UMKM yang menjadi fokus dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas secara menyeluruh kegiatan operasional yang dimiliki oleh suatu usaha atau UMKM yang berkaitan dengan unsur-unsur manajemen secara umum yang menjadi faktor utama yang menjadi penggerak tercapainya tujuan dan daya saing usaha. Adapun unsur-unsur yang mencakup suksesnya kegiatan operasional yang dilakukan oleh usaha atau UMKM tidak terlepas dari fungsi strategi fungsional yang diterapkan pada kegiatan operasional bisnis, strategi fungsional tersebut yaitu: strategi sumber daya manusia, strategi pemasaran, strategi keuangan, strategi produksi, strategi logistik. (Prasetio, 2015)

Strategi peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting dalam kegiatan operasional suatu usaha yang berkaitan dengan pengelolaan strategi, biaya, keuntungan serta tujuan yang dicapai kedepannya. Strategi pemasaran

adalah kegiatan yang berkaitan dengan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan kemudian mampu mengambil suatu Tindakan untuk memuaskan mereka atau konsumen tersebut. Strategi keuangan yaitu sebagai pusat implementasi dengan bagaimana untuk meningkatkan modal, alokasi anggaran yang berkaitan dengan penunjang sarana kegiatan operasional usaha untuk mengembangkan usaha atau UMKM. Strategi produksi yaitu berkaitan dengan system produksi, perencanaan dan pengendalian operasional serta penelitian dan pengembangan. Melalui diversifikasi produk yang akan ditawarkan ke pasar yang berhubungan dengan system produksi, dan perencanaan operasional dan pengendalian. Strategi logistic merupakan proses mengintegrasikan aliran pasokan distribusi bahan yang tepat tersedia di tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, kualitas yang tepat, dan pada biaya yang tepat. kegiatan pengembangan UMKM mencakup banyak aspek diantaranya kesejahteraan sosial, sumber daya manusia, kelembagaan atau unit usaha tersebut. Dimana aspek kesejahteraan social erat kaitannya dengan permasalahan kemiskinan dan ketersediaan lapangan pekerjaan sehingga sector UMKM berperan penting dan akan berpengaruh pada taraf kehidupan dan produktifitas yang dimiliki oleh sumber daya manusia untuk menunjang perekonomian dikalangan bawah hingga menengah.

Sumber daya manusia sangat berperan penting dalam mengembangkan suatu usaha atau UMKM dimana Pada Abad ke-21 saat ini perkembangan industry dan teknologi lebih di kenal dengan sebutan Era Revolusi Industri 4.0 yang mengedepankan ilmu pengetahuan sebagai landasan utama. Namun, dengan ilmu pengetahuan saja tidak cukup untuk mewujudkan Era Revolusi Industri 4.0, karena perlu adanya keseimbangan antara pengetahuan dengan keterampilan sebagai dasar dari sumber daya manusia yang berkualitas pada perkembangan zaman. Mengasah keterampilan melalui pembiasaan diri dan pemenuhan kebutuhan hidup dalam berbagai macam hal yang didasari oleh pengetahuan seperti berpikir kritis, tahu cara memecahkan masalah, metakognisi, cara berkomunikasi, berkolaborasi, berinovasi dan kreatifitas, literasi informasi. Oleh sebab itu pendidikan serta keinginan yang kuat untuk mau belajar dapat menciptakan sumber

daya manusia yang berkualitas dalam bidang teknologi informasi dan juga aspek kemanusiaan. (Mardhiyah, R. H. et al., 2021)

3. Strategi Pengembangan

Strategi merupakan suatu alat untuk mencapai suatu tujuan baik individu, kelompok maupun suatu instansi atau badan usaha. Dimana suatu perusahaan atau badan usaha yang dalam kegiatannya menerapkan strategi serta mengembangkan strategi tersebut artinya bertujuan untuk mengatasi ancaman internal dan eksternal serta dapat merebut peluang yang ada dengan melihat secara obyektif kondisi-kondisi yang terkait dengan lingkungan internal maupun eksternal suatu usaha. (Rangkuti, 2008)

Strategi juga merupakan bagian dari upaya pengembangan posisi kompetitif perusahaan di tengah persaingan usaha. Sementara itu, strategi adalah seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif yang diharapkan. Strategi meliputi pengidentifikasikan dan pengimplementasian tujuan dan rencana tindakan tersebut. Strategi membutuhkan informasi untuk membuat keputusan strategi yang tepat berkaitan dengan pemilihan produk, metode produksi, saluran pemasaran, dan hal lain yang bersifat jangka panjang.

Strategi pengembangan adalah suatu tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk mekanisme penerapannya. Disamping itu, strategi pengembangan mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, setidaknya lima tahun. Oleh sebab itu, sifat strategi pengembangan mempunyai orientasi ke masa depan. Strategi pengembangan UMKM adalah tindakan yang dilakukan melalui perencanaan dengan menganalisis kondisi lingkungan baik itu dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal hal ini untuk kemajuan suatu kegiatan usaha atau UMKM atau bisnis di sektor pertanian serta secara langsung memberikan keuntungan ataupun pemasukan warga setempat (Afni, 2020).

Strategi juga merupakan suatu yang berpadu oleh manajemen operasional artinya segala kegiatan operasional yang dijalankan suatu usaha atau UMKM erat kaitannya dengan fungsi manajemen sstrategi dalam mengembangkan dan menjadikan usaha tersebut berkembang dan memiliki daya saing. (Yunus, 2016). Sehingga strategi dan

strategi pengembangan menjadi unsur penting dalam menjalankan kegiatan usaha, baik usaha pemula maupun usaha yang sudah mulai berkembang.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan teknik yang dilakukan untuk mengetahui kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam perencanaan maupun yang sudah dilaksanakan berkaitan dengan kegiatan suatu usaha atau bisnis. Analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada pemikiran yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) dalam kegiatan menjalankan strategi (Rangkuti, 2008).

Dalam Proses pengambilan suatu keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini. Analisa SWOT menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi dan mampu memberikan solusi untuk permasalahan yang sedang dihadapi. Komponen analisis SWOT ada 4 yaitu: a. *Strength-S* (Kekuatan); Analisa kekuatan merupakan kondisi kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi saat ini. Kekuatan ini dimanfaatkan untuk menghadapi persaingan. b. *Weakness- W* (Kelemahan); Analisa kelemahan merupakan kelemahan yang ada di dalam perusahaan atau organisasi saat ini. Kelemahan ini bisa menjadi kendala dalam mencapai sasaran organisasi dan menghadapi persaingan. c. *Opportunity-O* (Peluang); Analisa peluang ini menggambarkan kondisi dan situasi di luar organisasi yang memberikan peluang organisasi untuk berkembang di masa depan. d. *Threats-T* (Ancaman); Analisa ancaman menggambarkan tantangan atau ancaman yang harus dihadapi organisasi.

Tabel 2. Matriks SWOT

	IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
		Faktor-faktor kekuatan internal	Faktor-faktor kelemahan internal
EFAS			
OPPORTUNITIES (O)		STRATEGI SO	STRATEGI WO
Faktor-faktor eksternal	peluang	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T)		STRATEGI ST	STRATEGI WT
Faktor-faktor eksternal	ancaman	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: (Rangkuti, 2008)

B. Penelitian Terdahulu

Table 3. Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Alat analisis	Hasil
1.	Hefri Oktoyoki, Febri Nur Parmudya, & Tria Anti Sukmala Yulisa.(2019)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Agribisnis Berdaya Saing di Kabupaten Rejang Lebong	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan alat analisis SWOT dan AHP.	Hasil penelitian menunjukkan faktor yang paling berpengaruh dalam pengembangan UMKM agribisnis berdaya saing di Rejang Lebong pada tingkat aktor dengan bobot tertinggi adalah Dinas terkait, tujuan dengan bobot tertinggi adalah meningkatkan daya saing UMKM dan pembobotan alternatif strategi tertinggi adalah meningkatkan mutu produk dan membuat variasi-variasi

				baru, serta membuat program keanggotaan seperti diskon khusus, dan memudahkan akses bagi pelanggan baru dengan pembelian melalui pemesanan berbasis teknologi seperti <i>internet</i> , <i>media social</i> .
2.	Robert Tua Siregar, Hery Pandapotan Silitonga & Juan Anastasia Putri. (2020)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar	Analisis deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian bahwa pengusaha umkm mendapatkan kendala dalam pengembangan usaha yang dijalaninya. Strategi pengembangan umkm di kota pematangsiantar tidak lepas dari peran serta pemerintah dan para pelaku umkm.
3.	Anita Karunia, Hetika, & Ririh Sri Harjanti. (2020)	Kajian strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan Menengah (umkm) di kota tegal	Analisis deskriptif kualitatif, alat menggunakan SWOT. Sedangkan analisis deskriptif kuantitatif pada penelitian ini berkaitan dengan hasil interpretasi terhadap data kualitatif yang diolah dalam bentuk bobot dan rating untuk memunculkan strategi yang tepat dalam pengembangan UMKM di Kota Tegal.	menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada setiap aspek yang dibahas antara lain aspek Permodalan, Produksi, Teknologi, Pemasaran, SDM, Birokrasi, Sarana dan Prasarana, serta Sosial dan Ekonomi. Sedangkan strategi yang tepat dilakukan dalam upaya pengembangan UMKM Sektor Perdagangan di Kota Tegal adalah strategi SO (<i>Strength Opportunities</i>).
4.	Dudi Septiadi, & Andi Iva	Strategi pengembangan usaha tani	penelitian deskriptif dengan pendekatan	Hasil penelitian berdasarkan analisis IFE hubungan antara ketua dan anggota kelompok

	Mundiyah. (2020)	sayuran berbasis pertanian organik	kualitatif dengan menggunakan SWOT dan Analisis Hierarki dalam Proses pada perumusan strategi.	tani sangat baik. Variasi jenis sayur, kualitas sayuran menjadi kekuatan dalam pengembangan usaha tani. Keterbatasan modal, kurangnya pemahaman petani tentang pertanian organik menjadi kelemahan yang dihadapi oleh Kelompok Tani Mekar Sari. Berdasarkan hasil dari analisis EFE, faktor cuaca dan iklim, harga sarana produksi usaha tani yang relatif mahal menjadi ancaman bagi kelompok tani namun adanya dukungan pemerintah dan swasta serta adanya asosiasi petani organik menjadi peluang bagi pengembangan usaha tani. Berdasarkan hasil analisis hierarki proses diperoleh alternatif strategi yakni bantuan modal kerja dan berbagi pengetahuan untuk meningkatkan minat petani terhadap pertanian organik dan melakukan kontrak kerja sama dengan pemerintah dan swasta dalam penyediaan sayuran organik pada kegiatan yang diselenggarakan di Mataram menjadi alternatif strategi dengan nilai tertinggi untuk rekomendasi kebijakan pengembangan usaha tani sayuran berbasis pertanian organik di masa yang akan datang.
5.	Nurul Hilmiyah, Erwin	Strategi Pengembang an Usaha	Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil matriks

Permana, Iha Haryani Hatta, & Murti Widyaningsih (2022)	Pelaku Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid - 19	alat analisis IFE, EFE, IE dan SWOT	EFE dan IFE diperoleh skor total dari matriks IFE adalah sebesar 2, 957 berada pada sel V. Strategi yang dapat digunakan untuk usaha yang berada pada Sel V adalah strategi pertahankan dan pelihara (<i>hold and maintain</i>), yaitu berupa penetrasi pasar dan pengembangan produk.
---	--	-------------------------------------	--

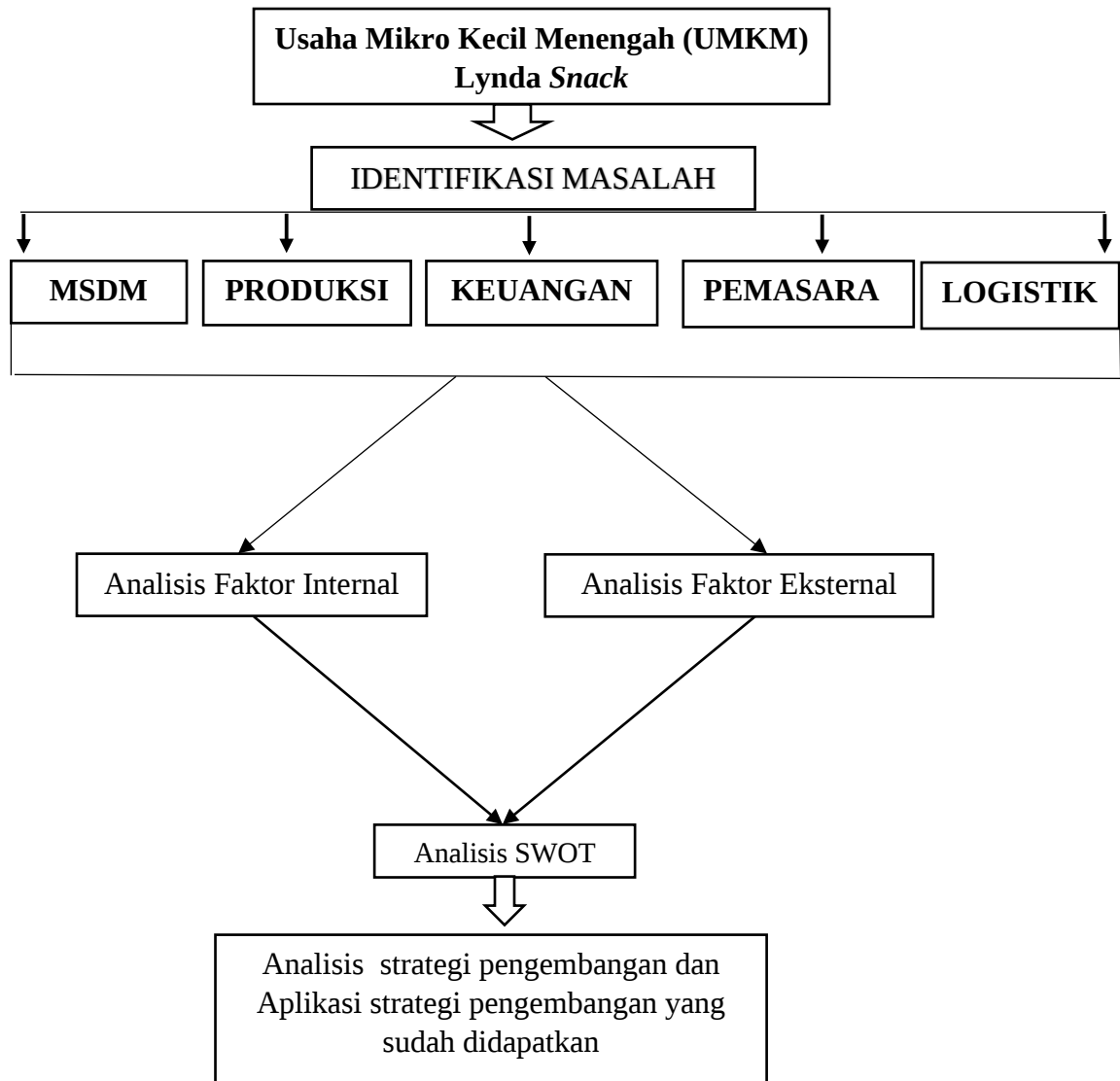
Sumber: (Oktoyoki et al., 2019) (Siregar et al., 2020) (Karunia et al., 2020) (Septiadi & Mundiayah, 2020) (Hilmiyah et al., 2022)

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang ditulis pada tabel penelitian terdahulu, terdapat perbedaan terhadap penelitian yang dilakukan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya adalah terletak pada lokasi, tempat penelitian serta penelitian ini meneliti potensi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Lynda snack dan dilanjutkan dengan strategi pengembangan UMKM. Penelitian ini dilakukan di Desa Hilir Kantor Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak pada UMKM Lynda snack. Perbedaan tempat, lokasi penelitian tersebut menunjukkan perbedaan Kondisi serta kendala yang dihadapi. Penelitian sebelumnya, meneliti tentang strategi pengembangan yang diterapkan kepada setiap kegiatan usaha yang tentunya memiliki perbedaan latar belakang serta lokasi yang berbeda-beda, Berdasarkan alat analisis yang digunakan. Namun pada penelitian ini peneliti mencoba meneliti mengenai potensi serta strategi yang tepat digunakan pada UMKM Lynda snack disaat Kondisi perekonomian yang sedang sulit akibat dari dampak pandemi covid-19 serta terjadinya perang rusia-ukraina. Sedangkan persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah terletak dari analisis yang digunakan.

C. Kerangka Pikir

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau lebih dikenal dengan sebutan UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang sudah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Usaha ini berskala kecil, menengah dan bersifat padat karya serta melibatkan berbagai macam aktivitas ekonomi dan bisnis berdasarkan

kearifan lokal yang dimiliki oleh budaya setempat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah Lynda Snack yang beralamat di km 3 Ngabang, Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak merupakan UMKM yang memproduksi dibidang pengolahan hasil dari pertanian lokal setempat serta produk-produk resailer yang memiliki potensi yang sangat baik dalam mengembangkan produktifitas dan kreatifitas dalam menciptakan inovasi-inovasi produk UMKM berupa Snack dan sejenisnya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja sebagai sumber pendapatan tambahan bagi karyawannya. Untuk itu perlu menjadi perhatian khusus bagi pihak terkait, seperti Disperindakop, Pemerintah, pelaku usaha, serta masyarakat dalam mengembangkan UMKM tersebut. Apalagi saat ini dunia sedang dihadapkan pada masalah pembangunan perekonomian dan kesejahteraan sosial yang menjadi permasalahan global seperti dampak dari Covid-19 yang berdampak bagi seluruh lapisan masyarakat serta para pelaku usaha UMKM.



Gambar 2. Kerangka Pikir